ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІНАНСІВ

УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ В БИДГОЩІ (ПОЛЬЩА)

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧНОЇ ТА ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «АКАДЕМІЧНИЙ ПРОСТІР»

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ»

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

28 листопада 2018 року

м. Львів

Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 28 листопада 2018 року. – Львів: Львівський інститут МАУП, 2018. –Ч. 1. – 436 с.

УДК 330.11 : 338.24

ББК 65.050

У збірнику представлені тези доповідей, які оприлюднені на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи», яка відбулась у Львівському інституті МАУП 28 листопада 2018 року.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів і наукових установ, студентів, аспірантів та докторантів, практичних працівників і широкий читацький загал.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова оргкомітету:

Лелик Л. І. директор Львівського інституту МАУП, кандидат економічних наук, професор (м. Львів, Україна)

Співголови оргкомітету:

Іляш О. І. проректор з наукової та міжнародної діяльності Міжнародного університету фінансів (м. Київ, Україна), професор Університету Економіки (WSG), (м. Бидгощ, Республіка Польща), професор кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (м. Київ, Україна)

Крейдич І.М. завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (м. Київ, Україна)

Члени оргкомітету:

Гринкевич О. С. заступник директора з наукової роботи Львівського інституту МАУП, доктор економічних наук, доцент (м. Львів, Україна)

Парфенюк Є. І. заступник директора з навчально-методичної роботи Львівського інституту МАУП, кандидат економічних наук, доцент (м. Львів, Україна)

Магас Н. В. завідувач кафедри економіки та підприємництва Львівського інституту МАУП, кандидат економічних наук, доцент (м. Львів, Україна)

Маргіта Н. О. старший викладач кафедри маркетингу і логістики НУ «Львівська політехніка», заступник голови Громадської організації «Академічний простір», кандидат економічних наук (м. Львів, Україна)

Мединська Т. В. доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування Львівського торговельно-економічного університету, кандидат економічних наук (м. Львів, Україна)

Стефанишин О. Б. доцент кафедри економіки та підприємництва Львівського інституту МАУП, кандидат економічних наук (м. Львів, Україна)

Рекомендовано: до друку Вченою радою Львівського інституту МАУП (протокол № 3/18/19 від 7 грудня 2018 р.)

Доповіді друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

©Львівський інститут МАУП, 2018

ЗМІСТ

Секція 1. Економічна теорія та історія економічної думки

Завгородня Т.С., Баранник В.О., Красномовець В.А. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ РЕКЛАМИ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ 10

Волошина С.В., Мікуліна С.Г. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РОЗУМІННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ 14

Левченко А.М. НОВАЯ ЭПОХА: РАЗВИТИЕ НАУКИ 17

Татомир І.Л. ВИКЛИКИ НОВИХ МОДЕЛЕЙ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ДЛЯ СЕКТОРУ ВИЩОЇ ОСВІТИ 24

Mykhaylo Holubka, Mykhaylo Holubka ORGANIZACJA RUCHU SPÓŁDZIELCZEGO I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZNO-GOSPODARCZY POZIOM ŻYCIA UKRAIŃCÓW W DRUGIEJ POŁOWIE XIX – POCZĄTEK XX WIEKU 28

Секція 2. Світове господарство і міжнародні економічні відносини

Novik I.O. REGULATION OF FOREIGN TRADE ACTIVITY IN THE TERRITORY OF UKRAINE 31

Толок П.О. ПРІОРИТЕТИ МІЖНАРОДНОГО ВОЄННО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 33

Кононенко К.П., Струс Л.А.УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС 38

Худавердієва В.А., Бугай А.П.СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН 42

Чабанюк О.М., Филик Д.С. ПРИНЦИПИ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ ВИМОГИ 47

Худавердієва В.А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН 50

Неровня А.В. ЗНАЧИМІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ 54

Бессонова А.В., Бессонова С.И. ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ 57

Ладуб І.А., Струс Л.А. МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН 60

Кузьмінська К.І., Чабанюк О.М. ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 64

Янушкевич Д.А., Левада В.П. ЗАСТОСУВАННЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО МИСЛЕННЯ ПРИ МИТНОМУ ОФОРМЛЕННІ ТОВАРІВ, ЩО МІСТЯТЬ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ 70

Ніколайчук О.А. ДІАГНОСТИКА ДИНАМІКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 75
Бугайов А., Новикова В.І. ОСОБЛИВОСТІ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ 79
Бойко Н.В. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ 82
Красномовець В.А., Гавей А.С. ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ФЕСТИВАЛІВ 85
Кладова О.О., Красномовець В.А. ЧАСТКА ДОХОДУ ВІД ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРІ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ 88
Салтикова В.В., Красномовець В.А. ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СЕРТИФІКАЦІЇ ДАЙВЕРІВ У СВІТІ 91
Дерев'янко О.Ю., Красномовець В.А. РОЛЬ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ 93
Гришеніна О.О., Красномовець В.А. ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ – ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМ У РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ 98

Секція 3. Економіка та управління національним господарством

Млечко М.І. КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ 103
Рущишин Н.М., Мельницька Я.А. ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ 106
Чабанюк О.М., Тимків Д.О. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ 109
Оленіна К.А., Федотова Т.А. ЗАПОЗИЧЕННЯ ДОСВІДУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ 112
Завербний А.С. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКУ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ ТА ЄС 116
Лихолат С.М., Сайкевич А.З. ВПЛИВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ 118
Пирог В.О., Лободзинська Т.П. СПІВСТАВЛЕННЯ ДИНАМІКИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЗА РІЗНИМИ МЕТОДАМИ ОЦІНЮВАННЯ 121
Каличева Н.Є. ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНИХ ПІДХОДІВ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ 124
Аксьонова А.О., Федотова Т.А. СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 128
Островерх Г.Є. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ 132
Ціпуринда В.С. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ 136
Панченко Н.Г. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ 140

МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ
Мельниченко Б.Б. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ЕКОМІКИ 143
Дубик В.Я., Держипільський О.В., ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТАН МИТНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ 148
Гужуман Л.А., Федотова Т.А. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ 153
Федотова Т.А., Богдан Ю.Д. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СТРУКТУРУ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ 158
Крикавський Є.В., Косар Н.С., Кузьо Н.Є. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ 161
Бараняк І.Є. ОСОБЛИВОСТІ ДЕМОГРАФІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ 164
Періг Т.В., Безручко Л.С. ТУРИЗМ У МІСТІ ЛЬВОВІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОДУ ІЗ КРИЗИ 169
Ігнашкіна Т.Б., Губаренко Л.М. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 174
Синюра-Ростун Н.Р. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПОЛІТИКИ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ 179
Рутинський М.Й., Земба Н.Р., Гринаш С.В. МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ ПРОМОЦІЇ ТУРИЗМУ 183
Левицька О.О., Махонюк О.В. ПРОБЛЕМИ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ РИНКУ МІГРАЦІЙНИХ ПОСЛУГ 188
Кириленко О.М., Висоцька М.Ф. ТЕНДЕНЦІЇ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ 192
Булгакова О.В., Єременко К.В. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 197
Булгакова О.В. РИЗИКИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 200
Козлова В.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗРІЗАНИХ КВІТІВ В УКРАЇНІ 203
Коновал А.В. ПРОБЛЕМИ МЕХАНІЗАЦІЇ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ 207
Булгакова О.В., Кошова К. МОДЕЛІ ЯКОСТІ ХОЛОДИЛЬНИКІВ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ 210
Федоришина А.В. РИНОК БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПЕРСПЕКТИВИ 214
Матюшевька К.М. РОЗВИТОК НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ ЯУ ФАКТОР СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ 218

СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ УКРАЇНИ
Гармаш С.В. ВСЕБІЧНА ДЕГРАДАЦІЯ ЯК НОВИЙ ВИТОК «РОЗВИТКУ» УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ (ЗНАЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО РЕСУРСУ) 222
Абрамов М.Д., Ігнашкіна Т.Б. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В УМОВАХ ПАО «ІНТЕРПАЙП НТЗ» 226
Шкапенко Т.О. ЗВЕРНЕННЯ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ ЯК ПІДСТАВА ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПОЗАПЛАНОВОЇ ПЕРЕВІРКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ НА ПРЕДМЕТ ДОТРИМАННЯ ВИМОГ ПРИРОДООХОРОННОГО ЗАКОНОДАВСТВА 229
Ченцова Ю.П. ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ПАРК ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ 234
Лещух І.В., Біль М.М., Попадинець Н.М. ЕНДОГЕННИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ: ЗМІСТ І СТРУКТУРА 236
Бондаренко О.Р., Козлова В.В. СТАН ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ 241
Устюгова Ж.В. ФІНАНСУВАННЯ ПРІОРІТЕТНИХ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЖИТЛОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ 244
Пернарівська О.О. ДІАГНОСТИКА КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ 248
Мамчин М.М., Фуртак І.І, Паробецька І.М. МЕХАНІЗМИ МАРКЕТИНГУ В ІНТЕГРУЮЧІЙ МОДЕЛІ МЕДИЦИНИ 253
Шаптала Д.О. ЩОДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ІНОВАЦІЙНОГО СЕРЕДЕВИЩА РЕГІОНУ 256
Яшов М.Є. ЩОДО ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ 258
Кір'ян О.І. ОСВІТНІ НАВИЧКИ КЕРІВНОГО СКЛАДУ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ 261
Корінь М.В. МОДЕРНІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ» 265
Баркалова А.В., Козлова В.Я. РОЛЬ ПДФО У ФОРМУВАННІ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ 270
Іванюк У.В. РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИЙ КРИЗОВИЙ ПЕРІОД ЕКОНОМІКИ 274
Василечко Н.В. НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ ОФШОРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ 277
Волошин В.І. ГІБРИДНІ РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВИ 281
Горбань В.К. ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ 285
Джакелі Н.С. ОСОБЛИВОСТІ ВОЄННОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ 289

Подольна А.М. АКТУАЛЬНІ ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИВ УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 293
Чабанюк О.М., Білотіл О. НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ 295

Секція 4. Економіка та управління підприємствами

Корда М.О. СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ 298
Заєць Г.П. МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ 300
Козаченко О.М. ХАРАКТЕРИСТИКА СУТНОСТІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ 303
Пєшкова А.К. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 305
Білявський В.М., Коновальчук М.М. ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ 308
Папуш Г.О. РОЗРОБКА НОВОГО ТОВАРУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ 311
Бекіш М.О., Дзюрах Ю.М. «НА КАВУ ДО ЛЬВОВА» – МІСЦЕВІ КАФЕ ТА КАВ'ЯРНІ ЯК НАЙПРИВАБЛИВІШІ АТРАКЦІЇ 313
Лихолат С.М., Вихопень М.В. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА 316
Заіка Ю.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ 319
Кулеш М.Є. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 321
Кузуб А.В. СУЧАСНИЙ СТАН ВАГОНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 324
Пономаренко Л.Р., Федотова Т.А. РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 327
Босак О.В., Возна Л.Б. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ 330
Гузар У.Є., Пончка О.І. ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 334
Остапюк Б.Б. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПРИКЛАДІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ 338
Феняк М.В. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ 343
Філатова М.М. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ 346

Парфенюк Є.І., Кіцера С.В. СИСТЕМА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 350
Парфенюк Є.І., Савчук-Кабан М.А. ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ В УКРАЇНІ 355
Вацяк М.В. ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 360
Дронський В.А. ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СТАНУ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 364
Гузар У.Є., Гринчишин Т.В. КОМПЕТЕНТНІСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ 369
Гузар У.Є., Чорній О.Р. ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В КОНЦЕПЦІЯХ КЛАСИЧНИХ ТА СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ШКІЛ 373
Белей О.І. ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІАГНОСТИКОЮ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНДИКАТИВНОЇ МАТРИЦІ 378
Геращенко І.О., Ільченко Ю.О. ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ 383
Гулик Т.В. ЩОДО ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ 387
Парубець В.В., **Білявський В.М.** КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 391
Шудра К.А. АДХОКРАТІЯ: ПАРАДИГМА ЗМІН ТА ІНОВАЦІЯ 394
Христенко Г.М., **Молошик А.О.** РОЛЬ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ 397
Дем'яненко Т.І. ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА 403
Білявська Ю.В., Богач К.В. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ БЕНЧМАРКІНГУ НА РИНКУ ВИРОБНИЦТВА СУПУТНІХ ТОВАРІВ 408
Боднар М.В. ВПЛИВ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА 412
Аношин В.Ю. ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ ВПЛИВУ НА СТАНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ 417
Новік І.О., Курченко А.А. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 420
Волошина О.С. STORYTELLING ЯК СПОСІБ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ 423
Завидівська О.І., Нич В.Ю. РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРОПРОМИСЛОВИХ 426

ПІДПРИЄМСТВ
Садовский А.В. ОБ ОПЫТЕ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ КОРПОРАЦИЕЙ (ПРЕДПРИЯТИЕМ) 430
Леонт'єв В.С., Задоя В.О. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ 432

Завгородня Т. С., Баранник В. О.,
студенти спеціалізації «Реклама та PR у медіа галузі»,
Красномовець В.А., *к.е.н., доцент,*
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаський національний університет
Імені Богдана Хмельницького

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ РЕКЛАМИ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Кожна з галузей знань описує рекламу з власної когнітивної суті та перспектив, спираючись на тотожні їй системи збору фактів і принципів, їх концептуалізації, термінологію чи понятєвий апарат.

Рекламу вивчають представники різних наук, зокрема існують такі аспекти вивчення реклами: економічний (маркетинговий), соціологічний, психологічний, лінгвістичний, філософський, інформаційний, культурологічний, юридичний, етичний аспекти, комунікаційний.

Отже, існує декілька ракурсів, за якими можна визначити поняття реклами, а саме: з позицій інформаційного процесу, процесу комунікації, паблік рилейшнз, маркетингу, психологічного впливу, естетичного аспекту тощо.

Основними підходами до самого поняття «реклама» є такі: комунікаційний, функціональний, матеріальний, галузевий, культурологічний. Кожен з указаних підходів визначає певне поняття реклами.

Узагальнені підходи до різноманітності визначень терміну наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Теоретичні трактування авторами сутності реклами

Автор	Визначення
Котлер Ф. [1]	**Реклама** - неособиста форму комунікації, що здійснюється за допомогою платних засобів поширення інформації з чітко зазначеним джерелом фінансування.
Уеллс, Дж. Бернет, С. Моріарті [2]	**Реклама** – оплачена неперсоналізована комунікація, що здійснюється ідентифікованим спонсором і така, що використовує ЗМІ з метою схилити до чогось аудиторію чи вплинути на неї.
Сендидж Ч., Фрайбургер В Ротцолл К. [3]	**Реклама** - як форма комунікації, що намагається перекласти якість товарів і послуг, а також ідей на мову потреб і запитів споживача.

Борисенко О. [4]	**Реклама** - неперсоніфікована форма комунікації, оплачена ідентифікованим спонсором, яка певними чином реалізується через ЗМІ та іншими законними способами та направлена на ознайомлення з певною продукцією, привернення до неї уваги та збудження до її купівлі можливої більшої аудиторії споживачів
Мочерний С. [5]	**Реклама** - цільова інформація про споживчі властивості товарів та послуг з метою їх популяризації і збуту. **Реклама** - будь-яка форма повідомлень, які використовує фірма, для інформування, переконання або нагадування людям про свої товари, послуги, ідеї суспільної діяльності
Шемшученко Ю. [6]	**Реклама** - спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка поширюється в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку. Спрямована на невизначене коло споживачів, забезпечення формування або підтримання інтересу до відповідних осіб чи продукції, сприяє реалізації товарів, виявляє вплив на потенційних споживачів, формує у них певне уявлення про конкретних фізичних або юридичних осіб і вироблену ними продукцію та інше
Конопліцький В. [7]	**Реклама** - комерційна інформація про товари, послуги і т.п. з метою сповіщення споживачів і створення попиту на ці товари і послуги. Реклама є однією зі складових частин маркетингу, що просуває товар на ринок. Здійснюється спеціальною службою фірми-виробника і незалежними рекламними агентствами
Коломойцева В. [8]	Реклама – цілеспрямований вплив на споживача за допомогою засобів інформації для просування товарів на ринку збуту. Реклама знайомить споживача з товарами або послугами, що їх пропонує підприємство, організація фірма
Іванченко Р. [9]	По-перше, реклама — будь-яка форма неособистої пропозиції та просування комерційних ідей, товарів чи послуг коштом чітко визначеного замовника. По-друге, реклама — це рекламна справа. По-третє, реклама — це публікація рекламних оголошень у пресі
Сухарев А. [10]	**Реклама**— відповідно до російського законодавства поширювана в будь-якій формі, за допомогою будь-яких засобів інформація про фізичну або юридичну особу, товари, ідеї та починання (рекламна інформація), яка призначена для невизначеного кола осіб і спрямована формувати або підтримувати інтерес до цієї фізичної або юридичної особи, товарів, ідей та починань і сприяти реалізації товарів, ідей і починань
Ромат Є. [11]	**Реклама** - вид соціальної масової комерційної комунікації, що формується й оплачується рекламодавцем (продавцем) і спрямований на потенційних покупців (споживачів) об'єкта рекламування (товару, послуги, іміджу, ідеї, особи, організації, держави, території, тощо), метою комунікації є формування певної цільової настанови одержувачів рекламного звернення щодо об'єкта рекламування
Американська асоціація маркетингу [12]	**Реклама** — це будь-яка форма неособистого представлення і просування ідей, товарів чи послуг, оплачувана точно встановленим замовником
Закон України «Про рекламу» [13]	**Реклама** — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару
Шмига Ю., В.	**Реклама –** це складний комплекс когнітивно-комунікативних,

Шапоренко [14], [15]	емоційно-чуттєвих, ціннісно-нормативних компонентів, об'єднаних в ієрархічну структуру та спрямованих на формування попиту, реалізацію товарів і послуг, а також ідей і певних концепцій життя

Реклама — явище багатогранне та багатофункціональне. Визначення реклами постійно змінюється і модернізується. Оскільки реклама виконує декілька функцій в суспільному житті, її можна трактувати з позиції різних наукових підходів: економічного, маркетингового, соціологічного, етичного, політичного, психологічного та ін. Саме тому, кожен із науковців намагається зробити свою дефініцію реклами якомога обширнішою.

Таблиця 2

Аспекти реклами, розглянуті у визначенні

Автор	**Аспекти**									
	Економічний	Соціологічний	Психологічний	Лінгвістичний	Філософський	Інформаційний	Культурологічний	Юридичний	Етичний	Комунікаційний
Ф. Котлер	+					+				+
Уеллс, Дж. Бернет, С. Моріарті	+					+		+		+
Сэндидж Ч., Фрайбургер В Ротцолл К.						+				+
О. Борисенко	+					+		+		+
С.Мочерний						+				+
Ю. Шемшученко	+					+		+		+
В. Конопліцький	+					+				+
В. Коломойцева						+				+
Р. Іванченко						+		+		+
А. Сухарев	+					+		+		+
Є. Ромат	+					+		+		+
Американська асоціація маркетингу	+					+				
Закон України «Про рекламу»						+				
Ю. Шмига, В. Шапоренко	+					+				+

Проаналізувавши зазначені вище дефініції терміну реклама, ми дійшли висновку, що незалежно від того, з якого ракурсу розглядається реклама, певні загальні ознаки все ж присутні. Зокрема у кожному з опрацьованих визначень присутнє таке значення реклами як «форма комунікації, що має на меті донести певну інформацію». Потім вже йдеться про конкретний аспект, з погляду якого той чи той дослідник розглядає рекламу. Цим і зумовлена різноманітність визначень.

Література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: Краткий курс: Пер. с англ. – Москва: Вильямс, 2002. – 656 с., с.511
2. Реклама: принципы и практика» У.Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти с. 32
3. Сэндидж Ч., Фрайбургер В Ротцолл К. Реклама: теория и практика. – Москва: Книга, 1989. – С. 12
4. Сутнісна характеристика категорії «реклама» // Проблеми системного підходу в економіці. — Київ, 2005. — Вип.12. — С. 91
5. Мочерний С. В. Економічний словник-довідник. — Київ: Femina,1995. — 368 с.
6. Шемшученко Ю. С. Великий енциклопедичний юридичний словник / НАН України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. —Київ: Юридична думка, 2007. — 992 с.
7. Конопліцький В. А., Філіна Г. І. Економічний словник: тлумачно термінологічний. — Київ: КНТ, 2007. — 577 с
8. Коломойцев В. Е. Універсальний словник економічних термінів: інвестування, конкуренція, менеджмент, маркетинг, підприємництво: Навч. посіб. — Київ: Молодь, 2000. — 382 с
9. Іванченко Р. Г. Реклама: Словник термінів. — Київ: Всеукраїнський фонд сприяння розвитку книговидання та преси, 1998. — 207 с
10. Сухарев А. Я., Додонов В. Н. Большой юридический словарь. — Москва: Инфра-М, 1999. — 790 с
11. Ромат Є. В. Трансформація моделі державного управління рекламною діяльністю у перехідних умовах. — Київ: НАДУ, 2003. — 235 с
12. Карпова Г. Реклама за рубежом. — Москва: Прогресс, 1977. — 371 с.
13. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270-96 //Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 39. — Ст. 181.
14. Шмига Ю. І. Ефективність телереклами в Україні (комунікативний аспект) : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Ю. І. Шмига ; Київ. нац. ун-тім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2006. – 26 с.

15. ШапоренкоВ.В. Звукові засоби створення радіорекламного образу: жанровий аспект // Інформаційне суспільство. – Київ, 2013. – Вип. 17. – С. 64–68

Волошина С. В., *к.е.н., доцент,*
завідувач кафедри підприємництва і торгівлі
Мікуліна С. Г., *магістр*
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РОЗУМІННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Активізація дій світової спільноти у вирішенні завдань людського розвитку і його економічної бази - людського капіталу - свідчить про глобальність проблем, що виникають в даній площині, і необхідність їх розв’язання спільними зусиллями науковців і практиків.

Нагальність подолання проблем відтворення людського капіталу в Україні підтверджується існуючими негативними тенденціями у розвитку освіти і спеціальної підготовки, мотивації працівників до високопродуктивної праці, професійної безпеки та охорони здоров’я, мобільності тощо. Про це свідчить нестача висококваліфікованих працівників на виробництві, значна періодичність професійного навчання, низька заробітна плата на вітчизняних підприємствах у порівнянні з об’єктивним рівнем витрат на відтворення робочої сили у світі, висока плинність кадрів, інтенсивна зовнішня міграція та незначні процеси внутрішньої мобільності персоналу та т. ін. Існування зазначених проблем робить неможливим гідний розвиток людини та ефективну інтеграцію України у світовий простір.

У предметній галузі дослідження людського капіталу триває активна наукова дискусія, яка, не дивлячись на широке коло питань, частіш за все починається з понятійно-категоріального апарату. Серед авторів останніх наукових досліджень і публікацій відповідного спрямування слід відзначити В.П. Антонюк, О.М. Бородіну, В.В. Важинську, Н.І. Верхоглядову, О.А. Грішнову, А.І. Добриніна, С.А. Дятлова, М.А. Казарян, Т.М. Кір’ян, О.П.

Колядіна, М.М. Крітського, Д.П. Мельничука, Г.М. Тугускіну, Н.В. Ушенко та інших. Ними опрацьовані питання економічної природи людського капіталу, його значення в апараті категорій різних галузей економічної науки.

Між тим наявність в сучасних публікаціях вузьких підходів (історичного, ресурсного, інвестиційного, доходного тощо) до розуміння поняття «людський капітал» свідчить про те, що базова дефініція не набуває завершеності на засадах системності наукового дослідження.

Таблиця 1 - Розуміння сутності поняття «людський капітал» прихильниками системного підходу

Науковці	**Зміст поняття «людський капітал»**
О.А. Грішнова, 2002 р.	«економічна категорія, яка характеризує сукупність сформованих і розвинутих внаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають у їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів свого власника, прибутку підприємства та національного доходу» [1, с. 10-11].
Н.В. Голікова, 2004 р.	«вартість запасу здібностей, досвіду і знань, залученого до системи господарювання і капіталізованого на основі відносин найму, здатного приносити додану вартість (прибуток) [2, с. 6].
Г.М. Тугускіна, 2009 р.	«сукупність природних вроджених здібностей; дарувань; творчого потенціалу; морально-психологічного здоров'я; накопичених та удосконалених в результаті інвестицій знань і професійного досвіду, необхідних для доцільної діяльності в тій чи іншій сфері суспільного відтворення, яка приносить дохід їх володарю» [3, с. 74]
О.П. Колядін, 2012 р.	«сформований шляхом сукупних інвестицій запас знань, творчих здібностей, професійних навичок, професійних здібностей, професійних навичок і вмінь, здоров'я і культури, який забезпечує її власнику додаткові виробничі можливості, функціональну конкурентоспроможність і приріст рівня добробуту [4, с. 7-8].
Д.П. Мельничук, 2015 р.	«економічний актив, що формується в результаті інвестицій шляхом набуття знань та доцільної видозміни продуктивних спроможностей індивіда (трудового колективу, суспільства в цілому) та є формою представлення останніх в ході трудової діяльності, яка забезпечує певний дохід учасникам інвестиційно-виробничого процесу» [5, с. 5]

Опрацювання наукових здобутків в даній предметній галузі, результати якого презентовані у табл.1, показало, що основними положеннями системного підходу до поняття «людський капітал» є:

- людський капітал розглядається як система, тобто сукупність взаємопов’язаних елементів, яка має цілі і засоби розвитку, зв'язок із зовнішнім середовищем і зворотній зв’язок;

- людський капітал є комплексним поняттям, дослідження якого потребує як вивчення поведінки його як цілісної системи, так і функціонування його складових елементів у їх взаємодії і взаємозв’язку задля досягнення інтегрального результату;

- набір продуктивних здібностей людини постійно варіюється і відображає потенційну диференціацію вимог суб’єктів господарювання до носіїв праці. Причому продуктивні здібності паралельно розглядаються або як їх сукупність, або як їх запас (слід розуміти як накопичену сукупність);

- продуктивні якості невіддільні від носія праці і перебувають у його власності, тоді як інші економічні суб’єкти користуються продуктивними здібностями носіїв праці;

- здібності людей трансформуються у людський капітал в ході цілеспрямованого використання їх носіїв в економічній діяльності;

- основним засобом формування і розвитку продуктивних здібностей людини є інвестування як потік витрат на відтворення сукупності необхідних якісних характеристик носія праці;

- продуктивні здібності носіїв праці включають як природні або ж природжені (фізичні та інтелектуальні), так і набуті в процесі відповідного інвестування (знання, професійний досвід, навички);

- метою людського капіталу є зростання доходів усіх суб’єктів економічних відносин. Відповідно до розгляду цих суб’єктів (індивіди, підприємства, держава) доходами вважаються: заробітна плата (дохід) працівника, прибуток (дохід) підприємства, національний дохід (валовий національний дохід) країни;

- результатами економічної діяльності, досягнення яких обумовлюють отримання суб’єктами економічних відносин більшого розміру доходів від людського капіталу, виступають:

а) соціально-економічні: опанування власником людського капіталу додатковими виробничими можливостями, підвищення функціональної конкурентоспроможності, приріст рівня добробуту;

б) економічні: зростання продуктивності праці, підвищення ефективності виробництва тощо.

Таким чином, саме на основі врахування вище зазначених положень має бути побудована логічно завершена конструкція визначення поняття «людський капітал», пропозиції щодо варіанту якої надані у роботі [6].

Література:

1. Грішнова О.А. Формування людського капіталу в системі освіти і професійної підготовки: автореф. дис. … д-ра екон. наук: 08.09.01 / О.А. Грішнова; Рада по вивч. продукт. сил України. – К., 2002. – 36 с.
2. Голікова Н.В. Людський капітал як фактор зростання та розвитку економіки: автореф. дис. … канд. екон. наук: 08.01.01 / Н.В. Голікова; Ін-т екон. прогнозування НАНУ. - К., 2004. - 23 с.
3. Тугускина Г. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал предприятий / Г. Тугускина // Управление персоналом. – 2009. - №3. – С. 73-77.
4. Колядин А.П. Фиктивный компонент человеческого капитала как системный феномен экономики знаний: автореф. дис. … д-ра экон. наук: 08.00.01 / А.П. Колядин; ФГБОУ ВПО «Саратов. гос. соц.-экон. ун-т». – Саратов, 2012. - 36 с.
5. Мельничук Д.П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення: автореф. дис. … д-ра екон. наук: 08.00.07 / Д.П. Мельничук; Ін-т демографії та соц. досліджень ім. М.В. Птухи. – К., 2015. – 40 с.
6. Волошина С.В. Композиційна побудова поняття «людський капітал» / С.В. Волошина // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. праць. – 2018. - №1(43). – С. 51-61.

Левченко А. М., *к.е.н., доцент ЦЕУ*

НОВАЯ ЭПОХА: РАЗВИТИЕ НАУКИ

Расширяющиеся перспективы использования технических устройств в середине XX века, определили возможное – освободили учёного от многих

интеллектуальных усилий и повысили требования к его способностям производить действия, которые недоступные компьютерам.

И логику и историю науки в большей степени интересовал результат деятельности. Сам процесс творчества, его структура, динамика, механизмы творящего начала (личности) – изучаются по причине их обеспечения результативности научно-исследовательской деятельности, то есть, выявляются индивидуальные характеристики самих учёных.

Актуальность темы продиктована новыми требованиями к современному этапу развития науки, в контексте с проблемой недостаточно изученной субъекта исследователя, адаптивного рассмотрения ее как открытой и самоорганизующейся системы.

Цель исследования – определить системные задачи устранения основных проблем составляющих наук.

Объектом исследования есть матрица организации научной деятельности.

Предметом исследования выступает матрица стандарта научного исследования науки, которая разрабатывает основы или константы развития материи.

Изложение основного материала. Почему заговорили о новой эпохе? В 1908 году на Планете произошло знаменательное событие – в неё вошло, а потом взорвалось небесное тело, названное впоследствии Тунгусским метеоритом. Мы мало придаём значение этому событию, но энергия взрыва два раза обогнула Землю! А по физическому закону сохранения энергии, она никуда не могла исчезнуть. То есть, осталась с нами. С этого момента мы ведём отсчёт обновления Планетарной жизни Метагалактикой, с установлением на ней новых условий бытия [6]. Если вы внимательно почитаете даже российских академиков, физиков типа Алфёрова, они Нобелевские лауреаты, они честно говорят, что современной научной картины нету. Но у них есть физическая картина мира, они за неё держатся. Но, на всякий случай, физика – одна из наук. А при развитии науки очень важно обобщающая картина мира, где физика – это частный случай. Ньютон так писал. Где химия – это частный

случай, где гуманитарные науки – это частный случай. А есть **обобщающая парадигма мира**. А проблема в том, что этой картины-то и нету. Анекдот в том, что у нас она есть. Я не бахвалюсь, я к тому, что нам удалось это выработать, мы специально над этим работаем, потому что знаем, чтобы перестроиться в Метагалактику, нам нужен другой, в том числе научный взгляд. Другая парадигма. А для этого нужно и философски, и научно, и гуманитарно, и ещё в нескольких областях быть дееспособными. Вот мы собираем эти группы сейчас и складываем этот Синтез [8, с. 3]. Синтез – процесс реального и воображаемого объединения различных сторон, частей предметов в целостную систему. Синтез – это чисто метагалактическое бытиё и естество [8]. Если у нас сложилась Философия Синтеза, то **из Философии Синтеза должна появиться наука Синтеза, как одна из наук.** И это будет наука о ком? **О человеке, как базовой позиции наблюдателя** [8, с. 6].

Научная картина мира — целостная система представлений о защите свойства и закономерности природы, а возникающее в результате обобщения и синтезе основных естественно научных понятий и принципов. Мы постепенно приходим к выводу такому, что мы очень многого не знаем там, в галактиках, но все наши данные постепенно говорят о том, что и на нашей Планете и в галактиках есть внешнее управление процессами. Логика, связи, да, тех явлений, которые вы находите она субъектна логика. Объект найденный, предмет это реальный компонент жизни, а соединение их – это субъект. Вот вся философия, которая от древних времён и до настоящего времени, западная философия всех мер, она, собственно говоря, и занимается попыткой найти общую композицию эволюции мира, сознания культуры мироздания. Но в ней, в самой философии, используется научные факты, допуски. Если это скажем, теософская часть философии, да, тогда допускается Бог, Сотворение, креационизм, а связи они логически. А логически – это субъектные вещи. То есть, если хотите, выстраиваете логически, если хотите, маршрут гипотез. Значит, если сказать о существующей научной картине мира, то в ней присутствует фактическая сторона и философско-логическая сторона или

может рационально-логическая сторона, которая складывает как из мозаики, которую вы сможете увидеть, различить [4].

Глава ИВДИВО В. А. Сердюк говорит – есть Отец, который управляет разными возможностями, всё! То есть, если академическая наука не нашла выхода из этой парадигмы и возвращается к этой идее, корректно материально назвать это «внешним управлением», можно просто сокращённо – Отец [7, с. 11].

Наука – это сфера познавательной деятельности [1], основанная на допущении существования реального, не зависит от субъекта познания мира, все процессы которого подчинены закономерностям, доступным познанию с помощью чувств и мышления. Наука – это сфера человеческой деятельности [1], функцией которой является выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности; одна из форм общественного сознания. В ходе исторического развития наука превращается в производительную силу общества и важнейший социальный институт.

Наука неотделима от философии и не может развиваться в ее отсутствие. Наука не отвечает в своем современном социальном и государственном месте в жизни человечества тому значению, которое она имеет в ней уже сейчас реально. Это сказывается и на положении людей науки в обществе, в котором они живут, и в их влиянии на государственные мероприятия человечества. В их участии в государственной власти, а главным образом, в оценке господствующими группами и сознательными гражданами – «общественным мнением» страны – реальной силы науки и особого значения в жизни ее утверждений и достижений [3]. Науку Вернадский В. И. воспринимал не как систему догматизированных положений современности, а гораздо шире: он воспринимал ее глубоко, динамически и исторически, как живое растущее целое и блестяще знал ее прошлое [5].

Наука, будет заниматься знаниями через познание сути – это будет современная другая наука. Но цивилизация без науки не существует. Наука – это не только исследования, это картина мира – нужна некая парадигма, как мы

смотрим на мир или хоть какие-то варианты парадигмы. *Наука создаёт варианты парадигмы* – как правильно, как неправильно смотреть, по сути.

На изменении научных традиций настаивает В. А. Сердюк. Сложить Науку Синтеза по правильным научным законам, нужна фактологическая база (обобщения, статьи) [8]. Поэтому Решением Отца была развёрнута ИВ Метагалактическая Академия Наук ИВО (МАН), также утверждена Парадигма Науки ИВО, утверждено явление шестнадцати Эталонных Наук ИВО, табл. 1 [2] и Матрица организации научной деятельности ИВМАН, табл. 2 [2].

Таблица 1

Метагалактические Науки ИВО

Метагалактической Науки Синтеза	Метагалактической Науки Физики
Метагалактической Науки Дома	Метагалактической Науки Голомики
Метагалактической Науки Человека	Метагалактической Науки Космического Синтеза
Метагалактической Науки Языка	Метагалактической Науки Экономического Синтеза
Метагалактической Науки Математики	Метагалактической Науки Исторического Синтеза
Метагалактической Науки Психодинамики	Метагалактической Науки Технологического Синтеза
Метагалактической Науки Биологии	Метагалактической Науки Общественного Синтеза
Метагалактической Науки Химии	Метагалактической Науки Плана Творения

Таблиця 2

Матрица организации научной деятельности

Эталоны Наук ***13***	**Парадигма** ***14***	**Научный Синтез** ***15***	**Наука ИВО** ***16***
Параметоды ***9***	**Истина Мудрости** ***10***	**Репликация ИВО** ***11***	**Имперация ИВО** ***12***
Познание ***5***	**Академическое Знание** ***6***	**Диссертационное Исследование** ***7***	**Метагалактический Синтез** ***8***
Позиция Наблюдателя ***1***	**Посвящённость** ***2***	**Учёность** ***3***	**Научная Воссоединённость** ***4***

Почему МАН? МАН – это расшифровка древнего понятия, и мы его ввели как Метагалактическую Академию Наук, подняв этим много Тез, смыслов и сути на нашей Планете на новый уровень, для развития академической науки в новой эпохе – совершенно по-другому [8]. Задача науки не в том, что она наука, а в том, что она складывает знания. И наши знания о Метагалактике и опыт правильный надо сложить в знания, передать другим поколениям, на основе этого знания вырастут новые методы, сложится новая практика, и человечество будет развиваться. Смысл академии наук в сложении знаний о Метагалактике, которых у нас настолько много, что даже философия наша уже складывать не успевает [8, с. 7-8]. Учёный Казначéев В.П. говорил,

что оказывается недостаточность современной картины мира. Она с одной стороны связана с той догмой, с той парадигмой, которая постепенно из субъектных связей, очень жёстко превратилась в современную парадигму или научные парадигмы. В современной научной картине мира по существу, субъектная сторона становится всё больше и больше преобладающей. Чтобы логика в научной картине мира в гипотезе отложилась в человека, он опирается на факты и если этих фактов недостаточно или факты по временным локализациям они не достаточно твёрдые, то наша субъектность, а по сколько она идёт через компьютеры с академических кафедр, миром принимается, как состоятельна, как несомненна [4].

В конце XIX века начале XX века намечаются попытки превратить изучение также личности учёного, процесса его творчества в предмет специального исследования. Начиная со средины XX века, научно-технический прогресс превратил науку в одну из массовых профессий, актуальной стала проблема профотбора и подготовки научных кадров определенного профиля и с нужными психологическими параметрами [9, с. 26]. Результаты теоретического и эмпирического изучения индивидуально-типологических особенностей личности исследователя современных исследований позволил выделить два основных направления: 1) сквозь призму профессии и требований ГОСТа к подготовке научных работников; 2) в контексте изучения психологических особенностей творческой индивидуальности. При этом в просмотренных попытках типизации исследователя была определена особая роль в структуре личности мотивационных компонентов (целей, ценностей и смыслов) [9, с. 38].

Что же нужно сейчас? Мы должны вложить субъекта сюда – с позицией наблюдателя, самое сложное для науки – *парадигма*, то есть, мы должны науку перевести с двоицы, двухмерность, на четверицу [8, с. 9].

Объект	Предмет исследования
Парадигма	Субъект

Нужно осмыслять корректность явления истинности путём обработки базы научных данных, помня, что наука – это обработка базы данных [8].

Новые стандарты научного исследования: субъект, объект и предметное поле исследования, матрица стандарта научного исследования, табл. 3 [2].

Таблиця 3

Матрица Стандарта Научного Исследования

	Субъект исследования	Позиция Наблюдателя	Объект/предмет исследования	План Творения
Ивдивное	Вид Человека	Синтез Реальностей Мг	Анализ и Синтез Объекта	Сфера Исследования
Иерар-хическое	Мировая дееспособность	Виды организации Материи	Обобщение Объекта	Описательная часть возможностей
Внутреннее	Синтез частей	Инструменты Исследования	Цели и задачи Исследования	Инструментарий и аппараты Исследования
Внешнее	Готовность к Научному Исследованию	Научная компетентность	Предмет Исследования	Путь Исследования

Область научного синтеза и анализа – *методика научной работы, как наука* начинается с методов и методологии исследования – ракурс другой, табл. 3.

Выводы и рекомендации. 1. Нужно применять стандарты научного исследования: *субъект, объект и предметное поле исследования* – задача науки складывать знания. **2.** Предложенную матрицу стандарта научного исследования необходимо начать применять в практике функции управляющей системы и функции, как специальной сферы регулирования деятельности. **3.** Результаты научного исследования должны быть дополнены, откорректированы и обобщены для дальнейшего применения в науке, практике и образовании. **4.** Развитие науки идёт: 1. антропным принципом во Вселенной: вся Вселенная созидает нас; 2. используя принцип Наблюдателя – хотим мы этого или нет, есть *главным* условием для реализации интеллектуального потенциала в сфере научной деятельности.

Литература:

1. О научной и научно-технической деятельности: Закон Украины от 26 ноября 2015 года №848-VIII. // [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/848-19.

2. Распоряжение (10) Изначально Вышестоящая Метагалактическая Академия Наук Изначально Вышестоящего Отца. // [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://синтез.орг.

3. Вернадский В.И Научная мысль как планетное явление. [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://vernadsky.lib.ru/e-texts/archive/thought.html.

4. Казначе́ев Влаиль Петро́вич. Слияние науки и веры. Российский учёный в области медицины, биофизики, экологии, социологии, педагогики — человековедении в целом; доктор медицинских наук, академик РАМН, профессор, советник при дирекции ГУ НЦКЭМ СО РАМН // [Електронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=uW8r45xLYB8.

5. Мочалов И.И., Оноприенко В.И. В.И.Вернадский: Наука. Философия. Человек. Кн. 1. Наука в исторических и социальных контекстах. М.: ИИЕТ им. С.И.Вавилова РАН, 2008. 408 с.

6. Сердюк В.А. Странное слово Фасинтез. [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fasintez.info/.

7. Сердюк Виталий. Вера Отца. Текст. 2012 с. 152// [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://синтез.орг/архив.

8. Радова А. Метагалактическая Академия наук. Сердюк В.А. Текст // [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://синтез.орг/архив.

9. Кривцова Н.В. Профессиональные предпочтения и психологические особенности личности исследователя информационных ресурсов. // Наука і Освіта № 7, 2016. – с. 26-39.

Татомир І. Л., *к.е.н.,*
Доцент кафедри економіки та менеджменту
Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

ВИКЛИКИ НОВИХ МОДЕЛЕЙ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ДЛЯ СЕКТОРУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Питання добросовісного використання та інтелектуальної власності на вміст масових відкритих онлайн-курсів стали предметом наукових дебатів, через їх істотний вплив на різні зацікавлені сторони й потенційно значущі наслідки. Найбільш потужне лобі академічної власності на навчальні матеріали притаманне США, які зберегли традиції «винятковості професії вчителя» для роботи за наймом. У законі «про авторське право» йдеться, що у випадку зробленої роботи за наймом, роботодавець або інша особа, для якої підготовлена робота вважається її автором і, якщо сторони чітко не вказали інші умови у договорі він володіє всіма правами, що містяться в авторських правах.

Американська асоціація професорів іменитих університетів наполягає на наявності конкретної угоди між викладачами та їхніми університетами, за принципами академічної свободи, професори мають мати право розробляти зміст та матеріали курсу, а також володіти будь-якою інтелектуальною власністю, яку вони створюють, окрім випадків, за яких робота не є спеціально замовленою або фінансується за рахунок грантів (напр., Університет Карнегі Меллона), що дозволяє творцеві зберігати всі права на навчальний матеріал.

З часу появи перших МВОК уряди країн вдалися до перегляду закону «Про інтелектуальну власність». У 2000 році CUCFA (Рада університетів каліфорнійських факультетських асоціацій) успішно лобіювала законодавство про те, що окремі професори, а не університет, володіють інтелектуальною власністю у своїх живих виступах та матеріалах курсу. Вплив цього законодавства полягає в тому, щоб розглядати запис та повторне використання курсів таким же чином, як і інші форми викладання факультету, а також встановити, що Університет не має більше прав публікувати курси без письмової згоди професорів.

Перш ніж ефективно співпрацювати з третьою стороною – онлайн-провайдерами університети мають узгодити питання авторських прав зі своїми факультетами. Кожен конкретний навчальний заклад має скласти угоду з ними. Інституції можуть переглянути поточну політику щодо інтелектуальної власності в контексті змісту курсу та співпрацювати з факультетом для вивчення того, наскільки ефективно ці існуючі політики можуть застосовуватися до курсів, що пропонуються на платформі МВОК. Оскільки обидва інститути та викладачі мають інтереси за змістом курсу, розглядаючи лише курси на базі кампусу та ігноруючи феномен МВОК, це може призвести до розбіжностей. При формуванні політики чи угод інститути та факультети можуть розглядати такі питання, як унікальність пропонованого курсу, права комерціалізації, категорії матеріалів курсу, інституційні звичаї та норми та основні інтереси всіх зацікавлених сторін [2]. Курси та їх вміст, що розміщуються на платформі МВОК, можуть відрізнятись від навчальних

програм на базі кампуса. Існують певні обставини, за яких вміст курсу може бути присвоєний установі. Якщо навчальний заклад надає програму курсу, то онлайновий курс та його вміст не може належати професору.

Так, для прикладу, профспілки факультету Каліфорнійського університету в Санта-Круз лобіювали 12-річний Каліфорнійський закон, щоб гарантувати, що факультети, а не університети - володіють правами інтелектуальної власності на лекції та матеріали курсу. Проте перед тим, як професори зможуть викладати свої курси на Coursera, вони повинні відписати ті права університету, щоб університет міг надати професорську роботу Coursera. Власний контракт університету з Coursera залишається нейтральним і говорить лише про те, що права будуть залишатися за відповідним інструктором та університетом. Але профспілка зазначила, що відносини між університетом та професорами, пов'язані з Coursera, можуть розглядатися як зміна умов працевлаштування.

Основною умовою для використання матеріалів університетських курсів провайдерами МВОК є наявність відкритих ліцензійних параметрів, таких як GNU Lesser General Public icense (LGPL) або Creative Commons (CC) виключно в некомерційних цілях. Вони, як правило, використовується, коли автор або власники авторських прав хочуть надати користувачам право використовувати їх роботу та адаптувати інші матеріали для інтерактивного вмісту. При цьому платформи отримують дозвіл на доставку курсів, а не право володіння ними. Наприклад, Великобританія вимагає, щоб її постачальники та університети отримали Creative Common License для цілей МВОК. Слід зазначити, що МВОК, які видають вміст курсу за ліцензіями Creative Commons, автоматично надають користувачам дозволи на внесення доповнень до змісту у вигляді перекладів матеріалів, субтитрів, кодування, стенограми або відео-анотацій, вироблених у відповідь на запити про доступність. Так, курси MIT Open CourseWare були перекладені щонайменше на 10 мов, включаючи іспанську, португальську, китайську, тайську, французьку, німецьку, в'єтнамську та українську [1]. Coursera та Udacity вже активно декілька років поспіль

працюють за цією схемою, зробивши свої відеокурси доступними на YouTube за ліцензією Creative Commons 3.0, згідно з якою відео можна переглядати та публікувати в некомерційних цілях .

Кожен постачальник надає дуже чітке пояснення щодо того, як вони ліцензують вироблену користувачем роботу. Огляд платформ Coursera, Udacity та edX, показав, що як правило, кожна компанія використовує в основному один і той же підхід. Відповідно до Умов та правил Політики прийнятного користування та Кодексу честі керівництво платформ зобов'язується надавати користувачеві обмежену, особисту, невиключну, непередавану та відкликану ліцензію для використання послуг платформи. Користувач отримує право завантажувати вміст з Служб провайдерів тільки для особистого некомерційного використання, окрім умов за яких він не отримав письмового дозволу, щоб за іншим призначення використовувати вміст. Крім того, споживач послуг повинен прийняти умову, що використовуватиме лише один обліковий запис користувача, і не надаватиме доступу стороннім особам до нього. При цьому використання сервісів платформи не дає користувачеві права інтелектуальної власності на послуги чи вміст, який він отримує. Провайдер, також залишає за собою право скасувати, переривати або перепланувати будь-який курс. Служби дозволяють авторам ділитися своїм вмістом, наприклад домашніми завданнями, вікторинами, іспитами, проектами та іншими наданими дорученнями, повідомленнями, які вони роблять на форумах тощо («Вміст користувача»), з інструкторами або іншими користувачами. Автор зберігаєте всі права інтелектуальної власності на вміст Користувача, яким він ділиться, і несе відповідальність за це.

Отже, як бачимо цифрове середовище пропонує багато можливостей щодо різних способів експлуатації навчальних матеріалів, можливості їх відтворення та передачі мільйонам користувачів. Однак з іншого боку цифрові технології дозволяють користувачам диктувати умови використання своїх матеріалів легше, ніж раніше.

Література:

1. Vollmer T. Keeping MOOCs Open / T. Vollmer. – Creative Commons, 2012. – URL: https://creativecommons.org/2012/11/01/keeping-moocs-open/
2. Meloy A. Legal Watch: Who Owns Your MOOCs? Updating Intellectual Property for the Modern Era / A. Meloy // American Council on Education. – 2013. – No5. – URL: http://www.acenet.edu/the-presidency/columns-and-features/Pages/Legal-Watch-Who-Owns-Your-MOOCs.aspx

Mykhaylo Holubka, *Ph.D. in economics,*
Docent Katedry
Marketingu, Ekonomii, Zarządzania i Administracji
Narodowa Akademia Zarządzania (Kijów)
Mykhaylo Holubka
Student III roku na kierunku: „Finanse, bankowość i ubezpieczenia”
Uczelnia Wyższa „Lwowskie Spółdzielcze Kolegium Ekonomii i Prawa“(Lwów)

ORGANIZACJA RUCHU SPÓŁDZIELCZEGO I JEJ WPŁYW NA SPOŁECZNO-GOSPODARCZY POZIOM ŻYCIA UKRAIŃCÓW W DRUGIEJ POŁOWIE XIX – POCZĄTEK XX WIEKU

Organizacje ruchu spółdzielczego sprzyjały rozwojowi ludności wiejskiej poprzez stymulowanie innowacyjnych i zaawansowanych europejskich metod gospodarowania, co przyczyniło się do wewnętrznej spójności ukraińskiego chłopstwa, a zatem stawało się ważnym warunkiem wstępnym dla podniesienia jego kultury gospodarczej i poprawy społeczno-gospodarczego poziomu życia.

Znaczącą rolę w rozwoju ruchu spółdzielczego na Ukrainie odegrał Kościół greckokatolicki, którego przedstawiciele promowali ideę spółdzielczą, zainicjowali stworzenie organizacji spółdzielczych w swoich parafiach, zarządzali nimi. Spółdzielczość wspólnie z „Proswitą“, „Ridną Szkołą“, „Związkiem Ukrainek“, „Silskym Hospodarem“ i innymi organizacjami obywatelskimi sprzyjała podniesieniu poziomu życia ludności.

W szczególności ukraiński Kościół greckokatolicki odegrał bardzo ważną rolę w zapewnieniu narodowego odrodzenia ludności na terenie Zachodniej Ukrainy. Kapłani odgrywali główną rolę w zapewnianiu spójności społeczeństwa w celu

rozwiązania zadań ogólnonarodowych oraz odzyskania niepodległości i przywrócenia świadomości narodowej Ukraińców na terenie Zachodniej Ukrainy.

Metropolita Kościoła – Andrzej Szeptycki polecał kierownikom spółdzielczości na terenie Ukrainy aktywne angażowanie duchownych w pracę w organizacjach spółdzielczych.

Warto zauważyć, że duchowieństwo greckokatolickie stymulowało podniesienie duchowej głębi, szerokości pomysłu i podejścia twórczego do codziennych spraw gospodarczych w zakresie rozwoju ruchu spółdzielczego, przekształcało go we wpływową siłę gospodarczą i polityczną, która zapewniała materialne wsparcie procesowi formowania i rozwoju świadomości narodowej Ukraińców.

Rozwój ruchu spółdzielczego na Ukrainie odbywał się poprzez stymulowanie światopoglądu chrześcijańskiego, które stale wymagał podniesienia duchowej doskonałości człowieka. Wynikała konieczność rozwoju konkretnych spraw dla dobra ludzi na ziemi. W szczególności duchowieństwo greckokatolickie, które miało orientację narodową, pragnęło wykorzystać spółdzielczość w celu ochrony interesów narodowych Ukraińców i zaspokojenia ich potrzeb kulturowo-narodowych i duchowych. Właśnie duchowieństwo greckokatolickie rozumiało, że siła spółdzielczości jest nie tylko w wynikach działalności gospodarczej spółdzielni, ale również w formowaniu i rozwoju ludzkiej solidarności i wzajemnej pomocy. Ruch spółdzielczy okresu przedwojennego i międzywojennego pobudzał do zjednoczenia ludzi na zasadach duchowych i chrześcijańsko-etycznych. Aktywna współpraca chrześcijańskich partii politycznych z organizacjami spółdzielczymi na Ukrainie umożliwiała wzmocnienie pozycji Kościoła greckokatolickiego w życiu publicznym na terenie Wschodniej Galicji. Autor zauważa, że związki polityczne duchowieństwa greckokatolickiego na terenie Wschodniej Galicji twierdziły, że spółdzielczość odgrywa ważną rolę w zapewnianiu świadomości narodowej obywateli.

W tym czasie istniało wiele ukraińskich spółdzielni, które jednoczyły po kilku księży greckokatolickich. Tak więc, w radzie nadzorczej domu handlowo-przemysłowego „Dostawa“ we Lwowie z 14 osób było 9 księży; w dyrekcji składającej się z 6 osób było ich 3. Istniały również spółdzielnie kapłanów, w

szczególności miejska spółdzielnia konsumencka „Pomoc kapłańska ukraińskiego duchowieństwa katolickiego“ w Stanisławowie, spółdzielnia kapłanów „Własna pomoc“ we Lwowie, warto również zauważyć, że prawie zawsze inicjatorami przemian gospodarczych na ziemiach Galicji w okresie koniec XIX – początek XX wieku byli księża greckokatoliccy. Duchowieństwo przyczyniło się do rozwoju ukraińskiej spółdzielczości, podnosząc w ten sposób materialny poziom chłopstwa. Duchowieństwo również sprzyjało wzmocnieniu pozycji ukraińskiej wsi.

Chłopi na terenie Ukrainy przyczynili się do umiejętnego połączenia naturalnej pracowitości z chęcią i gotowością do wprowadzania innowacji gospodarczych do swojej działalności gospodarczej. Dość zorganizowany system kształcenia spółdzielczego stymulował rozwój patriotycznie nastawionych ukraińskich obywateli.

Poprawa rozwoju relacji instytucji narodowych z partiami politycznymi przyczyniła się do zapewnienia skuteczności działań publicznych ukraińskich organizacji spółdzielczych. Ukraińska spółdzielczość była również źródłem materialnego wsparcia dla organizacji krajowych społeczno-politycznych i kulturalno-oświatowych.

Tak więc rozwój ruchu spółdzielczego na terenie Ukrainy miał pozytywny i rzeczywisty wpływ na wszystkie aspekty życia narodowego Zachodniej Ukrainy, przyczynił się również do wewnętrznej spójności ukraińskiego chłopstwa, podniesienia gospodarczego poziomu życia.

Spis literatury:

1. Odrodzenie spółdzielczości na suwerennej Ukrainie i jej podstawy moralno-etyczne // Problemy społeczno-gospodarcze kompleksu wydawniczo-poligraficznego (KWP) i jego infrastruktur: zbiór materiałów konferencji – Lwów: Ukraińska Akademia Drukarstwa, 1996. – S. 251–254.

2. Osobliwości rozwoju poglądów i opinii ekonomicznych metropolity A. Szeptyckiego w kształtowaniu wiedzy ekonomicznej wśród społeczności // International scientific conference Economy and Management: Modern Transformation in the Age of Globalization. – Klaipeda; Lithuania: Baltija Publishing, 2017. – Part I. – P. 1-3.

3. Kształtowanie wiedzy ekonomicznej w działalności struktur edukacyjnych, gospodarczo-spółdzielczych na ziemiach zachodnioukraińskich oraz ich wpływ na gospodarkę regionu i edukację ludności // Perspektywy rozwoju gospodarki

narodowej: zbiór materiałów konferencji / Wschodnioukraiński Instytut Ekonomii i Zarządzania. – Zaporoże: GO „SIEU“, 2016. – S. 34–36.

Секція 2. Світове господарство і міжнародні економічні відносини

Novik I. O., *candidate of economic sciences,*
associate professor
associate professor of the department of management of
innovative entrepreneurship
and international economic relations,
NTU "KhPI", Kharkiv

REGULATION OF FOREIGN TRADE ACTIVITY IN THE TERRITORY OF UKRAINE

The presence of state regulators of various types is a prerequisite for the development of foreign economic activity and in particular trade. In world practice there is a tendency to develop common regulatory documents, which guided most of the developed countries of the world. In these countries, foreign economic activity is considered as part of the foreign policy of the state and the national economic policy, therefore it is subject to regulation by the state. The main principles of regulation of foreign economic activity in Ukraine are:

- the principle of sovereignty of the people in Ukraine;
- the principle of freedom of foreign economic enterprise;
- the principle of legal equality and non-discrimination;
- the principle of the rule of law;
- principle of protection of interests of subjects of foreign economic activity;
- the principle of equivalence of exchange.

Today Ukraine's integration into the world economic space is a mandatory task for building its statehood and economy. But in order for this process really brings the expected results, it is necessary to understand and implement several important provisions. They should be based on:

- knowledge and forecasting of trends in changes in the foreign economic

environment (the system of world economy), in which the national economy of Ukraine should function, as well as the adoption of its internal economic "regulations";

- a clear concept of the necessary - balanced with national interests - the transformation of the national economy, which could provide an effective interaction with the world economy based on a high level of a competitive economy.

Our state is the only part of the system of world economy, and how this process will take place depends not so much on the dynamics of foreign trade, but primarily on the possibility of further social and economic development of the state as an organic sub-system of the world economy. In the process of integration into the world economy, Ukraine will be faced with enormous difficulties. This is due to a number of reasons.

Firstly, Ukraine has not yet fully determined the main directions and mechanisms of structural adjustment of the economy, the criteria of which should be determined taking into account the peculiarities of the development of the world economic system, as well as the real possibilities of integration of Ukraine into it.

Secondly, the issue of security in the sphere of foreign economic relations, as well as economic security in general, is very urgent, which needs to be solved from the standpoint of an active competitive confrontation on the world market.

In the third, there are obvious contradictions of a regional nature, whose solutions are possible only through long-term contractual principles, through active inclusion in integration processes, the definition of global national priorities and their balancing with other existing in the world economic economy.

In the fourth, attempts at active dialogue and dialogue with international financial institutions - both guarantors of Ukraine's entry into the world market and the renewal of the economy - are still causing an inadequate response from the broader circles of the Ukrainian public, since the country's landmarks have not been clearly defined either in the development of its "internal" economy, not in search of its future place in the world economy.

Export orientation of the economy and the liberalization of foreign economic

relations - as the main task of Ukraine's foreign economic policy - require the identification of existing and potential competitive advantages of Ukrainian commodity producers, as well as the reasons for their formation, and the mechanism for implementing these advantages. And this question should be considered in two planes:

1) From the perspective of preferences based on factors of production;

2) From positions obtained (that is, those created by society) competitive advantages.

The key to understanding our positions on the external market is an integrated competitiveness criterion - the level of resource efficiency. Ukraine has significant natural advantages: sufficient labour force, favourable geographic location, rich natural resources, etc. But these are only potential benefits that are still required to be developed and implemented.

The country's export potential is also the ability of the national economy to reproduce its competitive advantage on the world stage.

The competitiveness of the national economy is a decisive criterion, which needs to be addressed in solving the problems of liberalization of foreign economic relations and the level of openness of the economy, which is the first stone in the foundation of foreign policy.

Толок П. О.
аспірант відділу фінансової безпеки
Національного інституту стратегічних досліджень

ПРІОРИТЕТИ МІЖНАРОДНОГО ВОЄННО-ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

З розгортанням російської воєнної агресії проти України одним із головних пріоритетів національної оборонної промисловості стало забезпечення Збройних Сил, інших військових формувань та правоохоронних

органів держави озброєнням та військовою технікою [1]. В руслі зміцнення сектору безпеки і оборони 21 червня 2018 року прийнято Закон України «Про національну безпеку України» [2].

Критична ситуація на сході України зумовила активізацію та налагодження не властивої раніше для підприємств оборонно-промислового комплексу імпортної діяльності. Україна за короткий час провела комплексну роботу на міжнародному ринку озброєння з налагодження поставок озброєння та військової техніки (ОВТ) закордонного виробництва та комплектуючих для власного виробництва в інтересах сектору безпеки та оборони.

Разом з тим, однією з головних проблем, що гальмує розвиток міжнародного воєнно-економічного співробітництва (МВЕС) є відсутність прав оборонних підприємств щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) під наглядом держави, але без спеціальних експортерів - посередників. Надання таких прав є вимогою часу та поширеною світовою практикою. Їх наявність у національного виробника значно поширює його можливості щодо імпорту комплектуючих для власного виробництва, експорту ОВТ власного виробництва та створить необхідні умови для розширення присутності на українському ринку іноземних оборонних компаній і, відповідно, залучення новітніх оборонних технологій та інвестицій у оборонну галузь.

Така ситуація потребує суттєвих змін в системі МВЕС, які сприятимуть лібералізації зовнішньоекономічної діяльності з товарами та послугами військового призначення та подвійного використання для суб'єктів оборонної галузі усіх форм власності.

Одним з головних пріоритетів державної політики у сфері МВЕС у 2017 році було наближення законодавства України до європейських стандартів щодо лібералізації зовнішньоекономічної діяльності з продукцією військового призначення та подвійного використання. Проведена робота стосовно надання державним замовникам можливості самостійно проводити імпортні операції із закупівлі необхідних їм товарів військового призначення та внесення змін до порядку надання повноважень вітчизняним оборонним підприємствам різних

форм власності на імпорт товарів військового призначення для використання у власному виробництві та експорту товарів військового призначення власного виробництва.

Так, Указом Президента України від 26 червня 2018 року № 185/2018 введено в дію Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 26 червня 2018 року «Про вдосконалення державної політики щодо забезпечення Збройних Сил України та інших військових формувань оборонною продукцією іноземного виробництва, а також сприяння розвитку співробітництва оборонних підприємств України з іноземними партнерами» [4], яке можна вважати першим суттєвим кроком що наближує законодавство України до європейських стандартів щодо лібералізації зовнішньоекономічної діяльності з продукцією військового призначення та подвійного використання.

Значні потреби військових формувань у забезпеченні сучасним озброєнням та необхідність інноваційного розвитку підприємств оборонної галузі вимагають зміни підходів до міжнародного воєнно-економічного співробітництва в цієї сфері. Головними його пріоритетами слід визначити:

- задоволення потреб українських військових формувань в необхідних ОВТ за рахунок імпорту. Виходячи з аналізу світового досвіду з організації закупівлі необхідного озброєння, вибір переможців, проведення переговорів щодо укладання міждержавних угод та контрактів, підготовка офсетних програм та укладання офсетних угод в рамках основних угод щодо імпорту необхідних зразків та систем ОВТ покладаються на відповідні структури міністерств оборони більшості країн. Важливим кроком з удосконалення існуючої системи закупівель ОВТ має стати надання державному замовнику – Міністерству оборони України – повноважень щодо самостійного здійснення повного циклу закупівлі ОВТ за імпортом, а саме, без залучення посередників-держспецекспортерів із ДК «Укрспецекспорт». Такий крок не буде суперечити загальносвітовій практиці і виправить існуючі нормативно-правові неузгодженості;

-збереження традиційних та освоєння нових ринків ОВТ. Робота на світовому ринку, не дивлячись на внутрішні потреби у сучасному озброєнні для успішної протидії військовій агресії з боку РФ, залишається суттєвим джерелом надходження валютних коштів для розвитку власного ОПК.

Так, за даними сайту ДК Укроборонпром [5] Україні вдалося утримати інтерес Пакистану, і ось результат: в Ісламабаді 2016 року підписано меморандум про обслуговування танкового парку цієї країни — це і поставки машино-трансмісійних відділень (МТВ) й інших комплектуючих, і просування на ринок лінійки двигунів серії 6ТД. Ідеться про замовлення на більш ніж 600 млн дол. Тривала й загалом ефективна робота на ринку Азербайджану стала передумовою для реалізації великого проекту з передачі технології виробництва Ан-178 цій країні. Те саме можна сказати і про Алжир, який підписав цього року контракт на закупівлю українських переносних протитанкових ракетних комплексів (ПТРК) «Скіф» — саме з Алжиром пов'язані перші успіхи українського ДККБ «Луч» зі створення високоточної зброї, і це було ще 1999 року. Не випадково з'явилися перспективи й на ринку Індонезії, з якою ще 1997 року «Укрспецекспорт» підписав перший контракт на ремонт партії бронетехніки. Тепер ДК «Укроборонпром» розраховує розвинути ідею ліцензійного виробництва плаваючих колісних бронетранспортерів БТР-4М з колісною формулою 8х8. А ось іракський ринок Київ майже втратив — і через якість роботи, і внаслідок активності російських спецслужб;

- використання МВЕС з метою формувати союзників та партнерів задля усунення Росії як конкурента на ринку ОВТ. З метою прискорення переорієнтації діяльності ОПК на співробітництво з країнами ЄС та НАТО особливу увагу слід приділити наступним питанням:

залучення іноземних оборонних компаній до ремонту парку авіаційної техніки Збройних Сил України, зокрема постачання необхідних комплектуючих, вузлів та агрегатів;

постачання комплектуючих, обладнання та устаткування для виробництва а також модернізації зразків вітчизняного озброєння і військової техніки за

проектами імпортозаміщення;

кооперація вітчизняних підприємств ОПК та іноземних оборонних компаній з виробництва боєприпасів для стрілецької зброї, стволів та гармат до артилерійських систем та бронетанкової техніки;

постачання сучасних технологій за стандартами НАТО до вітчизняних підприємств ОПК для прискорення налагодження та виробництва в Україні продукції військового призначення, в тому числі засобів протиповітряної оборони (ППО), радіоелектронної боротьбі (РЕБ), радіозв'язку та боєприпасів;

постачання комплектуючих, складових, вузлів та агрегатів для виробництва на підприємствах вітчизняного ОПК продукції військового призначення, в тому числі боєприпасів, засобів ППО, розвідки та РЕБ, а також засобів радіозв'язку.

Україні слід активно просуватися на ринки, де традиційно працювала Росія. Насамперед, це Індія і Китай, а також треті ринки, які потребують такої номенклатури ОВТ. Так, Міноборони Індії та низка компаній цієї країни підписали з Міноборони України низку меморандумів про виробництво військово-транспортних літаків і про довгострокове постачання газотурбінних установок для індійських військових суден.

Запорукою успішного використання зазначених форм МВЕС активна політика державного протекціонізму, сутність якої полягає в захисті державою інтересів підприємств ОПК України як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Головною умовою приходу іноземних компанії на український ринок є лібералізація зовнішньоекономічної діяльності у оборонній сфері та ухвала низки законів, необхідних для захисту інвестицій, інтелектуальної власності тощо.

Література:

1. Стратегія національної безпеки України. Указ Президента України №287/2015 від 27 травня 2015 р. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/287/2015.

2. Закон України «Про національну безпеку України» 21 червня 2018 року № 2469-VIII. Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2469-19/page2.

3. Стратегія розвитку ОПК України на період до 2028 року, Розпорядження КМУ від 20 червня 2018 р. № 442-р. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-oboronno-promislovogo-kompleksu-ukrayini-na-period-do-2028-roku.

4. Указ Президента України від 26 червня 2018 року № 185/2018 Про введення в дію Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 26 червня 2018 року «Про вдосконалення державної політики щодо забезпечення Збройних Сил України та інших військових формувань оборонною продукцією іноземного виробництва, а також сприяння розвитку співробітництва оборонних підприємств України з іноземними партнерами». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.president.gov.ua/documents/1852018-24402.

5. Офіційний сайт ДК Укроборонпром. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukroboronprom.com.ua/uk/

Кононенко К. П., *студентка групи 4- ОВ*
Вінницький коледж Національного університету харчових технологій,
спеціальність «Організація виробництва»
Струс Л. А., *викладач економічних дисциплін*
Вінницький коледж Національного університету харчових технологій

УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС

Європейський Союз – це унікальне об'єднання країн Європи, які через створення спільного ринку, економічного та валютного союзу, а також шляхом реалізації спільної політики й діяльності мають на меті забезпечити безперервне економічне зростання, соціальний розвиток і згуртованість країн. Діяльність ЄС заснована на чотирьох договорах. Перші три договори – Договір про створення Європейського об'єднання вугілля та сталі, Договір про створення Європейського Економічного Співробітництва, відомий як Римський договір, підписаний 25 березня 1957 року, та Договір про створення Європейського співробітництва атомної енергії – створили Європейські Співтовариства, тобто систему прийняття загальних рішень у вугільній та сталеливарній промисловості, ядерній енергетиці та інших основних галузях економіки країн ЄС. Поступово, Європейське Економічне Співтовариство взяло на себе відповідальність за широке коло питань, в тому числі за соціальну,

регіональну політику і питання охорони навколишнього середовища. Оскільки це об'єднання перестало бути виключно економічним співтовариством, згідно з четвертим договором – Договором про Європейський Союз, підписаним 7 лютого 1992 року в Маастрихті – його було перейменовано на Європейське Співтовариство. Саме цей договір і створив нову структуру, яка має як політичний, так і економічний характер і відома як Європейський Союз. Сприяючи становленню безпеки і стабільності в широкому світовому аспекті, ЄС допомагає створювати безпечніші і більш сприятливі умови життя в межах своїх власних кордонів. [1, с.86]

Переговори щодо нового базового договору між Україною та ЄС на заміну чинної Угоди про партнерство та співробітництво були започатковані у березні 2007 року (у 2008 році сторони узгодили назву майбутньої угоди – Угода про асоціацію). 11 листопада 2011 року у Брюсселі відбувся завершальний двадцять перший раунд переговорів щодо укладення Угоди про асоціацію, у ході якого були узгоджені всі положення тексту Угоди.

Під час П'ятнадцятого саміту Україна-ЄС (19 грудня 2011 р., м.Київ) лідери України та ЄС офіційно заявили про завершення переговорів щодо Угоди про асоціацію. 30 березня 2012 року у Брюсселі глави переговорних делегацій парафували Угоду. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС відбувалося в два етапи. 21 березня 2014 р. під час позачергового саміту Україна – ЄС було підписано політичну частину Угоди та Заключний акт саміту. Зокрема, було підписано преамбулу, статтю 1, розділи I «Загальні принципи», II «Політичний діалог та реформи, політична асоціація, співробітництво та конвергенція у сфері зовнішньої та безпекової політики» і VII «Інституційні, загальні та прикінцеві положення» Угоди. На саміті також була зроблена заява, що зобов'язання України, які випливають зі статті 8 Угоди про асоціацію стосовно ратифікації Римського статуту Міжнародного кримінального суду 1998 р. будуть виконані після внесення відповідних змін до Конституції України. 27 червня 2014 р. в ході засідання Ради ЄС Президентом України П.Порошенком та керівництвом Європейського Союзу і главами

держав та урядів 28 держав – членів ЄС було підписано економічну частину Угоди – розділи III «Юстиція, свобода та безпека», IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею», V «Економічне та галузеве співробітництво» та VI «Фінансове співробітництво та положення щодо боротьби із шахрайством».

16 вересня 2014 р. Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували Угоду про асоціацію між Україною та ЄС. Українська сторона передала депозитарію ратифікаційні грамоти і завершила таким чином всі внутрішньодержавні процедури.

Для того, щоб усвідомити значення підписання Угоди про асоціацію, варто розглянути деякі переваги, які містяться в неї. Перш за все, Угода про асоціацію означає для України безмитний доступ до найбільшого світового ринку для переважної більшості українських товарів, що створює значні можливості для бізнесу. Відповідно до положень Угоди про асоціацію, ЄС зобов'язався застосовувати нульові мита на товари, що імпортуються в ЄС з України з моменту набуття чинності Угодою про асоціацію. В результаті, за оцінками українські експортери будуть економити майже 500 млн. євро ($ 685 млн.) на рік, тому що більше не повинні платити мита. В цілому, український експорт в ЄС збільшиться на 1 млрд. євро на рік, зокрема очікується збільшення продажів текстилю, металів і продуктів харчування.

Крім того, Угода про асоціацію передбачає для України більш високі стандарти і більш суворі вимоги щодо безпеки продукції на внутрішньому ринку. Україна зобов'язалася запровадити європейські стандарти з метою повного наближення до процедур ЄС в галузі стандартизації, метрології, акредитації та оцінки відповідності. Це сприятиме підвищенню якості української продукції на внутрішньому ринку та формуванню позитивного іміджу України як експортера високоякісних товарів на зовнішньому ринку.

Іншим позитивним моментом Угоди про асоціацію є те, що вона сприяє формуванню більш сприятливого інвестиційного клімату в Україні через гармонізацію національного законодавства до права ЄС. Ця Угода може розглядатися як свого роду дорожня карта для боротьби з корупцією і тіньовою

економікою в Україні, створюючи тим самим середовище, яка є дійсно привабливим для іноземних інвесторів.

Незважаючи на всі згадані вище сильні сторони, Угода про асоціацію містить також і серйозні виклики. Передусім, мові йде про підвищення конкуренції на внутрішньому ринку в результаті ліквідації тарифів. Відповідно до розділу 4 Угоди про асоціацію, Україна зобов'язалася поступово скорочувати свої мита на товари з ЄС протягом перехідного періоду. Після закінчення перехідного періоду (в середньому 10 років), ставка ввізного мита в Україні повинна дорівнювати нулю для всіх промислових товарів з ЄС. Хоча в середньостроковій перспективі жорстка конкуренція може мати позитивний вплив на економіку країни, короткострокові наслідки найімовірніше будуть болючими для українських виробників.

Угода про асоціацію також сприяє збереженню протекціонізму шляхом визначення квот, які дозволяють імпортувати сільськогосподарську продукцію з України без мита. Введення квот між Україною та ЄС означає, що українські виробники можуть поставляти певну кількість товарів, що імпортуються без сплати митних зборів в ЄС. Після того, як квоти вичерпані, українські виробники повинні платити загальні ввізні мита, які застосовуються в ЄС. З огляду на, що квоти є досить невеликими, Україні вдається повністю використати їх протягом декількох тижнів або навіть днів. Угода про асоціацію також передбачає певні витрати з боку України, пов'язані з наближенням та забезпеченням дотримання європейських стандартів. Так, зокрема запровадження нових процедур в сфері сертифікації, а також створення регуляторних органів повинно здійснюватися за кошти України. Цей процес виявляє ще одну проблему: нестачу кваліфікованих кадрів. По суті, Угода про асоціацію – це входження України у спільний ринок ЄС, передусім економічна інтеграція.

Таким чином, підписавши Угоду Україна ще раз підтвердила, що вона має твердий намір приєднатися до європейського товариства, бути європейською країною, дотримуватися європейських цінностей. Ця Угода відновлює довіру у

міжнародного бізнесу до України. Оскільки, країна вперше чітко визначила свою належність до європейського простору і в перспективі це закладає стабільність у відношеннях України зі світом і з Європою, зокрема. Ця стабільність дає чіткий сигнал іноземним інвесторам, про можливість вкладати капітали в Україну.

Література:

1. Т.В. Шталь. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: Навч. Підручник. Харків: Видавництво «Форт», 2015.-364 с.
2. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua (дата звернення 18.11.2018)

Худавердієва В. А., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту, економіки та маркетингу,
Харківська державна зооветеринарна академія
Бугай А. П., *державний службовець*
Харківської райдержадміністрації

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

У останні десятиліття різко погіршала екологічна ситуація в світі. Дія людської діяльності на природне середовище і її забруднення придбали руйнівний, а у ряді випадків і необоротний характер. Високі і не завжди виправдані темпи витрачання природних ресурсів привели до безпрецедентного тиску на природний потенціал планети. Напередодні третього тисячоліття людство опинилося перед новими викликами. Загальні особливості всіх цих проблем полягають в тому, що вони: набули загальносвітового характеру, зачіпають інтереси народів всіх держав; загрожують людству серйозним регресом в подальшому розвитку продуктивних сил; потребують невідкладних рішень і дій по подоланню і запобіганню небезпечних наслідків і погрозам життєзабезпеченню і безпеці громадян; вимагають колективних зусиль і дій з боку всіх держав, всієї світової спільноти [2-4].

Погіршення стану навколишнього людину природного середовища вплинуло на всі найважливіші її компоненти - атмосферу і клімат, водні

ресурси і Світовий океан, надра, рослинний і тваринний світ. Особливу небезпеку представляє високий рівень забруднення атмосфери в результаті викиду промисловими об'єктами і автомобільним транспортом отруйливих речовин. Інша загроза - виснаження озонового шару в атмосфері в результаті виробництва і використання холодильних реагентів, аерозолів і т. ін. [5].

Світова громадськість висловлює також велику заклопотаність з приводу так званого тепличного (парникового) ефекту - загального потепління клімату, що викликається накопиченням в атмосфері вуглеводнів в результаті спалювання мас викопного палива і деревини. За останні десятиліття помітно погіршав загальний стан водних ресурсів - річок, озер, водосховищ, внутрішніх морів. Значного збитку завдається лісовим ресурсам миру, що багато в чому визначають стан і якість біосфери. Скорочення біологічної різноманітності Землі - ще одне украй тривожне слідство антропогенної дії на природне середовище [1].

Суть проблеми енергозабезпечення полягає, по-перше, в загальному погіршенні природно-географічних умов виробництва мінерального палива і, як наслідок, значному зростанні витрат на геологорозвідку, здобич і транспортування енергоносіїв на великі відстані. По-друге, задоволення високих потреб в енергоресурсах відбувалося переважно екстенсивним шляхом - шляхом залучення в оборот все нових і нових об'ємів енергоресурсів, їх марнотратного, не завжди виправданого витрачання. По-третє, з розширенням масштабів енергоспоживання в світі різко зросло забруднення природного середовища. По-четверте, існуючий рівень розвитку продуктивних сил і технічного прогресу не дозволяє світовій спільноті забезпечити повну гарантію безпеки заміни традиційних джерел енергії альтернативними, перш за все ядерної [3-4].

Брак продовольства, періодичні спалахи голоду, хронічне недоїдання великих мас населення супроводжували розвиток людства на всьому протязі його історії. Світове виробництво продуктів харчування, як правило, не встигало за загальним зростанням народонаселення.

Загальносвітові проблеми, як вже наголошувалося, найтіснішим чином пов'язані з демографічною ситуацією. Крупні зміни, що відбуваються в динаміці і структурі народонаселення, в його географічному розміщенні на території Землі, надають сильну дію на навколишнє середовище, стан природних ресурсів, рівень енергозабезпечення, продовольчу безпеку. Демографічні зрушення другої половини XX в. виявилися такими серйозними, що вони перетворилися на самостійну проблему світового значення [6].

Дотепер йшлося про глобальні проблеми, що виникають у сфері відносин людини і суспільства з природою, відтворення людських ресурсів. Але людство оточує не тільки природне, але і соціальне середовище. І від того, наскільки держава і суспільство здатні забезпечити своїм громадянам безпеку, залежить життєздатність і життєдіяльність кожної людини, кожної особи.

Людство в першій половині нинішнього сторіччя не змогло створити надійної системи безпеки: дві світові війни і криваві революції понесли життя багатьох десятків мільйонів людей. Особливість другої половини XX в. полягає в тому, що світова спільнота зуміла запобігти головній загрозі міжнародної безпеки - загрозу розв'язування нової, цього разу термоядерної війни, здатної знищити все живе на Землі. Але залишається зброя масового знищення – ядерна, хімічна, бактеріологічна. Продовжує створюватися новий вигляд озброєнь. Зберігання запасів, рівно як і знищення такої зброї, зв'язане не тільки з величезними фінансовими витратами, але і з погрозами для безпеки населення і навколишнього середовища [7].

Світова спільнота другої половини XX в. зробило великий крок вперед у бік демократії, захисту прав людини і основних свобод, поліпшення економічних і соціальних умов життя людей. Загальна злочинність в світі з кожним роком збільшується. Характерна межа сучасної злочинності - її організований характер. Як ініціатори і виконавці злочинів виступають не стільки окремі особи, скільки добре організовані угрупування, оснащені новітніми системами зброї, засобами зв'язку і комунікацій, охоронною

сигналізацією, прослуховуючими пристроями, радіотелевізійними і комп'ютерними мережами [5-6].

Злочини міжнародного характеру не відносяться до злочинів проти людства, найстрашніших з яких опинилася гітлерівська агресія проти народів Європи, що призвела за собою загибель десятків мільйонів людей. Але і скоювані в умовах мирного часу злочини можуть виявитися засобом нагнітання міжнародної напруженості, погіршення умов міжнародної співпраці, провокації локальних, регіональних міжнародних конфліктів [2].

Одне з найбільш небезпечних і поширених в сучасному світі злочинів - міжнародний тероризм. Він є насильницькими діями. Цілі тероризму багатообразні. Це і спроби зміни політичного устрою, скидання керівництва країни, нав'язування як офіційна ідеологія сектантських, націоналістичних, фундаменталістських і інших переконань. Це і підрив стабільності в суспільстві, залякування населення, провокація військових дій. Це і вимоги звільнення від арешту учасників терористичних актів, надання матеріальних і інших вигод і т.п. Арсенал використовуваних засобів також широкий: вбивства політичних лідерів, захоплення заручників, вербування, фінансування, навчання найманців, їх використання у військових і терористичних актах, угін літаків, захоплення телерадіоцентрів, незаконне радіомовлення і багато що інше [4].

Серйозну тривогу і неспокій світової спільноти викликають злочини, пов'язані з незаконним оборотом наркотичних засобів. Число таких злочинів в світі росте, і настільки швидкими темпами, що цей процес порівнюють з епідемією. Характерна межа сучасного наркобізнесу - вихід за національні межі, організація нелегальної міжнародної торгівлі наркотиками, що охоплює практично всі країни світу. Сформувалися могутні угрупування, що мають в своєму розпорядженні широку мережу не тільки торгових, але і виробничих підприємств, власні лабораторії, спеціально навчений персонал. Міжнародний наркобізнес приносить його господарям величезні прибутки [6-7].

Очевидний високий ступінь суспільної небезпеки міжнародного наркобізнесу. Його слідством є спричинення шкоди здоров'ю громадян, зниження їх соціальної активності, погіршення генофонду населення. Володіння крупними грошовими коштами дозволяє наркозлочинним угрупуванням чинити тиск на політичну систему, правоохоронні органи, засоби масової інформації, що розхитує стабільність суспільства, підриває його безпеку. Серйозну загрозу представляють злочини, що роблять замах на особисті права громадян: продаж і експлуатація дитячої праці, торгівля жінками, насильницьке викрадання людей. Подібного роду злочинність, зовсім не нова в світовій практиці, набуває в даний час інших форм, часто приховані від широкої громадськості і правосуддя [1].

Новим і небезпечним виглядом злочинів є незаконні операції у сфері високих технологій, пов'язані перш за все з нелегальною передачею через національні кордони комп'ютерів, засобів телекомунікацій, інших видів дорогої наукоємкої техніки. Особливу тривогу світової громадськості викликають експерименти, що проводяться в деяких країнах, по клонуванню людей - перекладу ядер соматичних кліток з метою створення дитини, штучному відтворенню дітей-двійників, що створюють пряму загрозу генетичному фонду людства [4].

Таким чином, світова спільнота на рубежі XX - XXI вв. опинилася перед новими викликами - безпрецедентною по своїх наслідках регіональною кризою, озброєними конфліктами в багатьох регіонах миру, а також транснаціональною організованою злочинністю в самих різних її проявах [1-3].

Література:

1. Бажанов Е. Неизбежность многополюсного мира / Бажанов Е. // МЭИМО.- 2014.- 25 с. 2. Даймонд Л. Прошла ли «третья волна» демократизации?/ Даймонд Л. // Полис.-2006.- 87с. 3. Ирхин Ю. В. Политология / Ирхин Ю. В., Золотов В. Д., Золотова Л. В. // М.: Юристъ. - 2011.- 511с. 4. Кузнецова Е. Мировая политика: игра по правилам и без / Кузнецова Е. // М. - Международная жизнь.-2014.- 213с. 5. Мартынов Б.Ф. Международные отношения и безопасность в эпоху глобализации / Мартынов Б.Ф. // М.-2012.- 276 с. 6. Новицький В. Інтеграція як інструмент сучасного розвитку та геополітики / Новицький В. // Політика і час. - 2013.-№11. – С. 23-31. 7.

Раковский С. Н. Международные организации в начале XXI века / Раковский С. Н.// Казань. – Политиздат. – 2011. – 126 с.

Чабанюк О. М., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Филик Д. С., *бакалавр*
Львівський торговельно-економічний університет

ПРИНЦИПИ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ ВИМОГИ

З переходом до ринкових відносин в економіці України змінились завдання бухгалтерського обліку. Насамперед він повинен забезпечити інформаційні потреби власника та інвесторів. Питання бухгалтерського обліку, його організації, формування показників звітності залишаються на сьогодні надзвичайно актуальними для підприємств різних форм власності, розмірів та видів діяльності.

Особливість звітності, яку розроблено згідно з міжнародними стандартами бухгалтерського обліку, полягає в тому, що нею можуть широко користуватися інвестори та інші особи, які беруть участь у підприємницькій діяльності, кредитори, постачальники, конкуренти, працівники підприємства. Кожний користувач фінансової звітності, як правило, вивчає ту інформацію, котра йому необхідна в процесі підприємницької діяльності. Так, власникам підприємств необхідно знати, збільшується чи зменшується питома вага власного капіталу, оцінити ефективність використання ресурсів підприємства; кредиторам і постачальникам – необхідність і можливість продовження кредиту, умови кредитування, гарантії повернення кредиту тощо. Детальний аналіз фінансового стану може проводити адміністрація підприємства, бо вона має можливість використовувати дані управлінського обліку для прийняття управлінських рішень.

Згідно з концептуальною основою до принципів МСФЗ слід віднести принципи: облікової одиниці, подвійності, єдиного грошового вимірника,

Таблиця 1.3

Порівняння принципів обліку й фінансової звітності в Україні та США

Економічний зміст принципу, характеристики, припущення	Україна, НП(С)БО	США, GAAP (система загальноприйнятих принципів бухгалтерського обліку)
Кожне підприємство розглядається, як юридична особа, відокремлена від власників та інших контрагентів	Принцип автономності підприємства	Припущення облікової одиниці
Оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється на основі припущення, що підприємство є безперервно діючим і залишатиметься діючим найближчим часом	Принцип безперервності діяльності	Припущення безперервності
Розподіл діяльності підприємства на певні періоди часу з метою визначення фінансових результатів та складання фінансової звітності (за місяць, квартал, рік)	Принцип періодичності	Припущення періодичності
Усі об'єкти оцінюються за вартістю, виходячи з витрат на їх придбання або виробництво	Принцип історичної (фактичної) собівартості	Принцип (метод) собівартості
Для визначення фінансового результату звітного періоду слід порівнювати доходи звітного періоду з витратами на їх отримання	Принцип нарахування й відповідності доходів і витрат	Принцип (метод) відповідності
Доходи і витрати відображаються в обліку й звітності в момент їх виникнення, незважаючи на час отримання або сплати коштів		Принцип (метод) нарахування
Фінансова звітність повинна містити усю інформацію, яка може вплинути на поведінку користувача	Принцип повного висвітлення	Принцип повного розкриття інформації
Постійне використання підприємством обраних принципів та способів обліку	Принцип послідовності	Принцип послідовності
Запобігання заниження оцінки зобов'язань та витрат, а також завищення оцінки активів й доходів підприємства	Принцип обачності	Принцип обачності
Операції та інші події повинні відображатися в обліку виходячи з їх сутності, а не тільки виходячи з їх юридичної форми	Принцип превалювання сутності над формою	Принцип превалювання сутності над формою
Узагальнення й вимір усіх операцій підприємства в єдиному грошовому вимірнику	Принцип єдиного грошового вимірника	Припущення використання грошового вимірника

нарахування, безперервності, нейтральності, превалювання сутності над формою, відповідності доходів і витрат, повне висвітлення інформації,

обачності, істотність, послідовності, собівартості та періодичність. Детальне порівняння всіх перерахованих принципів розглянемо в табл.1.3

Таким чином, порівнюючи національні принципи обліку і фінансової звітності з міжнародними та визначеними GAAP, можна підвести підсумок, що більш схожі між собою принципи національних стандартів та принципи GAAP. Дійсно, якщо розглядати окремо принципи і якісні характеристики звітної інформації, то переконуємося в тому, що МСФЗ виділяють лише два принципи, в той час як П(С)БО висувають їх аж десять. Якщо ж порівняти принципи українського обліку та США, видно, що вони майже співпадають – економічний зміст їх не змінюється, а назва «принцип» подекуди замінюється на «припущення», «вимога» чи «якісна характеристика». Що ж стосується якісних характеристик, то характеристики національних положень і міжнародних стандартів співпадають повністю, але при цьому, визначається більш стислий характер вітчизняних формулювань, тоді як за МСФЗ надається розгорнуте пояснення за допомогою додаткових характеристик, що уточнюють розуміння того чи іншого принципу. Проте, якісні характеристики GAAP також співпадають з вітчизняними, за винятком лише зрозумілості інформації, яка в принципах США відсутня.

Отже, з усього вищесказаного випливає необхідності перегляду й удосконалення переліку принципів обліку і звітності, встановлених в Україні на законодавчому рівні. Незважаючи на те, що національні положення бухгалтерського обліку складено згідно міжнародних стандартів, принципи обліку і звітності, які вони встановлюють більше відповідають принципам GAAP – а це не є позитивним. Адже не слід забувати про те, що наша держава за економічною й законодавчою системами, а також і за територіальним розміщенням все ж таки ближче до Європи, а не США, тому й впроваджувати в систему українського обліку необхідно саме досвід європейських країн, а точніше – вимоги міжнародних стандартів фінансової звітності.

Література:

1. Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS) [Електронний ресурс] / Назва з титульного екрану – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_010
2. Особливості облікових систем в США [Електронний ресурс] / Назва з титульного екрану – Режим доступу: http://www.dsbrickworks.com/mzhnarodnij-oblk-taaudit/175-osoblivost-oblkovix-sistem-v-ssha.html
3. Чабанюк О. М. Мединська Т. В. Облік та оподаткування в системі управління підприємством [Електронний ресурс] / О. М. Чабанюк, Т. В. Мединська // Економіка та суспільство. – 2017. - № 11. – Режим доступу до журналу : http: // economyandsociety.in.ua
4. Чабанюк О. М. Передумови реформування фінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів / О. М. Чабанюк, А. В. Чегіль, О. В. Кушнір // Державна фінансова політика України в умовах євроінтеграції: погляди науковців та практиків: зб. тез наук. доп. за матеріалами І Всеукр. наук.- практ. конф., м. Львів, 14 грудня 2017 р. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 318 с.

Худавердієва В. А., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту, економіки та маркетингу,
Харківська державна зооветеринарна академія

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Сучасний етап міжнародних відносин характеризується стрімкістю змін, новими формами розподілу влади. Пішло в минуле протистояння двох наддержав — СРСР і США. Руйнувалася стара система міжнародних відносин, яка одержала назву біполярної — двополюсної. У строкатій картині ломки старих і будівництва нових міжнародних відносин все ж таки можна виділити декілька тенденцій розвитку, що є видимими. Можна виділити три класи систем міжнародних відносин: однополярна, двополярна і багатополярна [3].

У однополярній системі домінує один центр сили, один полюс (як приклад Стародавній Рим). Не часто це буває. Далі – велика пауза. І початок XXI століття – Сполучені Штати Америки. Однополюсний світ цілком зручний. Порядок, дисципліна, рівновага на політичній поверхні часто приховують розбрід і незадоволеність під цією поверхнею. Двополюсний світ ще тривожніший. Адже йдеться не просто про дві держави, а про дві протистоячі

ідеології, дві антагоністичні соціальні системи. Мирне співіснування СРСР і США теоретично не виключало винищувальну війну між ними. Двополюсний світ характеризується жорсткою блоковою дисципліною, дисципліною інтересів і ідеологій. Головна небезпека суперництва двох центрів сили – постійна гонка озброєнь. Що стосується багатополярного світу, та світова спільнота, що спирається на взаємодію, рівновагу декількох центрів сили, незрівнянно складніше, потенційно небезпечніше, ніж світ, що тримає рівновагу на один або два центри. Не випадково обидві світові війни виникли як наслідок порушення, зриву саме багатовимірного балансу, який був покликаний утримувати великі держави тих років від різких рухів [2-4].

Але існує і інша точка зору на багатополюсний світ - він є і початковою гранню, і основною нормою стану міжнародних відносин, оскільки він відповідає формаційним і загально цивілізаційним процесам сучасності, інтересам всієї світової спільноти [2].

Нині існує декілька варіантів бачення розділення влади в майбутньому у світовому масштабі. Сценаріїв три: 1+x, 2+x і 0+x, де 1,2 і 0 – кількість наддержав, а x – кількість «великих держав». Перший сценарій припускає збереження сьогоднішнє статус-кво, коли США залишаються єдиною наддержавою, оточеною чотирма «великими» - Японією, Китаєм, Росією і Європейським союзом. Стабільність існуючої системи обумовлюється тією обставиною, що жодна з «великих держав» не прагне до статусу наддержави. Тільки Європейський союз потенційно здатний запропонувати проект «європейську мрію». Безумовно, при дотриманні ряду «якщо». Єдина зовнішня політика ЄС є наскільки необхідним, так і очевидною умовою. Крім того, єдина Європа повинна бути готова прийняти на себе глобальні зобов'язання і глобальну відповідальність. Але навіть якщо це відбудеться, світ з двома наддержавами буде стабільним, враховуючи, що розрив в ідентичностях між двома сторонами Атлантики мінімальний [6].

Найбільш достовірним сучасним реаліям, що відповідають, є точка зору, згідно якої основною тенденцією міжнародних відносин є перехід від

однополярності до багатополярності. Звичайно, не можна не визнати, що потужність у Америки, дійсно, є. Впродовж 90-х років американська економіка розвивалася безпрецедентно високими темпами. У військовій сфері США теж лідирують, випереджаючи інших по більшості параметрів бойової потужності. Але можливо не за горами чергові переміщення в лідируючій групі держав. В світі з'явилися немало цілком самостійних, сильних і рішуче налаштованих на жорстку конкуренцію «гравців». Причому, їх число росте: це і Китай, Індія, Південна Корея [1].

Розвитку багатополюсності служить усвідомлення США, що багато з проблем нашого взаємозалежного світу можна врегулювати тільки за умови тісного і рівноправного партнерства з іншими членами світової спільноти. Таким чином, відбувається просування до багатополярності, що означає зниження питомої ваги США в світовій економіці і світовій політиці, поступове розчинення однополюсного світу в іншій структурі міжнародних відносин. Хоча ми продовжуємо, залежить від США, але також Америка залежить від нас унаслідок глобалізації. Можна стверджувати, що впродовж сторіччя трансформація глобальної структури міжнародних відносин зробила повний цикл. Від багатолярності, яка склалася до кінця XIX сторіччя, вона пройшла через двополярність, яка обіцяла закінчитися однополярністю і на початку XXI сторіччя повернулася до багатополярності [5].

На демократизацію як тенденцію розвитку сучасного світу указують багато авторів. При цьому саме поняття в політичній науці використовується в основному в двох значеннях. Під демократизацією миру, по-перше, розуміється зростання кількості демократичних держав; по-друге, посилення і розвиток демократичних інститутів і процедур в різних країнах [3].

Демократизація спостерігається у всіх країнах незалежно від пануючого в них типу політичного режиму. Із закінченням «холодної війни» навіть в умовах самих авторитарних режимів значно звузилися можливості приховувати, а тим більше легітимізувати порушення державою особистої свободи громадян, їх природних і політичних прав. Всесвітнього поширення набуває таке явище, як

прогресуюче політизування мас, що повсюдно вимагають доступу до інформації, участі в ухваленні рішень, поліпшення свого матеріального добробуту і якості життя. Досягнення постіндустріальної революції — супутниковий зв'язок і кабельне телебачення, телефакси і електронна пошта, глобальна мережа Інтернет, що робить можливим майже миттєве розповсюдження і отримання необхідної інформації чи не зі всіх питань, що цікавлять сучасну людину, — стали ознаками повсякденного життя людей не тільки в економічно найбільш розвинених державах, але і набувають все більш широкого поширення у всьому світі. Різко розширюється склад і різноманіття політичних чинників. В результаті розробка і реалізація зовнішньополітичних установок перестають бути долею вузької групи людей спеціального державного відомства, стаючи надбанням сукупності найрізноманітніших інститутів, — як урядових, так і неполітичного характеру. У свою чергу це надає глибокі наслідки на політичні відносини з погляду їх безпосередніх учасників [3-5].

Слід, підкреслити, що демократизація не є однозначним і поступальним процесом. З особливою виразністю це з'явилося в результаті останньої «хвилі» демократизації, коли стали утворюватися неліберальні демократії, гібридні режими, імітаційні демократії. Їх суть полягає в тому, що демократичні інститути і процедури у ряді держав використовуються лише як зовнішня форма, що служить деколи для прикриття недемократичних за своєю суттю механізмів реалізації влади [2-4].

Література:

1. Бовин А. Ведущие тенденции развития международных отношений / Бовин А. // Международная жизнь.- 2014.- № 4-5. – С. 12-19. 2. Косолапов Н. Глобализация: территориально-пространственный аспект / Косолапов Н. // М. - МЭИМО. - 2015. - 65 с. 3 Международные отношения: теории, конфликты, организации / Под ред. Цыганкова П. А.- М.: Альфа-М. - 2011.-288с. 4. Сергунин А. А. Международная безопасность: новые подходы и концепты / Сергунин А. А.// М. - Полис.- 2015. – 167 с. 5. Терентьев Н. Мироустройство начала XXI века / Терентьев Н. // МЭИМО.- 2014.- 245 с. 6. Хозин Г. Какими быть международным отношениям в XXI веке? / Хозин Г.// Международная жизнь.- 2015.-№ 2.– С.43-51.

Неровня А. В., *студентка гр.ЕП-18-м*
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Науковий керівник: Заіка Ю. А., к. е. н.,
доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЗНАЧИМІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

В Україні стратегічне планування в малому і середньому бізнесі ще не дуже поширене, однак зростання ринкових відносин, посилення конкуренції роблять цей процес все більш актуальним. Колишні методи прогнозу вже не працюють: в результаті власники бізнесів нарікають на поганий менеджмент, слабку підготовку фахівців, форс-мажорні ситуації. Однак проблема криється найчастіше в відсутності перспективного бачення своєї компанії в перспективі. Тому ключовим завданням планування є вироблення стратегії і тактики поведінки на ринку з урахуванням охоплення всіх зовнішніх і внутрішніх обставин.

Зарубіжний та український досвід функціонування підприємств у ринковому просторі свідчить про те, що вони повинні мати чітке уявлення про майбутнє. В умовах динамізму зовнішнього середовища виникає необхідність у використанні стратегічного планування як основного управлінського інструменту, що сприяє адаптації підприємства до мінливих умов ринку. Динамічний вплив чинників внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства на розробку та реалізацію стратегії його діяльності викликає необхідність постійного переосмислення цього процесу, а саме визначення найдоцільніших шляхів (методів, принципів, правил, способів) здійснення стратегічного планування в сучасних умовах. Це й зумовило вибір та актуальність теми дослідження [1].

В малому і середньому бізнесі стратегічний план треба розглядати як програму розвитку фірми протягом певного періоду часу. Цей план включає

певні завдання, прив'язані до часу. Вони грунтуются на короткому аналізі самого бізнесу, його перспектив в даній галузі, його можливості в протистоянні з конкурентами, сильних і слабких сторін.

Що дуже важливо для досягнення заявленої мети - це постійний контроль власника на протязі всіх етапів виконання завдань. Найменша помилка може коштувати бізнесу «життя», а тому точки контролю розставляються з мінімальним проміжком. Фактично в малому і середньому бізнесі на перших етапах його розвитку відбувається авторитарне управління - директор компанії і його помічники особисто контролюють правильне виконання завдань, вносять швидкі коригування, при необхідності використовують методи санкціонування.

Після того, як в бізнесі зроблені перші кроки, і програма стратегії розвитку фірми починає працювати, видно перші результати, бізнес поступово міцніє і набирає обертів. На цьому етапі керівник вже може транслювати своє бачення розвитку компанії в якості якихось описаних планів, залучає персонал в обговорення шляхів досягнення цілей, в створення стратегії розвитку.

Другий етап стратегічного розвитку малого і середнього бізнесу пов'язаний з ростом компетенцій персоналу компанії і поступовим усуненням власника від оперативного управління. Цілі виставляються на довший період на підставі конкретної аналітики.

Третій етап розвитку системи стратегічного управління - це етап, на якому зароджується і описується корпоративна культура, місія та цінності компанії, управління використовує не тільки інструменти постановки задач, делегування і контролю, але також активно задіює роботу з індивідуальними цілями співробітників (зароджується управління за цінностями).

На етапі реалізації завдання підприємець стикається з тим, що якість її виконання кульгає або просто завдання не виконується. У 90% випадків це пов'язано не з кваліфікацією і мотивацією виконавця, а з нечітким плануванням - по-перше, формулювання дуже туманна і може трактуватися неоднозначно, а по-друге, мета ніде не зафіксована (не записана), ні до чого не прив'язана (незрозуміло, як вона впливає на досягнення інших цілей), і не визначена в часі.

Співробітник змушений виконувати завдання, виходячи зі свого розуміння, і результат рідко коли збігається з очікуванним для керівника.

Власнику малого і середнього бізнесу важливо розуміти, що тільки однієї уявної моделі розвитку компанії недостатньо - вона повинна бути викладена у вигляді будь-якого документа. Це не обов'язково може бути паперовий талмуд - сьогодні більш актуально використання допоміжних електронних систем планування, які дозволяють наочно викласти бачення, куди прагне компанія і з якою метою вона повинна досягти, а також керувати цим щодня. Наявність таких чітко сформульованих і конкретних завдань, розбитих на етапи, дозволяє більш точно синхронізувати зусилля всього персоналу, допоможе виключити можливі суперечки і непорозуміння і дозволить в будь-який момент відстежувати, на якому етапі реалізації ви перебуваєте [2].

Таким чином, стратегічний план задає головні орієнтири в розвитку компанії, дозволяючи більш системно і адекватно оцінювати внутрішні ресурси організації і ринкові можливості її розвитку. Наявність такого плану не гарантує сто відсоткового успіху підприємства, адже не можна виключати помилок в мотивації, якихось форс-мажорних обставин чи інших факторів. Однак візуалізоване планування, опис власних цілей і їх відстеження в режимі онлайн дозволить створити найбільш сприятливі умови для зростання компанії, її зміцнення на ринку і ефективного розподілу наявних усередині організації ресурсів [3].

Література:

1. Троцька А.О. Суть та основні проблеми стратегічного планування / А.О. Троцька. – Економічні науки. – № 10. - [Электронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58020.doc.htm
2. Новицька О. В Концептуальні основи розвитку сектору малого та середнього бізнесу / О. В. Новицька // Наукові засади розвитку знань економічної теорії: матеріали Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. з економічної теорії, 2 черв. 2015 р. — Черкаси: ЧДТУ, 2015. — С. 50–52.
3. Холодний Г.О. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України: (підсумки 4-ї Міжнар. конф. - Харків-2013) // Вісник економіки. - 2013. - 54 с.

Бессонова А. В., *студентка кафедры «Учет и аудит»,*
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет»
Бессонова С. И., *к.э.н., доцент кафедры «Учет и аудит»,*
ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет»

ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ

В последние годы все больше украинцев уезжает за границу в поисках работы.

Мнения людей по этому вопросу разделились. Кто-то считает, что это плохо, страна теряет лучших, и скоро некому будет работать здесь, в Украине. А кто-то говорит, что, наоборот, хорошо – в страну приходит валюта, люди приобретают новые навыки, шире смотрят на мир и лучше понимают, как должно быть устроено современное государство.

Прежде, чем ответить на вопрос, трудовая миграция – хорошо это или плохо, следует обратить внимание на опыт Польши в этом вопросе.

После вступления в Европейский союз в 2004 году, Польша столкнулась с оттоком людей в Германию, Нидерланды, Великобританию и другие европейские страны. Для решения этой проблемы управление страны пошло по верному пути – было принято решение подсчитать динамику оттока населения из страны, то есть, сколько поляков временно трудится за границей, а сколько – эмигрировали на более длительный срок.

В 2011 году власти Польши провели перепись населения – Narodowy spis powszechny ludności i mieszkań, первую после 2002 года. Благодаря переписи поляки осознали масштаб бедствия – почти два миллиона граждан Польши уехали из страны, что в два раза больше, чем в 2002 году.

Чтобы решить проблему трудовой миграции, Польша начала привлекать не только трудовых мигрантов из соседних стран, но и создавать более комфортные условия для поступления иностранцев в свои вузы, а также упрощать условия для ведения бизнеса.

Как результат, с 2014 года уже четвертый год подряд экономика Польши показывает устойчивый рост на уровне более 3% ВВП, причем во многом благодаря мигрантам. Более того, Польша намерена и дальше привлекать студентов и работников из других стран, в первую очередь из Украины [1].

Теперь рассмотрим ситуацию в Украине. Перепись населения в нашей стране проводили еще в 2001 году. По последним данным, следующая перепись планируется не раньше 2020 года.

Количество украинцев, которые уезжают за границу, постоянно растет. В МИД Украины подсчитали, что легально на постоянной основе за рубежом работают около 5 миллионов наших граждан. Трудовая миграция становится массовым явлением. К сожалению, многие граждане не связывают свое будущее с Украиной. Они не только получают образование за границей (в 2017 году 10% наших абитуриентов поступили в польские вузы), но и активно покупают недвижимость. Например, в Польше украинцы купили больше квадратных метров, чем, например, немцы и британцы [2].

Безусловно, есть и плюсы трудовой миграции. Многие из тех, кто уехал, до сих пор перечисляют или привозят деньги родственникам. По данным НБУ, размеры денежных переводов "заробитчан" превысили уровень прямых иностранных инвестиций в Украину и составили 9 миллиардов долларов [3].

Официально только в 2017 году украинские рабочие перечислили из Польши в Украину сумму, равную примерно 4% украинского валового внутреннего продукта – около 12 миллиардов злотых [4].

Эти деньги стимулируют внутренний платежеспособный спрос. Их вкладывают в учебу детей, покупку товаров и продуктов, ремонт домов и квартир. Кроме того, многие работодатели вынуждены поднимать зарплаты своим сотрудникам, чтобы они не уехали за границу. Соответственно, растет средняя зарплата.

Но все эти факторы относятся к краткосрочным выгодам. Если Украина не будет развивать собственные рабочие места, дальнейший отток кадров за границу ускорит рост цен и замедлит экономический рост.

Стоит отметить, что по данным Государственного комитета статистики, около 70% трудовых мигрантов главной причиной миграции назвали низкую зарплату в Украине. Хотя, по мнению экспертов, в современной глобализированной экономике мигранты являются неотъемлемой частью мирового хозяйства.

Впрочем, для нашей страны эта тенденция ежегодно приобретает угрожающие масштабы. Украина входит в топ-10 стран-доноров мигрантов в мире. С 2013-го по 2016 год количество экономически активного населения сократилось с почти 21 млн. до 18 млн. По данным Центра экономической стратегии, более 4 млн. украинцев являются трудовыми мигрантами. Это около 16% трудоспособного населения.

В то же время украинцы едут работать за границу не только из-за низкого заработка. Рынок труда сегодня существенно отличатся от того, который был 5-10 лет назад. Для многих людей сейчас работа за границей – не столько бегство от проблем, которые есть в Украине, а шанс для самореализации, возможность посмотреть на себя в другой среде, приобрести социальный опыт [5].

Краткосрочные выгоды от трудовой миграции перевешивают негативные моменты, если, конечно, руководствоваться только этим временем для реформирования экономики. Но для этого необходимо упростить кредитование, обеспечить надежные условия честного ведения бизнеса, привлекать инвестиции и многое другое. Как раз низкий уровень зарплат мог бы стать одним из факторов для привлечения иностранных капиталов в Украину.

Однако за последние годы улучшения этих аспектов не произошло. Украина теряет не только рабочие руки и квалифицированный персонал, но и постепенно превращается в надежного поставщика «человеческого капитала» в страны Европы. И шансов изменить этот тренд в стране с каждым годом становится все меньше.

Литература:

1. Сайт газеты «Украинская правда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2018/08/11/7188935/

2. Информационный интернет-портал «wyborczha.pl» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://wyborcza.pl/7,155287,23062260,polskie-nieruchomosci-na-celowniku-cudzoziemcow-deweloperzy.html?disableRedirects=true
3. Информационный портал «ZN,UA» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dt.ua/macrolevel/yakiv-smoliy-musimo-vzyati-pid-kontrol-inflyaciyu-inakshe-zhoden-strategichniy-investor-syudi-ne-priyde-280166_.html
4. Сайт газеты «Экономическая правда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.epravda.com.ua/rus/news/2018/03/27/635384/
5. Сайт новостного портала «Канал 24» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://24tv.ua/ru/trudovaja_migracija_pochemu_ukraincy_uezzhajut_iz_strany_i_kak_ih_vernut_n1026372

Ладуб І. А., *студентка*
Вінницького коледжу Національного університету харчових технологій
Науковий керівник:Струс Л. А., викладач,
Вінницького коледжу Національного університету харчових технологій

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Всі держави світу пов'язані між собою складними схемами зовнішньоекономічних відносин - торгівлею, переміщенням капіталів, робочої сили, валютними операціями тощо. Зовнішньоекономічні відносини будь-якої країни розвиваються на основі міжнародного поділу праці та відкритості економіки [1].

Міжнародні економічні відносини та їх ефективність залежить не тільки від забезпеченості ресурсами, ринків збуту а й від суб’єктивних факторів впливу на зовнішньо економічну торгівлю, що здійснюється за допомогою заходів які поділяються на дві групи: економічні або тарифні (мито, митний тариф) та адміністративні або нетарифні (кількісні обмеження (quantative restrictions), пряме обмеження імпорту, експорту: ліцензії і квоти, «добровільне обмеження експорту», встановлення мінімальних експортних цін, імпортні депозити, імпортні податки, валютні обмеження, компенсаційні податки, антидемпінгові податки, адміністративні формальності, технічні бар’єри).

Таблиця 1

Засоби та інструменти регулювання міжнародної торгівлі

Засоби регулювання		Інструменти	Регулює переважно	
Тарифні		Мито		Імпорт
		Тарифна квота		Імпорт
НЕТАРИФНІ	Кількісні	Квотування	Експорт	Імпорт
		Ліцензування	Експорт	Імпорт
		Ембарго		Імпорт
	Приховані	Технічні бар'єри		Імпорт
		Внутрішні податки та збори		Імпорт
		Державні закупівлі		Імпорт
	Фінансові	Субсидії	Експорт	
		Експортне кредитування	Експорт	
		Демпінг	Експорт	

Джерело згруповано авторами на основі досліджених джерел [2]

Головним інструментом регулювання зовнішньої торгівлі є мито - грошовий збір, що стягується при переміщенні товарів через митний кордон країни.

Таблиця 2

Класифікація митних тарифів

Класифікаційна ознака	Види мит
1. За об'єктом оподаткування	Імпортні, експортні, транзитні
2. За способом стягнення	Специфічні, адвалерні, комбіновані
3. За характером дії	Сезонні, компенсаційні, антидемпінгові
4. За походженням	Автономні, конвенційні, преференційні
5. За способом обчислення	Номінальні, ефективні

Джерело згруповано авторами на основі досліджених джерел [3].

До нетарифних заходів відносяться будь-які заходи неподаткового характеру з боку держави, спрямовані на здійснення впливу на суспільні відносини в зовнішньоекономічній сфері.

Таблиця 3

Класифікація нетарифних обмежень

Групи нетарифних обмежень	Інструменти застосування нетарифних обмежень
1. Економічні	Демпінг, експортні кредити, субсидії при експорті, внутрішні податки та збори, надання пільг, валютно-кредитні інструменти
2. Адміністративні	Технічні бар'єри, вимоги про вміст місцевих компонентів, політика в рамках державних закупівель, кількісні обмеження: ліцензування та квотування, добровільні обмеження експорту
3. Правові	Правові режими, міжнародні конвенції, двосторонні угоди

Джерело згруповано авторами на основі досліджених джерел [4].

1 січня 1995 року почала свою діяльність СОТ (World Trade Organization), враховуючи норми діючої до 1994 року Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ).

Генеральна угода з тарифів і торгівлі грала ведучу роль в регулюванні міжнародної торгівлі. Вона являла собою багатосторонню міжнародну угоду, що містила зведення правових норм, на яких базувались торговельні відносини між країнами-учасницями. Угода була підписана в Женеві 30 жовтня 1947 року і вступила в силу 1 січня 1948 року для 23 країн, які її підписали. В 1994 році учасницями ГАТТ були 118 держав.

ГАТТ виконувала три функції:

- вплив на державну торговельну політику шляхом вироблення правил світової торгівлі;

- форум для переговорів з лібералізації торгівлі;

- врегулювання суперечок. [5].

В наш час СОТ є головною міжнародною організацією, що регулює торгівлю товарами, послугами та інтелектуальною власністю.

Україна є членом СОТ з 2018 року.

До основних позитивних наслідків вступу України до СОТ можна віднести:

1)можливе збільшення надходження в Україну короткострокового фінансового капіталу внаслідок спрощення доступу нерезидентів на ринок фінансових послуг; збільшення припливу в Україну позичкових коштів як у формі негарантованих кредитів (завдяки деякому підвищенню довіри кредиторів до країни-членаСОТ), так і у формі коштів від продажу єврооблігацій;

2)спрощення умов доступу українських виробників до ринків товарів, послуг, капіталів переважної більшості країн світу в наслідок приведення національного торговельного режиму до загальносвітових норм ;

3)зменшення транспортних витрат — внаслідок гарантування свободи транзиту товарів територією країн-членів СОТ. Усе це загалом сприятиме зниженню собівартості української продукції і, відповідно, підвищенню конкурентоспроможності українських компаній;

4)можливість ефективного захисту національних інтересів після прийняття міжнародних правил торгівлі, подолання існуючих обмежень щодо доступу українських суб'єктів підприємництва на міжнародні ринки товарів і послуг внаслідок поліпшення умов торгівлі зкраїнами-членамиСОТ, зменшення втрат від дискримінаційних заходів (які сьогодні становлять $2—3млрд. на рік) та зниження кількості антидемпінгових розслідувань проти українських виробників.

5)відвернення загрози торгово-економічної ізоляції не тільки від країн Західної та Центральної Європи, а й від країн Східної Європи та Балтії, є членами ЄС; уникнення перспективи витіснення з ринку ЄС української продукції аналогічною продукцією країн Центральної та Східної Європи після їх вступу до ЄС;

6)збільшення надходжень до Державного бюджету за рахунок скасування пільг та субсидій, розширення бази справляння митних платежів, зростання обсягів виробництва і активізації зовнішньоторговельного обороту, збільшення доходів внаслідок зниження рівня тінізації зовнішньої торгівлі, підвищення прозорості бюджетно-податковоїта регуляторної політики як побічного результату запровадження правових норм, що відповідають вимогам СОТ;

7)створення прозорого та передбачуваного ділового середовища в Україні. Це означає, що адміністративні процедури не будуть часто змінюватися і не будуть запроваджуватися заходи на користь лише окремих підприємств.

Література:

1. Міжнародна торгова політика URL: https://studfiles.net/
2. Тарифне та нетарифне регулювання зовнішньо-економічної діяльності в Україні URL: https://knowledge.allbest.ru/
3. Засоби регулювання міжнародної торгівлі. Митно-тарифні інструменти торговельної політики URL: https://pidruchniki.com
4. Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності URL: https://pidruchniki.com/
5. Тарифне регулювання міжнародної торгівлі URL: https://helpiks.org

Кузьмінська К. І., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Чабанюк О. М., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Львівський торговельно-економічний університет

ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оптова торгівля – сфера підприємницької діяльності з придбання товарів оптом для їх подальшої реалізації підприємствам роздрібної торгівлі та іншим суб’єктам підприємницької діяльності. В широкому розумінні оптовими вважають операції, коли суб’єкт підприємницької діяльності (покупець) придбає у великій кількості товари не для власного споживання, а для подальшого їх перепродажу меншими порціями від свого імені іншим

споживачам, виконуючи в цей період функції зберігання і транспортування товарів.

Підприємства оптової торгівлі мають ряд специфічних особливостей, зокрема:

1. Продаж і просування. Оптовики полегшують виробникам доступ до більшої кількості корпоративних покупців. У оптових торговців налагоджені широкі зв'язки, завдяки чому покупці частіше довіряють більше продавцеві, ніж абсолютно невідомому виробнику.

2. Закупівлі та формування асортименту. Оптові торговці проводять відбір товару, планують асортимент, позбавляючи роздріб від зайвої роботи, хоча ця умова більшою мірою диктується фактором конкуренції.

3. Масовість (оптова вибірка товару). Оптова організація допомагає корпоративному клієнту економити кошти, поставляючи товар з меншими витратами і цінами.

4. Складування. Оптовики займаються зберіганням товару, скорочуючи тим самим витрати і ризики постачальників і покупців.

5. Транспортування. Оптовики забезпечують більш швидку доставку клієнтам, тому що знаходяться ближче до них, ніж компанія-виробник.

6. Фінансування. Гуртівня здійснює фінансування клієнтів, надаючи їм кредити і оплачуючи великі партії товарів.

7. Прийняття ризику. Отримуючи товар у власність, оптовики беруть на себе частину ризику і втрати, пов'язані з крадіжкою, пошкодженням, псуванням, переоцінкою і старінням товару.

8. Маркетингова інформація. Оптові компанії надають постачальникам і покупцям дані про діяльність фірм-конкурентів, появі нових продуктів і зміні цін.

9. Послуги з управління та консультаційні послуги. Оптовики часто надають підтримку роздрібним торговцям, навчаючи продавців, беручи участь в розробці планування магазину і оформленні вітрин, встановлюючи нові системи обліку та управління запасами. Крім того, вони надають корпоративним покупцям послуги з

навчання персоналу і технічного обслуговування поставленого торгового обладнання.

Основною відмінністю оптової торгівлі є категорія покупців – це суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи, їх філії та відокремлені підрозділи). Проте необхідно враховувати, що до оптової торгівлі не відносять продаж товару суб'єкту господарської діяльності на стандартних умовах продажу всім роздрібним покупцям, тобто на умовах публічного договору.

Згідно з п. 1 ст. 633 Цивільного кодексу публічним є договір, у якому одна сторона – підприємець бере на себе обов'язок здійснити продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до нього звернеться (роздрібна торгівля, перевезення транспортом загального користування, послуги зв'язку, готельне, медичне, банківське обслуговування тощо). А також у тому випадку, якщо далі такий товар буде ним перепродано або використано у його господарській діяльності. Тобто якщо підприємство через підзвітну особу придбало в роздрібній торговельній мережі лампочки освітлення або канцелярські товари для офісу, така господарська операція не належить до оптової торгівлі.

Реалізація товару особі, яка не є суб'єктом підприємництва, на стандартних умовах продажу вважається роздрібною торгівлею незалежно від кількості проданого товару і його призначення, оскільки продаж здійснено на умовах публічного договору. Але якщо з такою особою укладено договір купівлі-продажу, у тому числі з відстроченням платежу, такий продаж розглядається як оптовий.

У цілому за рахунок збільшення розмірів партій товарів зменшуються витрати при транспортуванні та виконанні інших функцій, пов'язаних з товарорухом. При цьому знижуються ціни на товари і збільшується попит на них. Оптові посередники, як важливі ланки логістичних систем, що потрібно створювати на усіх товарних ринках, можуть сприяти їх розвитку в необхідному напрямі.

Одиницею бухгалтерського обліку товарів є їхнє найменування або однорідна група, вид.

Підприємства-виробники продукції (робіт, послуг) за погодженням із торговими й іншими підприємствами-покупцями встановлюють вільні відпускні ціни на продукцію, що реалізується. Підприємства-монополісти затверджують граничні ціни реалізації у державних органах ціноутворення. Фактичні ціни реалізації цих підприємств можуть бути нижчими за граничні залежно від попиту на продукцію. Оптові торгові підприємства для відшкодування витрат обігу й отримання прибутку встановлюють оптову націнку на купівельну або відпускну вартість товарів, придбаних у постачальників, у такий спосіб формують оптову ціну товарів.

У окремих випадках підприємства-постачальники можуть надавати торговим підприємствам знижки з відпускної ціни: оптово-збутові (для оптових підприємств) і торгові (для підприємств роздрібної торгівлі). Фактичні ціни реалізації товарів відповідно збільшуються на встановлені чинним законодавством додаткові нарахування: податок на додану вартість, акцизний збір тощо.

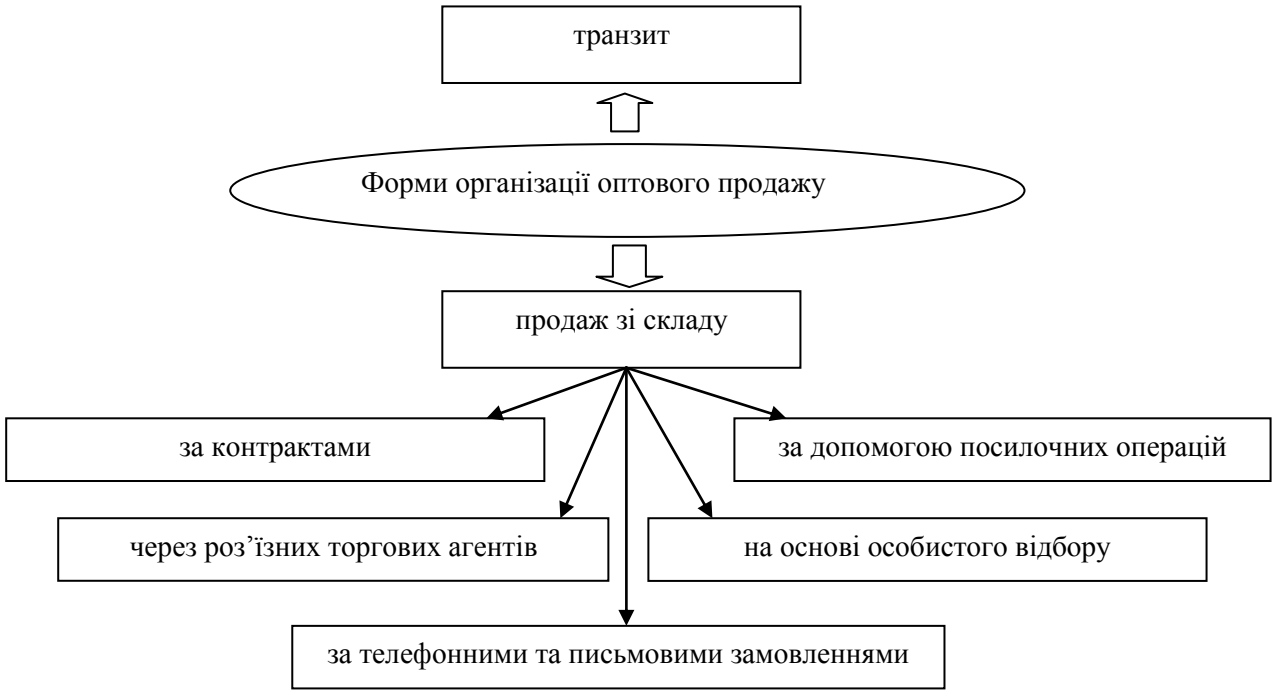


Рис. 1.1. Форми організації торгівлі оптового підприємства

Оптовий продаж товарів може здійснюватися двома формами (рис. 1.1), кожна з яких має особливості та впливає на організацію бухгалтерського обліку:

– транзитом (коли оптове підприємство продає товари без завезення їх на свої склади);

– реалізацією товарів зі своїх складів.

При організації транзитного обороту оптове підприємство виконує посередницьку роль між постачальником і одержувачем, укладаючи при цьому договори з обома сторонами.

Оптовий продаж товарів зі складів може здійснюватися одним із методів (або у поєднанні):

– на основі особистого відбору – покупець здійснює відбір товарів зі складу. Клієнт заздалегідь знайомиться з асортиментом і зразками товарів, що є на складі і виставленими в демонстраційних залах або асортиментних кабінетах. Формування замовлень у присутності покупців дозволяє прискорити їх виконання і вирішити питання, пов’язані з асортиментом і якістю товарів, умовами їх постачання, гарантією надійності;

– за телефонними та письмовими замовленнями – в оптовому торговельному підприємстві створюється відділ з прийому замовлень. Попередні замовлення за телефоном, факсом, через Інтернет сприяють економії часу клієнтів і якіснішому їх виконанню;

– за допомогою посилочних операцій – застосовується при постачаннях дрібних партій товарів в найкоротші терміни і розрахований на покупців, розташованих на значній відстані від складу оптового підприємства;

– через роз’їзних торгових агентів – агенти регулярно відвідують покупців з метою ознайомлення їх з асортиментом і формування замовлень на постачання товарів в найкоротші терміни. Діяльність торгових агентів дозволяє формувати купівельний попит; сприяє зміні структури споживання, розширенню ринків збуту, зростанню рентабельності торговельного підприємства;

– за контрактами – здійснюється при великих масштабах діяльності оптових торговельних підприємств у таких сферах, як виробництво і будівництво. Укладення контрактів особливо вигідне для оптових торговельних підприємств, оскільки сприяє збільшенню оптового обороту і зменшенню витрат на зберігання.

Таким чином специфіка діяльності оптових підприємств має значний вплив на організацію обліку, так:

– на відміну від виробництва, у торгівлі нічого не виробляють, надана послуга не має кількісних характеристик;

– у торгівлі відсутній процес визначення виробничої фінансової собівартості результату, а отже, прямих і непрямих (накладних) витрат, обліку готової продукції та інших облікових робіт, характерних для виробництва;

– в оптовій торгівлі здійснюють груповий облік товарів на підставі розрахункового методу згідно з бухгалтерськими документами та оперативними даними;

– витрати торгівельних підприємств становлять витрати обігу, що не включають до вартості товарів, належать до витрат звітного періоду, обліковуються на відповідних статтях адміністративних витрат, витрат на збут і фінансових витрат, а також списуються на фінансовий результат звітного періоду.

Література:

1. Куцик П. О. Організація контролю витрат в системі управління санаторно-курортними установами / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – № 3 (53). – С. 143 – 149.

2. Полянська О. А., Чабанюк О. М. Управлінський облік товарних запасів: напрями удосконалення методики [Електронний ресурс] / О. А. Полянська, О. М. Чабанюк, В. В. Кондрич // Економіка та суспільство. – 2018. – № 19. – Режим доступу до журналу : http: // economyandsociety.in.ua

3. Чабанюк О. М., Кузьмінська К. І. Облік і оподаткування у торгівлі та підприємствах ресторанного бізнесу. Навч. посіб. / О. М. Чабанюк, К. І. Кузьмінська – К. : Алерта, 2019. – 214 с.

Янушкевич Д. А., *к.т.н., с.н.с.,*
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Левада В. П.,
старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ЗАСТОСУВАННЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО МИСЛЕННЯ ПРИ МИТНОМУ ОФОРМЛЕННІ ТОВАРІВ, ЩО МІСТЯТЬ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

XXI - сторіччя є часом інтелектуальної та інформаційної економіки: на перший план виходить рівень розвитку людських ресурсів, створення нових знань, їх розповсюдження за допомогою сучасних інформаційних технологій, що сприяє економічного прогресу суспільства. Основні акценти сьогодні переміщуються на прискорений інноваційний розвиток, перехід до стратегії, що базується на знаннях та інтелекті. Основу такого розвитку становлять інтелектуальні надбання нації, наукові досягнення, процеси перетворення результатів творчої діяльності у виробництво матеріальних та духовних благ.

Роль інтелектуальної власності в економічному розвитку зростає в усьому світі, випереджаючи значущість засобів виробництва і природних ресурсів. За оцінками Світового банку, фізичний капітал в сучасній економіці формує 16 % загального обсягу багатства кожної країни, природний – 20 %, а людський творчий капітал – 64 %. У таких країнах, як США, Японія і Німеччина, частка інтелектуального капіталу становить до 80 % національного багатства. Сьогодні матеріальні цінності створюються за рахунок запровадження нових технологій та використання новацій, тобто застосування творчих знань на практиці. Обсяг торгівлі правами інтелектуальної власності та ліцензіями на здійснення цих прав у світі розвивається дуже динамічно і оцінюється у сотні мільярдів доларів на рік. Права інтелектуальної власності – це економічний інструмент захисту інвестицій бізнесу, це їх природа і одна з головних функцій. Останнє дослідження EUIPO (Управління інтелектуальної власності ЄС)

показало, що у сфері міжнародних масштабів торгівлі підробленими і піратським товарами, частка торгівлі такими товарами складає до 2,5 % загальних обсягів світової торгівлі, що дорівнює $461 млрд. Наразі підробки є другим за величиною джерелом доходів злочинних угруповань у світі [1].

Обрана Україною стратегія побудови цивілізованих ринкових відносин, спирається, насамперед, на активізацію власного інтелектуального потенціалу, обумовила нагальну необхідність формування ефективного вітчизняного організаційно-правового механізму охорони та захисту прав інтелектуальної власності (ПІВ). Ця система складається із конституційних норм, норм кодексів, законів, низки підзаконних актів, загалом відповідає міжнародним вимогам, визначеним Угодою про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРІПС) СОТ [2].

Поряд із тим, значна кількість контрафактної та фальсифікованої продукції, що реалізується в Україні, а також обсяги її поширень завдають значної шкоди не лише економіці нашої держави, але й іміджу України.

Так, за результатами здійснення митного контролю, у 2017 р. Харківською митницею Державної фіскальної служби (ДФС) України здійснено 284 призупинення митного оформлення товарів із ознаками порушень прав інтелектуальної власності згідно із статтею 399 «Призупинення митного оформлення товарів на підставі даних митного реєстру». Найменування товарів, митне оформлення яких було призупинено: шини колісні до транспортних засобів та частини транспортних засобів, первинні елементи живлення, туби, добрива, олія соняшникова, насіння гарбузове та насіння соняшнику, ядра волоського горіха, піддони, підшипники, ампули скляні медичні, манометри, кондитерські в вироби, напої сильногазовані, стрічки-ремінці (хомути), принтери, факси, сільськогосподарська техніка, друкована продукція, системи електронного нагрівання тютюну та адаптери живлення кишенькових зарядних пристроїв, які відповідають відомостям зареєстрованим у Митному реєстрі об’єктів права інтелектуальної власності ДФС України.

За період січень-липень 2018 р. ДФС України зафіксувала 4,2 тисячі випадки призупинення оформлення товарів на митницях через порушення прав інтелектуальної власності [3].

Відповідно до Митного плану дій по боротьбі з порушеннями прав інтелектуальної власності основними напрямками діяльності митних органів ЄС у сфері захисту ПІВ є виявлення товарів, що порушують права інтелектуальної власності та дослідження критеріїв, які вказують на можливе порушення ПІВ [4]. Критерії, що вказують на можливе порушення ПІВ при здійсненні митного контролю товарів, які перевозяться через митний кордон можуть бути:

- низька якість, ціна, вид та кількість товару;

- країна походження та призначення товару;

- відсутність або невідповідність упаковки товару встановленим вимогам та товаросупровідним документам;

- невідповідність логотипу, торгової марки та назви товару;

- відсутність або невідповідність інструкції до товару та відсутність сертифіката відповідності або декларації про відповідність;

- умови придбання товару та поставки товару згідно міжнародних умов поставок «Інкотермс-2010»;

- дані про імпортера, експортера, власника та декларанта товарів;

- маршрути транспортування та види транспорту, місця завантаження, перевантаження та кінцевого розвантаження товарів

- реєстраційні дані транспортного засобу, номер рейсу, дані з митної декларації або інших транспортних документів.

Проте, система охорони та захисту ПІВ, вимагає пошуку нових шляхів розв’язання проблеми посилення захисту прав суб’єктів, які в установленому законом порядку набули прав інтелектуальної власності. Значну частину повноважень у сфері захисту правовласників покладено на митні органи, що здійснюють контроль за переміщенням товарів через митний кордон України. Проте, ця сфера для митників є доволі новою і потребує удосконалення.

З урахуванням Рамкових стандартів Всесвітньої митної організації (ВМО) щодо забезпечення безпеки і спрощення процедур міжнародної торгівлі, Компендіуму з управління ризиками ВМО та міжнародного досвіду, в Україні удосконалено порядок здійснення аналізу та оцінки ризиків за рахунок впровадження таргетингу.

Таргетинг - спосіб аналізу та оцінки ризиків, відповідно до якого попередньо проаналізовані, зовнішньоекономічні операції підлягають додатковій оцінці на предмет наявності ризиків із використанням доступних органам ДФС джерел інформації. Це безпосередньо може застосовуватись при митному оформленні об’єктів, що містять права інтелектуальної власності

Як показує світова практика, підвищення ефективності функціонування СУР в митній справі можливо за рахунок впровадження вимог міжнародних стандартів ДСТУ ISO 31000:2014 «Менеджмент ризиків. Принципи та керівні вказівки» та ДСТУ ISO 31010:2013 «Керування ризиком. Методи загального оцінювання ризику», які базуються на застосуванні ризик-орієнтованого мислення. Стандарт ДСТУ ISO 31000:2014 встановлює принципи та концепції з управління ризиками [5]. Стандарт ДСТУ ISO 31010:2013 розроблений як додаток до ISO 31000 і містить рекомендації щодо вибору і застосування методів оцінки ризику. Стандарт дає відповіді на наступні питання:

1. Що може статися, і чому?
2. Які наслідки можуть бути?
3. Ймовірність їх подальшого виникнення?
4. Які фактори зменшують / знижують ймовірність наслідків ризику?

Оцінка ризику, не самостійний захід і він повинен бути повністю інтегрований в інші компоненти процесу управління ризиками. Згідно досвіду ЄС, управління ризиками не повинно розглядатися як статичний процес, а як інтерактивний процес, у якому інформація постійно оновлюється, аналізується та розглядається для проведення попереджувальних та коригувальних дій.

У стандарті ДСТУ ISO 31010:2013 вводиться використання цілого ряду методів та інструментів управління ризиками, які можуть бути застосовані в

митній справі. До них відносяться: контрольні листи, «мозковий штурм», метод Делфі, «Що, якщо ...?» (SWIFT), попередній аналіз небезпек (PHA), оцінка екологічного ризику, аналіз сценаріїв, багатокритеріальний аналіз рішень (MCDA), аналіз рівнів захисту (LOPA), діаграма «краватка-метелик», причинно-наслідкова діаграма Ісікави тощо.

Впровадження цих методів дасть можливість забезпечити більш ефективне використання наявних у митних органів ресурсів та зосередити їх увагу на окремих згрупованих об'єктах аналізу ризику ПІВ, щодо яких є потреба у застосуванні окремих форм митного контролю або їх сукупності, а також у підвищенні ефективності здійснення їх митного контролю.

Література:

1. Покращення взаємодії між правовласниками і митниками [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pakharenko.ua/pokrashhennya-vzayemodi%D1%97-mizh-pravovlasnikami-i-mitnikami/. – Назва з екрану.

2. Запобігання митним правопорушенням: охорона і захист прав інтелектуальної власності на митному кордоні України : монографія; за заг. ред. Пашка П. В. – Ірпінь–Хмельницький: ФОП Стрихар А. М., 2017. – 323 с.

3. Права інтелектуальної власності [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2521137-prava-intelektualnoi -vlasnosti-u-dfs-zaavili-pro-kilkist-zupinok-v-oformlenni.html. – Назва з екрану.

4. Council Resolution on the EU Customs Action Plan to combat IPR infringements [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri= OJ:C:2013:080:0001:0007:EN:PDF.

5. Янушкевич Д. А. Сучасні аспекти застосування системи управління ризиками у сфері державної митної справи / Д. А. Янушкевич, В. А. Афанасьєва // Управління стійким розвитком економіки: теоретичні і практичні аспекти ; монографія : за заг. ред. д.е.н., проф. Прохорової В. В. ; [Д. А. Янушкевич, В. А. Афанасьєва та інш.].– Х. : ФОП Іванченко І. С., 2018. – С. 304–315.

Ніколайчук О. А., *к.е.н.*
доцент кафедри міжнародної економіки та туризму,
Донецький національний університет економіки
та торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ДІАГНОСТИКА ДИНАМІКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Туризм – один з найбільш перспективних напрямків соціально-економічного розвитку в світі, який протягом останнього десятиліття має стрімкі темпи зростання.

Міжнародний туризм поділяється на іноземний (в'їзний) та зарубіжний (виїзний). Згідно Закону України «Про туризм», в'їзний туризм - це подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території; виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території Україні, в іншу країну.

Метою дослідження є аналіз показників динаміки зовнішньої туристичної діяльності в Україні.

Проведемо дослідження динаміки зовнішнього туризму на Україні (табл. 1, рис. 1).

Динаміка іноземного туризму свідчить про зростання кількості іноземних туристів, що відвідували Україну, в період з 2000 р. до 2013 р. Загальний приріст іноземних туристів за цей період становить 2,8 рази. Однак в 2008-2009 рр. у зв'язку зі світовою фінансовою кризою відбулося зменшення іноземних туристів на 4,65 млн., але з 2010 р. їх кількість збільшується до 2013 р. В 2012 р. цей приріст пояснюється проведенням Чемпіонату Європи з футболу Євро-2012. Починаючи з 2014 р. у зв'язку з нестабільною політичною ситуацією в Україні, анексією Криму та через проведення АТО кількість іноземних туристів різко скоротилася: в 2014-2015 рр. кількість іноземних туристів становить 50-51% від рівня 2013 р.

Таблиця 1

Іноземний та зарубіжний туризм в Україні в 2000-2017 рр.

Рік	Іноземний туризм	Зарубіжний туризм
2000	6430940	13422320
2001	9174166	14849033
2002	10516665	14729444
2003	12513883	14794932
2004	15629213	15487571
2005	17630760	16453704
2006	18935775	16875256
2007	23122157	17334653
2008	25449078	15498567
2009	20798342	15333949
2010	21203327	17180034
2011	21415296	19773143
2012	23012823	21432836
2013	24671227	23761287
2014	12711507	22437671
2015	12428286	23141646
2016	13333096	24668233
2017	14229642	26437413

Джерело: побудовано за даними Держкомстату України [1]

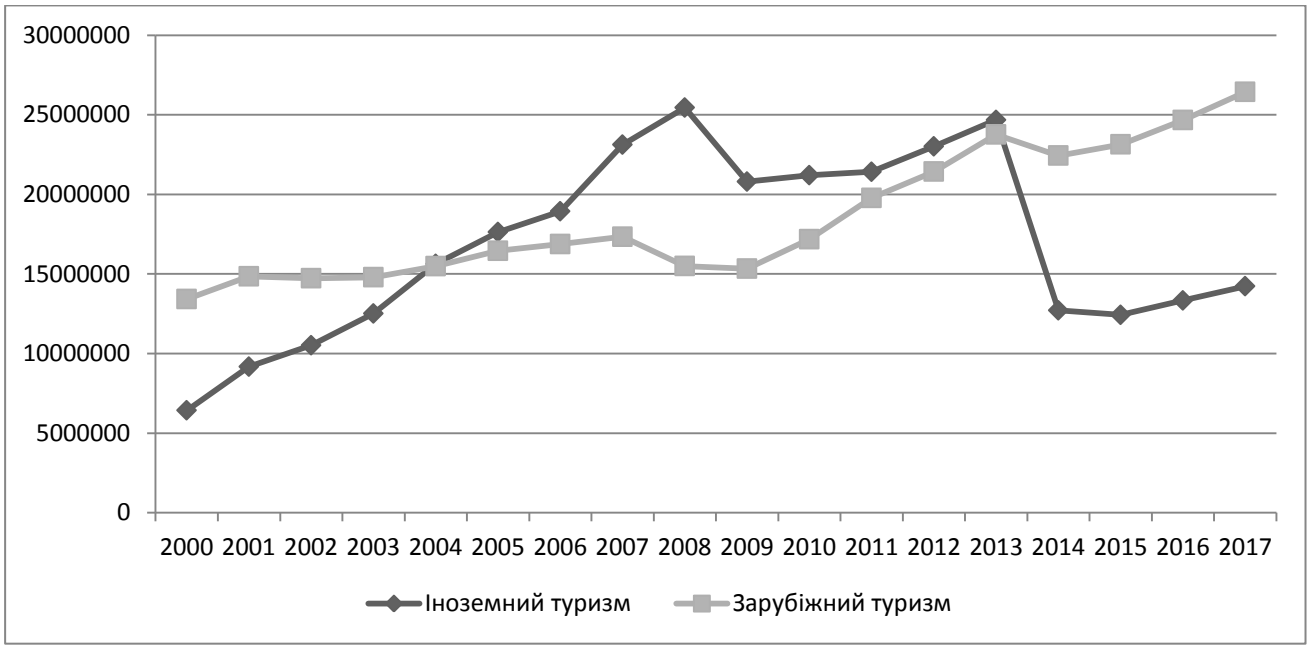


Рис. 1. Динаміка іноземного та зарубіжного туризму в 2000-2017 рр.

Джерело: побудовано за даними Держкомстату України[1]

З 2016 р. намітилася позитивна тенденція зростання кількості іноземних туристів, що відвідували Україну, однак станом на 2017 р. в порівнянні з 2013 р. показник становить лише 57,6%. В цілому за період 2000-2017 рр. приріст іноземних туристів, що відвідали Україну, становить 121,3%.

Аналіз статистичних даних показує, що кількість зарубіжних туристів зростає. Виключенням є лише період світової фінансової кризи 2008-2009 рр., коли обсяг виїзного туризму скоротився на 10,6% в порівнянні з до кризовим станом 2007 р., та в 2014 р., коли показник зменшився на 5,6%. Починаючи з 2015 р. прирісна динаміка виїзних туристичних потоків була відновлена. Отже, негативні соціально-економічні та політичні явища особливо не вплинули на виїзний туризм в Україні. В цілому приріст зарубіжних туристів за період 2000-2017 рр. складає 96,97%.

Побудуємо графіки залежності між іноземним та зарубіжним туризмом. Отже, Х – це кількість іноземних туристів в Україні, У – це кількість зарубіжних туристів.

У зв'язку з різним характером динаміки показників протягом 2000-2017 рр. для отримання більш достовірних залежностей, розіб'ємо весь досліджуваний період на менші періоди:

2000-2007 рр., тобто до кризовий період;

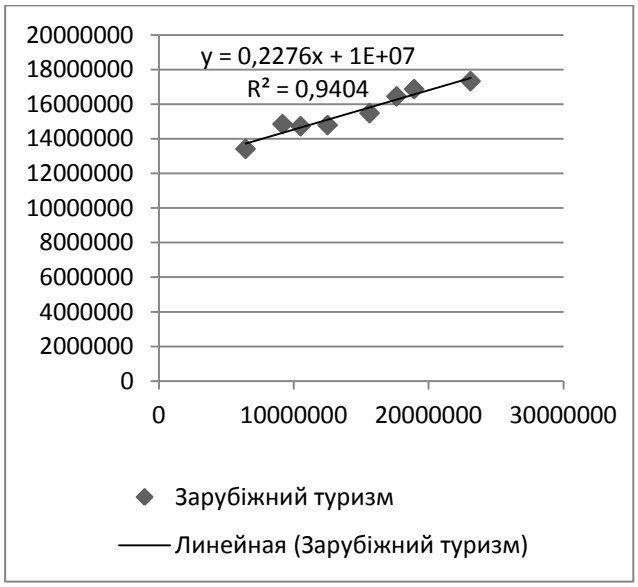
2008-2010 рр. – період світової кризи;

2011-2013 рр. – післякризовий період;

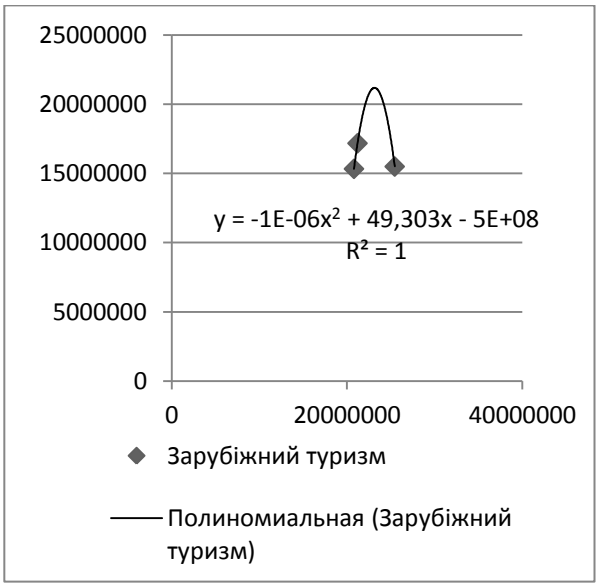
2014-2017 рр. – період соціально-економічної нестабільності та проведення АТО.

Графіки лінії регресії приведені на рис. 2.

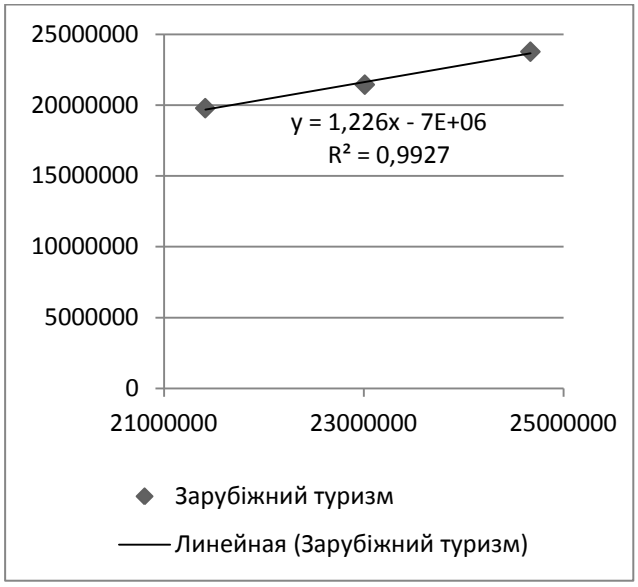
Таким чином, отримані рівняння регресії свідчать про високий ступінь залежності між іноземним та зарубіжним туризмом в Україні. Коефіцієнти кореляції для отриманих рівнянь становлять 0,905-1, що сигналізує про високий ступінь залежності між даними показниками. Отримані лінії регресії можуть бути використані для аналізу та прогнозування тенденцій міжнародного туризму в Україні.



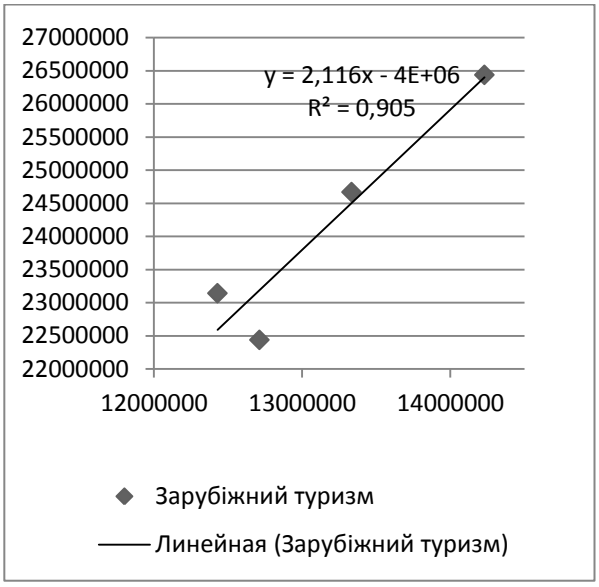
а



б



в



г

Рис. 2. Лінія регресії в 2000-2007 рр. (*а*), 2008-2010 рр. (б), 2011-2013 рр. (в), 2014-2017 рр. (*г*)

Джерело: побудовано за даними Держкомстату України[1]

Отже, можна говорити про вплив загальносвітових тенденцій у туризмі на туристичну галузь в Україні. Пожвавлення туристичної активності в Україні чергується з періодами спаду, відтворюючи коливання не лише внутрішнього середовища, але й вплив світових тенденцій.

Зважаючи на соціально-економічне становище та політичну нестабільність в Україні, скоріш за все тенденція переважання зарубіжного туризму над

іноземним, що була виявлена в 2014-2017 рр., ще збережеться на найближчий період.

Література:

1. Державний комітет статистики України - htpp: ukrstat.gov.ua

Бугайов А., *студент*
Новикова В. І., *к. геогр. н., доцент*
кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

У сучасних умовах високої конкуренції в туристському світі в усьому світі кожна країна намагається знайти нові способи залучення все більшої кількості туристів. Одним з таких способів стає екстремальний туризм, який на світовому ринку туристичних послуг вже давно користується великим попитом. Так, фінансові обороти в цій сфері в усьому світі за останні три роки збільшилися в три рази - з 62 мільярдів євро в 2009 році до 197 мільярдів - у 2012 році [3].

Міжнародна асоціація Adventure Travel Trade Assosiation (ATTA) склала список кращих країн для екстремального туризму. Всього було розглянуто 192 країни. В ході дослідження враховувалися такі показники: політика сталого розвитку, безпека, інфраструктура туризму, природні ресурси, культурні ресурси, ресурси для екстремальних видів діяльності і вплив на здоров'я [2]. Якщо проаналізувати рейтинг країн за популярністю пригодницького туризму за 2010-2015 роки, який наведений в таблиці 1, то можна простежити високу популярність пригодницького туризму в західній Європі.

Світовий ринок пригодницького туризму оцінюється в 444 850 мільйонів доларів США в 2016 році, і за прогнозом, до 2023 року, він становитиме 1335738 мільйонів доларів, реєструючи зростання 17,4 відсотка з 2017 до 2023 року [1].

Таблиця 1

Рейтинг країн за популярністю пригодницького туризму за 2010-2015 рр. [5]

Розвинені країни			Країни, що розвиваються		
2010	2011	2015	2010	2011	2015
Швейцарія	Швейцарія	Швейцарія	Ізраїль	Чілі	Чешська Республіка
Ісландія	Нова Зеландія	Ісландія	Словацька Республіка	Чешська Республіка	Словацька Республіка
Нова Зеландія	Канада	Німеччина	Чілі	Словацька Республіка	Болгарія
Канада	Німеччина	Норвегія	Естонія	Ізраїль	Естонія
Німеччина	Ісландія	Нова Зеландія	Чешська Республіка	Естонія	Чілі
Швеція	Норвегія	Австрія	Болгарія	Болгарія	Польща
Ірландія	Фінляндія	Канада	Словенія	Словенія	Ізраїль
Норвегія	Австрія	Фінляндія	Йорданія	Польща	Словенія
Фінляндія	Швеція	Швеція	Румунія	Корейська республіка	Корейська республіка

У результаті у ТОП кращих увійшли всього вісім країн (табл. 2).

Таблиця 2

ТОП 8 країн для екстремального туризму [2]

Країна	Види екстремального туризму
Словаччина	альпінізм, спелеотуризм, скелелазіння
Ізраїль	дайвінг, джип-сафарі, лижний спорт
Чехія	пішохідний, велосипедний, спелеотуризм
Естонія	пішохідний туризм, кемпінг
Словенія	альпінізм, спелеотуризм, скелелазіння
Чилі	пішохідний, джип-сафарі
Болгарія	дайвінг, водні лижі, віндсерфінг, альпінізм
Латвія	пішохідний

Світовий ринок пригодницького туризму сегментований за типом, діяльністю, типом мандрівника, віковою групою, каналом збуту та географією. За типом ринок класифікується як твердий, м'який та ін. Залежно від активності він ділиться на діяльність на землі, діяльність на воді та діяльність у повітрі. Залежно від типу мандрівника, він класифікується як одинокий, друзі / група,

пара та сім'я. Відповідно до вікової групи, вона розділена на подорожуючих до 30 років, 30-41 роки, 42-49 років та 50 років і вище. У сегмент каналів продажів входить туристичний агент та прямий. Географічно ринок аналізується в Північній Америці, Європі, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Латинській Америці.

За загальною характеристикою UNWTO у 2014 році:

– 53% усіх пригодницьких туристів були жінками, а 47% - чоловіками;

– 37% пригодницьких туристів мали освітній рівень бакалавра»;

– більше 11% мали професійну кваліфікацію;

– середній дохід пригодницьких туристів становить близько 41 500 доларів США;

– 42% всіх туристів беруть участь у одному або кількох пригодницьких заходах під час їхнього відпочинку;

– 69% усіх пригодницьких туристів прибувають з Європи, Північної Америки та Південної Америки;

– невелика частина подорожує поодинці. 21% подорожують з друзями, 37% подорожують з чоловіком і 30% подорожують зі своїми родинами, включаючи дітей [3, с. 64]

Якщо у масовому туризмі близько 80% доходів від поїздки надходить авіакомпаніям, готелям та іншим міжнародним компаніям, то у пригодницькому туризмі 70-80% доходів надходить до місцевих громад - 65,5% від загальної суми витрат на поїздку у форматі пригодницького туризму залишається в місцях призначення або відвіданні туризму [3, с. 75].

Таким чином, для багатьох мільярдів туристів - тих, які прагнуть отримати унікальній досвід, екстремальний туризм стає невід'ємною частиною їх життя, оскільки пересічним мешканцям не вистачає адреналіну в повсякденному житті. У сучасному світі споживачі все частіше шукають справжнього досвіду і екстремальний туризм, безсумнівно стає тим сегментом, що починає користуватися великим попитом.

Література:

1. Allied Market Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html
2. Global Report on Adventure Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final_1global_report_on_adventure_tourism.pdf
3. Key facts on adventure tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://corporate.greenland.com/en/tools/adventure-in-greenland/key-facts-on-adventure-tourism/
4. PR Newswire empowers communicators [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.prnewswire.com/news-releases/global-adventure-tourism-market-expected-to-reach-1335738-million-by-2023-allied-market-research-672335923.html
5. Темник І. О. Тенденції розвитку пригодницького туризму в світі [Електронний ресурс] / І. О. Темник, Н. О. Щербакова. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 4. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_4_17

Бойко Н. В., *студент*
«Міжнародні економічні відносини»,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут
Науковий керівник – Пурій Г. В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Криворізький економічний інститут

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ПРАЦІ

Відомо, що епоху глобалізації розвиток будь-якої країни не може відбуватися без впливу інтеграційних процесів. Формування світового ринку праці в умовах глобалізації виступає як один з основних наслідків поглиблення міжнародного поділу праці.

Дослідженням проблем, пов’язаних з розвитком світового ринку праці, займалася велика кількість науковців. Особлива увага даному питанню

присвячена у працях зарубіжних вчених А. Бхадурі, Дж. Бес та Г. Беккера, а також таких українських вчених як В. Новицького, І. Петрової, А. Колота.

Метою даної роботи є дослідження особливостей впливу глобалізації на проблеми розвитку світового ринку праці.

Глобалізація (від фр. global – планетарний, всеосяжний) – всеохоплюючий процес трансформації світового співтовариства у відкриту цілісну систему інформаційно-технологічних, фінансово-економічних, суспільно-політичних, соціально-культурних взаємозв'язків і взаємозалежностей [1].

Формування ринку праці відбувається в особливих умовах розвитку економічної системи, як основного елемента, що впливає на неї та характеризується специфічними проблемами, такими як: проблеми зайнятості населення, проблеми трудових відносин, соціального захисту, проблема безробіття тощо. Саме ці проблеми спонукають представників робочої сили брати участь у міжнародній міграції трудових ресурсів в пошуках привабливіших пропозицій. Також вагомими причинами трудової міграції останнім часом стали вважати економічну та політичну кризи попередньої системи державного управління, посилення попиту на інтелектуальні робочі ресурси, інтенсивний розвиток науково-технологічного прогресу, а також неекономічні фактори: міжрелігійні та воєнні сутички, соціальні та національні проблеми суспільства. Ця ситуація має більше варіантів рішення завдяки поглибленню глобалізаційної інтеграції країн світу.

Економічна глобалізація стимулює посилення конкуренції на світових ринках праці. Головною умовою конкурентоспроможності праці постає якість робочої сили, яка визначається рівнем освіти, професійної підготовки, кваліфікацією та наявністю певного досвіду роботи. Світовий (міжнародний) ринок праці — це система відносин, що складається між державами з приводу узгодження попиту та пропозиції робочої сили, регулювання її міждержавних потоків, оплати праці та соціального захисту за умов транснаціоналізації національних економік [2].

Західні та вітчизняні економісти відмічають зростання попиту на кваліфіковану робочу силу та скорочення на некваліфіковану явищем, безпосередньо пов'язаним з глобалізацією та технічною революцією. У широкому розумінні, глобалізація – процес руйнування кордонів і створення єдиного суспільства, насамперед, в економічному аспекті.

Під впливом цих процесів відбувається утворення міжнародного ринку праці завдяки двом факторам: через поступове об'єднання національних ринків праці, внаслідок усунення будь-яких перешкод між ними, та через міжнародний рух капіталу та робочої сили. Структура міжнародного ринку праці складається з двох основних частин – робочої сили, яка характеризується високим рівнем кваліфікації, постійною зайнятістю та робочої сили, що походить з країн з відносно низьким рівнем розвитку економіки і, відповідно, низькою якістю робочого капіталу. Підвищення попиту країни не тільки на вітчизняну робочу силу, а також на іноземну робочу силу, яка є менш вибагливою щодо оплати праці та має інші переваги над національною, зумовлене підвищенням міжнародної мобільності капіталу.

Досі проблема переходу кадрів в межах країни та за кордон являється доволі загрозливою для потенціалу країни, через те, що представники наукових галузей і виробництв надають перевагу спеціальностям, не потребуючим високої кваліфікації, але є більш прибутковими.

Отже, можна зробити висновок, що глобалізація неоднозначно впливає на розвиток міжнародного ринку праці, так як провокує відтік перспективних трудових ресурсів до високорозвинених країн від менш розвинених, тим самим зменшуючи їх потенціал до успішного розвитку. Зважаючи на те, що світовий ринок праці є важливим елементом налагодження соціально-економічних відносин між країнами світу, необхідно вжити заходів, що позитивно впливають на розвиток людського капіталу, посилити захист прав працівників по всьому світу, контролювати утворення та розвиток нелегальної трудової міграції.

Література:

1. Сутність і природа глобалізації. – Студопедія: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://studopedia.org/10-106292
2. Климко Г. Н., Нестеренко В. П., Каніщенко Л. О., Чухно А. А. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підруч. для студ. екон. спец. вищ. закл. осв. / Григорій Никифорович Климко (ред.), Василь Павлович Нестеренко (ред.). - вид., перероб. і доп. — К.: Вища школа, 1999. - 743 с.
3. Долішний М. І., Садова У. Я., Семів Л. К. Глобалізація та її регіональні виміри // Регіональна економіка. - №3. - 2002. – С. 7-24.
4. Сідоров В. І., Медова А. В. Функціонування та розвиток світового ринку праці в умовах глобалізації // Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова./ - 2014. – Т.19. – Вип.1/1. – С. 61-65.

Красномовець В. А., *к.е.н. доцент,* **Гавей А. С.**
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ФЕСТИВАЛІВ

Зміни, що відбуваються в сучасному світі і в Україні, приносять нові акценти в економічне життя та функціонування бізнесу. Сьогодні представники бізнес-середовища шукають нові ідеї, які будуть здатні впливати на оточуючий нас світ. Особливо помітна ця тенденція в туристичній індустрії, де кожен намагається здивувати новими поглядами на подорожі.

Фестивальний туризм в останні десятиліття охоплює все більший прошарок туристичного руху. В цілому це відображає світову тенденцію у туризмі, де культурно-пізнавальні та розважальні форми стають основою росту туристичних потоків у розвинутих країнах.

Сучасні фестивалі на відкритому повітрі були і залишаються одним з найкращих форматів проведення літнього дозвілля молоді. Разом з тим оупен-ейри стали полем битви за серця аудиторії для найбільших компаній-спонсорів, драйвером для розвитку територій та інструментом підняття економіки.

На загальну думку учасників ринку, проведення оупен-ейрів рідко приносить справжній прибуток організаторам. В основному оупен-ейри живуть за рахунок спонсорів: компаній-виробників напоїв і фінансових установ. Так, в

Німеччині спонсором одного з найбільших оупен-ейрів Meltfestival є платіжна платформа StubHub, яку активно просуває Ebay.

Більшість великих фестивалів також покривають частину витрат за рахунок продажу квитків. Наприклад, всі квитки на один з найпопулярніших музичних фестивалів світу - Glastonbury в Англії - зазвичай продаються за кілька десятків хвилин.

Більшість фестивалів балансують на межі рентабельності, хоча і збирають численну аудиторію. Збитки на старті проекту можуть дозволити собі тільки великі гравці, які мають ресурси для роботи на перспективу.

Експерти вважають, що фестивалі вже перестали бути місцем, де просто віпочивають з музикою, танцями чи іграми. Сьогодні навколо фестивалів вибудовується ціла екосистема, яка може безпосередньо вплинути на економіку тих регіонів, де вони проводяться.

Є і зовсім незвичайні приклади подібних екосистем - якщо десь основним критерієм вважається зручність, то на фестивалі Burning Man зовсім інша історія. Відвідувачі платять гроші, щоб стати частиною створеної організаторами і ними самими незвичайного постапокаліптичного Всесвіту посеред пустелі. Це саме той фестиваль, на прикладі якого варто розглядати конкретний вплив одного щорічного заходу на економіку міста, округу, штату і світу, адже його відвідують тисячі фестивальників з десятків країн.

Burning Man (переклад з англ. «Палаюча людина») - найбільший в світі фестиваль мистецтв і радикального самовираження, який щорічно проходить в пустелі Блек-Рок (Black Rock Desert) в Неваді, США. На підготовку до заходу, де не використовуються гроші, учасники витрачають тисячі доларів, як би парадоксально це не зучало. Щороку в кінці серпня 66-й по завантаженості аеропорт в Америці стає шлюзом для щорічного фестивалю, який розгортається всього на тиждень. Термінали переповнені бадьорими мандрівниками з десятків країн. Тут терплять цей хаос не просто так. Близько 80 тисяч пасажирів привозять помітні гроші для невеликого аеропорту. За оцінками експертів, аеропорт заробляє на таких пасажирах близько 10 мільйонів доларів на рік.

«Позитивний вплив Burning Man на нашу економіку величезний і відчувається принаймні місяць. Наші магазини, ресторани, заправки і автомийки отримують величезну кількість клієнтів і це дуже важливо для економіки Північної Невади», - говорить Джон Слотер, глава округу Уошо.

Продаж квитків триває, поки вони є, зазвичай їх розкуповують за кілька годин, але є кілька хвиль продажу.

Основні етапи:

Pre-Sale (попередній продаж): 5000 квитків за ціною $ 990 і $ 1200 без податків. Проходить в січні-лютому.

Low Income Ticket Program (квитки низької вартості): 4000 квитків по $ 190. Для тих, хто не може собі дозволити звичайні квитки. Турист повинен заздалегідь подати заявку і надати документи про доходи та витрати. Проходить з лютого по квітень.

Main Sale (основний продаж): 26 000 квитків по $ 425 без податків, з податками близько $ 490. Проходить в березні.

OMG Sale («боже-мій» продаж): 2000 квитків по $ 425 без податків. Проходить за три тижні до початку фестивалю.

Всього можна купити по два квитки на людину, і один пропуск транспортних засобів (він коштує $ 80 + додаткові збори). Доречі, додаткових зборів достатньо: $ 12 за замовлення на доставку або $ 12 за отримання в касі.

Один з принципів, що лежать в основі цього примарного міста Burning Man - участь. І участь не обмежується грошима, які потрібно витратити на спорядження. У деяких воно виражається в створенні складних костюмів. Інші об'єднуються в тематичні табору. Один із прикладів - табір Silicon Village на 220 осіб. Його щорічний бюджет, за словами колишнього мера Руперта Харта, становить 20 000 $.

Так, навіть за допомогою анти-комерціалізації Burning Man, не можна заперечувати, що це стало великою грошовою подією. У 2015 році компанія Burning Man отримала дохід у розмірі 36,9 мільйонів доларів, майже все з

продажу квитків, а неприбуткові організації витратили 35,8 мільйони доларів на проведення заходу відповідно до податкових документів.

Досвід Burning Man показує, що яким би незалежним і спочатку антикомерційним не був проект, якому так чи інакше потрібні гроші, талант і тяга до зростання в будь-якому випадку зроблять його великим бізнесом ы приведуть до економічного зростання.

Література:

1. How Burning Man's founders created a commerce-free economy for 70,000 people [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.cnbc.com/2018/08/29/why-you-cant-buy-food-or-supplies-at-burning-man-2018.html
2. Where Does My Ticket Money Go?[Електронний ресурс]. – Режим доступу :https://burningman.org/event/preparation/ticket-money/
3. Burning Man: как превратить антикоммерческий проект в большой бизнес [Електронний ресурс]. Режим доступу :https://republic.ru/economics/burning_man_kak_prevratit_antikommercheskiy_proekt_v_bolshoy_biznes-1150855.xhtml
4. Фестиваль Burning Man — и его экономика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.ihodl.com/lifestyle/2014-09-08/festival-burning-man-i-ego-ekonomika/

Кладова О. О., *студентка*
Красномовець В. А., *канд. ек. наук, доцент*
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси

ЧАСТКА ДОХОДУ ВІД ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРІ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ

В останні роки все більшої популярності набирає гастрономічний туризм в усьому світі. Туристи проявляють все більший інтерес до ознайомлення та дегустації національних кулінарних традицій різних країн світу.

Гастрономічний туризм – це вид туризму, пов’язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу [1].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [3].

Важливим є визначення спеціалізації гастрономічного туризму. Серед основних видів спеціалізації виокремлюють: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктово-ягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, змішаний.

Опитування проведене UNWTO у 2016 році встановило, що 8% туристів відзначають гастрономічний аспект як основну причину для відвідування тієї чи іншої країни, 75% стверджують, що гастрономічні особливості країни є однією з трьох головних причин при виборі місця туристичної подорожі [4]. Вже протягом багатьох років у світі проходить безліч гастрономічних фестивалів, які відвідують тисячі туристів, щоб скуштувати незвичні страви та дізнатися секрети їх приготування. Серед найвідоміших можна виділити: St. Moritz Gourmet Festival, Bocuse d'Or, Gourmet Abu Dhabi, World Gourmet Summit, Taste of Chicago, Menton Lemon Festival, Flemish Food Fest, Festa a Vico та багато інших.Провідна роль гастрономії у виборі туристичної дестинації призвела до зростання гастрономічних пропозицій на основі високоякісних місцевих продуктів харчування та консолідації окремого ринку гастрономічного туризму. 10 червня 2017 р. світ вперше відзначав День національного харчового туру (National Food Tour Day) [2].

Станом на 2017 рік, у світі налічується 21 об’єкт гастрономічної та культурної Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.Найпопулярніші гастрономічні напрямки, які існують в світі – це США, Бразилія, Перу, Мексика, Чилі, Іспанія, Франція, Італія, Греція, Бельгія, Португалія, Нова Зеландія, Південна Африка, Австралія, Малайзія, Японія, Індонезія, Китай, Сінгапур та Балі.Популярними та привабливими об’єктами для туристів є: гастрономічні свята та фестивалі, кулінарні майстер-класи, гастрономічні ярмарки, підприємства ресторанного господарства, відвідування продуктових ринків. За даними UNWTO 79% туристів визначають маршрут, попередньо досліджуючи календар

гастрономічних подій та особливості місцевої кухні. Кожний третій турист виділяє національну кухню, як мотив до подорожі, а витрати на харчування становлять близько 30% від загальних витрат на поїздку, якщо ж це гастрономічний тур, витрати на харчування складають до 50%.

В Азійсько-Тихоокеанському регіоні зосереджені міста, які мають найбільшу кількість відзначених закладів по відношенню до загальної кількості ресторанів та закладів відмічених трьома зірками,відвідування яких є мотивом для окремої гастрономічної подорожі.

За загальною кількістю об'єктів та гастрономічною привабливістю відзначається Франція, Японія, США.

Перспективними напрямами гастрономічного туризму є Італія, Іспанія, Таїланд.

Найбільша кількість ресторанів, які мають одну зірку Мішлен розташовані у столицях Європи, які мають дві зірки – в Кіото, Осака, Кобе, Нара, які мають три зірки - Токіо, Йокахома та Шонан.

Згідно з даними WFTA (Міжнародна асоціація гастрономічного туризму) частка гастрономічного туризму в загальному обсязі доходів від туристичної галузі досягає до 30%, при цьому прогнозується зростання на 7-12% кожного року, в той час понад 88% туристів відзначають, що гастрономія – це ключовий елемент в створенні враження про туристичні дестинації [5].

Таким чином, гастрономічний туризм є допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів. Цей вид туризму дає змогу не тільки побачити і послухати, а задіяти органи відчуття такі як смак та запах.

Науковці у всьому світі стверджують, що наразі ринок гастрономічного туризму є зростаючим і одним з найбільш динамічних сегментів туристичного ринку.

Література:

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
2. День національного гастрономічного туру – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nationalfoodtourday.com
3. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldfoodtravel.org
4. . Global Report on Food Tourism [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/ docpdf/amreports4-foodtourism.pdf.
5. World Food Travel Association [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.worldfoodtravel.org.

Салтикова В. В., *студентка*
Красномовець В. А., *к.е.н. доцент*
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СЕРТИФІКАЦІЇ ДАЙВЕРІВ У СВІТІ

Дайвінг популярний вид відпочинку. Сьогодні дайвінг послуги пропонують майже усі курорти світу. Проте більшість драйверів не мають потрібних сертифікатів, які підтверджують їх професійні здібності.

Сертифікація - це процедура, за допомогою якої визнаний в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу встановленим законодавством вимогам[5]. Сертифікат видається людині, що пройшла навчання за будь-якою курсу. На сьогодні найавторитетнішими організаціями з міжнародної стандартизації послуг, в тому числі і дайверских, є ISO і по Європейської стандартизації дайверских послуг EUF .

Європейський стандарт EN 14153 / Міжнародний стандарт ISO 24801 складається з наступних частин:

- EN 14153-1 / ISO 24801-1 Рекреаційні послуги в дайвінг - пов'язані з безпекою занурень, мінімальні вимоги для підготовки аквалангістів - Частина 1: Рівень 1 "Контрольований Diver";

- EN 14153-2 / ISO 24801-2 Рекреаційні послуги в дайвінг - пов'язані з безпекою занурень, мінімальні вимоги для підготовки аквалангістів - Частина 2: Рівень 2 "Автономний Дайвер";
- EN 14153-3 / ISO 24801-3 Рекреаційні послуги в дайвінг - пов'язані з безпекою занурень, мінімальні вимоги для підготовки аквалангістів - Частина 3: Рівень 3 "Лідер занурення".

Міжнародний стандарт: - ISO 13289:2013 "Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до проведення екскурсій для любителів сноркелинга";

- ISO 13970:2013 "Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги до програм навчання гідів, супроводжуючих любителів сноркелинга";
- ISO 24801 "Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги при підготовці аквалангістів";
- ISO 24802 "Дайвінг для активного відпочинку та розваг. Вимоги при підготовці інструкторів підводного плавання".

Процес занурення не може відбуватися без спеціального спорядження:

- гідрокостюма;
- ласт;
- маски;
- балона зі стисненим повітрям.

Це мінімальний набір, хоча додатково можуть використовуватися рукавички, підводні годинник, глибиномір.

Основною відмінністю сертифікуючих систем є історія їх виникнення та пріоритети розвитку. Для прикладу розглянемо дві найпопулярніші системи PADI і SDI.

SDI (Scuba Diving International) має глибоке коріння в області технічного дайвінгу. Вона є рекреаційним крилом найвідомішою і найавторитетнішою технічної асоціацією, TDI (Technical Diving International), діяльність якої спрямована на розвиток технічних напрямків, таких як глибоководний дайвінг з

використанням різних газових сумішей, дайвінг в надголовние середовищах (печерний, затонулі об'єкти), дайвінг з ребрізерамі .

Підсумовуючи вищенаведений матеріал,можна зробити висновок, що в роботі професійногодайвера важливим є не лише психологічні та комункаційні якості, а й пройдене навчання і отриманий сертифікат для підводних занурень.

Література:

1. Åsmul K., Irgens Å., Grønning M., Møllerløkken A. (2017) Diving and long-term cardiovascular health. Occup. Med. (Lond), 67(5): 371–376.
2. Журналу DivePlanet Review №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.diveplanet.ru/diving-media/01/.
3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособ. / О.Т. Лойко. - Томск : Изд-во ТПУ, 2005. - 152 с.
4. Макаревич А.В. Что такое дайвинг? / А.В. Макаревич, Ю.В. Бельський. - М. : «Эксмо», 2011. – 256 с.
5. Стаття 1. Основні терміни та їх визначення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kodeksy.com.ua/dictionary/s/sertifikatsiya.htm

Дерев'янко О. Ю., *студентка*
Красномовець В. А., *к.е.н., доцент*
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

РОЛЬ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сучасна світова спільнота дуже серйозно ставиться до індустрії відпочинку і туризму. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) питома вага туризму у створенні валового національного продукту (ВНП) країн світу в 2010 році сягнула 11-12%.

Сьогодні вже нікого не треба переконувати, що в сучасному світі туризм належить до найпотужніших і найдинамічніших галузей економіки та регіонального розвитку. Це стосується не тільки країн, де туризм становить основу господарської діяльності, а й найбільш розвинених індустріальних держав світу - США, Великої Британії, Франції, Італії, Іспанії. Мексики, Китаю. Туристична сфера забезпечує не лише вагомий відсоток світового валового продукту, а й понад 30% обсягів послуг світової торгівлі і 11 % світових

споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій та 5% податкових надходжень.[2] Серед різноманітних видів туризму за метою можна виокремити такий вид туризму як релігійний.

Релігія – це певні погляди і уявлення людей, відповідні обряди і культи. Походження слова «релігія» пов‘язують із латинським дієсловом relegere – «відноситися з повагою»; за іншою версією, воно зобов‘язане своїм виникненням дієслову religare – «зв‘язувати» (небо і землю, божество і людину).

В сучасному світі існує різноманіття вірувань, сект, церковних організацій. Це і різні форми політеїзму, традиції якого походять від первісних релігій, і різноманітні форми монотеїзму. Тут і національні релігії – конфуціанство (Китай), іудаїзм (Ізраїль), синтоїзм (Японія), і світові релігії: буддизм, християнство, іслам, індуїзм. Саме світові релігії найбільше впливають на розвиток сучасних цивілізацій. Їх релігійні центри є основними об‘єктами релігійного туризму.

Згідно з останніми даними зараз у світі проживає 2,1 млрд християн, 1,3 млрд мусульман, 900 млн індуїстів, 394 млн даосистів, 376 млн буддистів і 1,1 млрд атеїстів. Третина жителів планети (31,43%) — християни. Більше половини з них належать до Католицької Церкви (1,15 млрд чоловік). У порівнянні з даними 2009 р. (1,166 млрд) їхня кількість трохи зменшилася. Проте католицизм є основною релігією в багатьох європейських країнах (Франція, Італія, Іспанія, Португалія, Австрія, Бельгія, Литва, Польща, Чехія, Угорщина, Словаччина, Словенія, Хорватія, Ірландія, Мальта тощо).

Українці стають однією з найбільш релігійних націй у Європі. Тепер у нашій країні вже 71,4% населення вважають себе віруючими, а значить ми за цим показником поступаємося лише католикам Польщі, Португалії , Словаччини, православним кіпріотам. Більше того — кількість віруючих постійно зростає: результати опитування Центру Разумкова свідчать, що за десять останніх років загальнонаціональна українська паства збільшилася на 13%. Найбільш релігійним краєм держави залишається захід, де зосереджено

34,5% усіх православних парафій. Туристом, який подорожує з релігійною метою, є людина, що виїжджає за межі звичного середовища на термін не більше року для відвідин святих місць і центрів релігій. Під релігійним туризмом слід розуміти види діяльності, пов'язані з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, що прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичного для них середовища. Релігійний туризм є одним із найстаріших видів туризму. Він бере свої витоки з часів формування основних світових релігій і здійснюється в таких двох основних формах: паломницький туризм, релігійний туризм екскурсійної пізнавальної спрямованості. Паломницький туризм – це сукупність поїздок представників різних конфесій з паломницькими цілями. Паломництво – прагнення віруючих людей поклонитися святим місцям. Серед причин для здійснення паломництва можна виділити наступні: бажання зцілитися від душевних і фізичних недуг, помолитися за рідних і близьких, знайти благодать, відмолити гріхи, виразити подяку за блага послані зверху, проявити відданість вірі.

Люди відправляються в паломництва, коли їм недостатньо ритуальних дій в місцях звичайного середовища мешкання. У науці зазвичай виділяють декілька видів паломництва, що класифікуються по різних ознаках: 1) по числу учасників і сімейній приналежності - індивідуальні, сімейні і групові паломництва; 2) за тривалістю - тривалі і короткочасні паломництва (раніше по російським православним канонам паломництвом вважалася поїздка тривалістю більше 10 днів); 3) по сезонності - цілорічні паломництва, а також приурочені до релігійних свят; 4) по об'єктах відвідини - відвідини конфесійних культових місць (церков, монастирів, храмів), а також природних культових місць (гір, озер, печер, джерел, гаїв); 5) по місцеположенню об'єкту паломництва - внутрішні (в межах державних кордонів) і зарубіжні паломницькі тури; 6) за ознакою обов'язковості - добровільні і обов'язкові паломницькі тури (наприклад, в ісламі паломництво хадж є обов'язковим для кожного правовірного).

Релігійний туризм екскурсійної пізнавальної спрямованості припускає відвідини релігійних центрів, в яких туристи можуть побачити релігійні об'єкти, культові пам'ятники, що є діючими, музеї, відвідати богослужіння, взяти участь в хресних ходах, медитаціях і інших релігійних заходах. Релігійний туризм також тісно взаємопов'язаний з науковим туризмом релігійної спрямованості. Учені відвідують центри існуючих релігій, країни і регіони з багатими релігійними традиціями. Такі поїздки нечисленні, але вони розширюють географію туристичних поїздок. Учених цікавить релігійна спадщина – рукописи, різні культові предмети, архітектурні форми як сучасних, так і зниклих релігій і багато іншого. Ідея паломництва має на увазі дії в умовах особливих труднощів, добровільно узяті на себе зобов'язання бути в цих умовах. Це символізує готовність людини пожертвувати скороминущими матеріальними цінностями в ім'я вічних духовних. У індуїзмі, православ'ї і католицизмі отримали розвиток піші паломництва. Люди відправляються в паломництва, коли їм недостатньо ритуальних дій в місцях звичайного середовища мешкання.

За даними ВТО, щорічно здійснюють паломництво більше 200 млн чоловік. Паломництво стикається з пізнавальним туризмом, але не збігається з ним. Тут знайомство з новою країною або містом суворо цілеспрямовано і необхідно для виконання релігійного обов'язку віруючого. Нерідко паломник прагне отримати нові відомості про країну чи культові об'єкти тільки з метою розширення своїх релігійних уявлень. Проте сучасне паломництво має й істотний пізнавальний аспект. Організацією різних видів паломництва зайняті туристичні фірми. Паломники в тій чи іншій мірі знайомляться з культовими пам'ятками країни чи міста, а також одночасно з культурою і визначними пам'ятками країни в цілому.[2]

Паломники зазвичай висувають значно менше вимог до рівня і якості обслуговування, живлення, розміщення. Вони зупиняються на нічліг в келіях монастирів, на території ашрамів, в палаткових містечках (під час хаджу, наприклад), можуть ночувати в храмах на підлозі або навіть прямо на вулиці.

Вибір їжі зазвичай невеликий, і вона досить скромна. У християнських країнах під час постів їжа пісна, в Індії - вегетаріанська.

Слід зазначити близькість духовно - паломницького туризму і інших видів туризму. Наприклад, щорічно багато туристів відвідують Китай для занять цигун. Цигун - це комплекс рухових і дихальних вправ. Цигун допомагає людині набрати великий запас життєвих сил, або енергії ци, як вважають китайці. Отже така поїздка містить елементи релігійного, спортивного і лікувально оздоровчого туризму.

Результати статистичних досліджень показують, що насправді релігійну поїздку один раз на рік здійснює лише близько 1% від загальної кількості віруючих. На ринку паломницького туризму України країни, що традиційно вважаються центрами паломництва, розташовуються в наступному порядку: Росія (35%), Ізраїль (30%), Греція (12%), Італія (7%), Туреччина (6%), Саудівська Аравія (5%).

Як повідомляє Всесвітня туристична організація, 330 млн. осіб беруть участь у релігійному туризмі під час свят. Стало популярним проводити свята у монастирях, де у відповідь на ринковий попит подають щоразу нові та цікаві пропозиції: від можливості зосередитися на молитві серед монастирської тиші до кулінарних курсів, на яких можна опанувати таємниці страв монахів .[4]

Отже, паломницька традиція є тим об'єктивним підґрунтям, на якому розвивається зараз і поступово набирає поширення релігійний туризм в Україні. На українському ринку туризму вже сформувались фірми, що займаються практичною організацією паломницьких поїздок і екскурсантів і спеціалізуються на наданні послуг в області релігійного туризму.

Література:

1. Закон України "Про туризм" №1282/4 від 18.11.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - №29.
2. Алєксєєва Ю. Державне регулювання туризму в Україні // Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук. - практ. студент. конф. – К.: КУТЕП, 2002. – С. 79 -80.

3. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні //Диференційне забезпечення керівництва. - 2005. - Вип. 12/7, 4782. - С. 1-35
4. WTO: Tourism Highlights 2003, World Tourism Barometer (Vol 2, No. 3, October 2004)

Гришеніна О. О., *студентка*
Красномовець В. А, *к.е.н., доцент*
Черкаський національний університет
ім. Б.Хмельницького

ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ – ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМ У РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИЗМУ

Оздоровчий туризм стає все більш популярним у розвитку світового туризму. Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає зміни. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку встановляться поліфункціональними оздоровчими центрами, розраховані на широке коло споживачів.

Сучасні трансформації курортних центрів обумовлені двома обставинами. Насамперед зміною характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. У моду входить здоровий спосіб життя, і в усьому світі зростає кількість людей, які хочуть підтримувати хорошу фізичну форму і потребують відновлювальних антистресових програмах. В основному це люди середнього віку, які віддають перевагу активному відпочинку і часто обмежені у часі. На думку багатьох експертів, споживачі цього типу будуть головними клієнтами санаторних курортів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму в XXI ст.

Друга причина переорієнтації курортів полягає в тому, що традиційна їх підтримка, в тому числі фінансова, з боку муніципалітетів і держави скорочується. Здравниці змушені диверсифікувати свій продукт, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку та залучити додаткових клієнтів.

Зберігаючи лікувальну функцію, курорти роблять більш різноманітною програму перебування пацієнтів. Вони пропонують широкий вибір оздоровчих комплексів і відновлюють сили послуг. Дуже популярна останнім часом в

приморських готелях таласотерапія, користуються підвищеним попитом також програми "Антицелюліт", "Фіто-Краса-Омолодження". Більш гнучкою стає тривалість курсів лікування і оздоровлення.

Соціально-економічні причини, які мотивують людей отримувати медичні послуги за кордоном, різні. Більшість учасників таких турів, не маючи можливості своєчасно отримати кваліфіковане лікування у себе на батьківщині, їдуть в інші країни за конкретними видами лікування (медичний туризм), для уточнення діагнозу і обстеження (діагностичний туризм), для оздоровлення і поліпшення зовнішнього вигляду (оздоровчий туризм).

В умовах глобалізації охорони здоров'я як однієї з галузей економіки все більше країн інвестують в медичний туризм. Вони готують висококласних фахівців у найкращих медичних школах світу, будують комфортабельні клініки, обладнані новітніми технологіями. Як правило, це країни і з високорозвиненою індустрією туризму (Туреччина, Індія, Сінгапур, Таїланд, країни Латинської Америки). Така політика дозволяє пацієнтам – гостям цих країн не тільки вирішувати свої проблеми зі здоров'ям, повною мірою використовуючи всі можливості запропонованого медичного сервісу, але і одночасно відпочивати, знайомитися з місцевими пам'ятками тощо.

Інша тенденція – це потік пацієнтів з більш бідних країн з невисоким рівнем розвитку медицини (наприклад, країн СНД). Для них поїздка на лікування в країни з традиційно високорозвиненою і сучасною медициною – єдина надія на постановку об'єктивного діагнозу і шанс на одужання. У цьому зв'язку насамперед актуальна онкологія, кардіохірургія, ортопедія, нейрохірургія в Німеччині, Ізраїлі, Швейцарії, Австрії, Франції.

Найбільший потік клієнтів медичного туризму у всіх напрямках пов'язаний з оздоровленням на курортах, лікуванням у стоматолога і проведенням пластичних операцій. Вже склалася практика поєднання відпочинку з отриманням медичних послуг і прибутковий бізнес, який постійно поповнюється новими гравцями, що просувають свої послуги в умовах

жорсткої конкуренції за рахунок комплексного сервісу та орієнтації на масового споживача.

В даний час вже сформувався глобальний ринок медичних послуг зі своєю інфраструктурою (медичним менеджментом, акредитуючими органами, агентствами медичного туризму та туроператорами, фахівцями у сфері медичних подорожей). Навіть в умовах фінансової кризи медичний туризм розвивається і надає все більший вплив на національні системи охорони здоров'я і діяльність страхових компаній, які все частіше воліють оплачувати лікування клієнтів в зарубіжних клініках. В умовах глобальної економічної конкуренції феномен медичного туризму змушує медицину розвиватися значними темпами за рахунок сучасних технологій та поліпшення обслуговування пацієнтів.

Оздоровчий туризм – найбільш масовий і популярний напрям медичного туризму, він існує з античних часів. Курортологія як основа оздоровчого туризму почала активно розвиватися в Європі, починаючи з XVII ст. У XX ст. у світі виникла ціла курортна індустрія, яка охоплює практично всі країни і континенти. На базі традиційних кліматичних, бальнеологічних і грязьових курортів з'явилися нові форми оздоровлення – SPA, wellness, fitness.

Найбільше поширення і популярність отримали курортів, що пропонують кілька лікувально-оздоровчих факторів, особливо SPA-курорти або SPA-готелі. Останні можуть перебувати не тільки в курортних зонах, але й у великих мегаполісах, і також надавати послуги з оздоровлення та релаксації. На багатьох курортах задіяні wellness-програми (оздоровчі, антистресові, косметологічні), які підійдуть і абсолютно здоровим людям. Незмінним попитом на морських курортах користуються готелі з центрами таласотерапії.

Надалі пропонується ТОП-5 найпопулярніших СПА-готелів у світі.

Перлина чорного континенту – п'ятизірковий готель One & Only у Кейптауні (ПАР). Він являє собою гармонійне поєднання сучасної комфортабельної розкоші і південноафриканської екзотики.

Готель розташований поруч із мальовничою гаванню, біля підніжжя гори Столової – одного із символів міста.

SPA-центр One&Only має два басейни, сауну, парильню, павільйон для відпочинку, салон краси і перукарню, а також 12 вілл, де гостям пропонується широкий вибір різних видів масажу, обгортань, пілінгу та інших ексклюзивних SPA-процедур. Зупинитися в One&Only Cape Town коштую 1630 дол. за двомісний номер.

Ananda in the Himalayas (Індія). У перекладі з санскриту «ananda» означає «повне блаженство». Для цього в Ananda in the Himalayas працює унікальний SPA-центр площею в 2230 кв.м. Крім традиційних басейнів, саун, парилень і джакузі до нього входять також 24 SPA-кабінети. Тут пропонують 79 оздоровчих програм (зокрема й спеціальні комплекси для жінок), заснованих на давніх традиціях Аюрведи, Веданти та сучасних західних методиках. Вартість триденного пакету (проживання + основні процедури) – 1500 дол.

Gwinganna Lifestyle Retreat (Австралія). Унікальний у своєму роді готель, розташований у долині на березі океану. На вибір туристів 48 розкішних вілл із басейном і терасою з приголомшливим видом. Gwinganna Lifestyle Retreat також відрізняється від інших SPA-готелів своїм комплексним підходом до відпочинку: тут приділяють увагу не лише косметичним процедурам, а й екологічно чистому харчування, а також правильному розпорядку дня. Для кожного клієнта розробляють ексклюзивну програму перебування. Сам SPA-комплекс розділений на сім рівнів. Вікенд у цьому готелі коштуватиме 980 дол. з особи.

Kurotel Longevity Medical Center and Spa (Бразилія). За 27 років існування цей готель не раз визнавали найкращим у Південній Америці. Минулого року Kurotel Longevity Medical Center and Spa досяг міжнародного визнання, отримавши премію SpaFinder Awards. Крім різних SPA-процедур тут проводяться інноваційні програми з корекції ваги, запобігання старіння організму та інше. У цілому, Kurotel Longevity Medical Center and Spa працює у п'яти основних напрямках: гідротерапія, дієта, фітнес, фітотерапія,

релаксація. Щоб провести два дні в цьому SPA-готелі потрібно заплатити близько 1200 дол.

Hotel Adlon Kempinski Berlin (Німеччина). Готель розташований у самому центрі Берліна, але це не заважає туристу поринути в розкіш і комфорт SPA-салону. До послуг гостей підігрівається закритий басейн, джакузі, сауни, турецькі лазні і безліч оздоровчих процедур. Зокрема, в Hotel Adlon Kempinski Berlin є окремі кабінети для заняття йогою, масажні та аювердичні зали й навіть цілі SPA-апартаменти. Вікенд у найкращому SPA-готелі Європи за версією SpaFinder обійдеться від 950 дол.

Отже, лікувально-оздоровчий туризм залишається одним з найбільш перспективних видів туризму. На сьогоднішній день набувають популярності нові напрямки цього виду туризму. Тож, країни з розвиненим лікувально-оздоровчим туризмом мають можливість покращення економічного стану за рахунок популяризації цього виду туризм.

Література:

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Людмила Агафонова, Ольга Агафонова,; Київський ун-т туризму, економіки і права. - К.: Знання України, 2002. - 351 с.
2. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К,: ЦУЛ, 2004. – 272 с.
3. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наукових праць/ Київський нац. торговельно-економічний ун-т; Ред. кол.: М.І. Пересічний, Н.Я. Орлова, Т.І. Ткаченко. - К., 2002. - 168 с
4. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посібник для студ. вузів/ КІЕП; Ред. В.К.Федорченко. - К.: Вища школа, 2001. - 236 с.
5. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Георгій Мунін, Андрій Змійов, 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. - 514 с.

Млечко М. І., *бакалавр*
спеціальність: «*Фінанси, банківська справа та страхування*»
Науковий керівник: Рущишин Н. М., к.е.н., доц.
Львівський торговельно-економічний університет

КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ

Економічно важливою функцією банків є кредитування, адже від ефективної її реалізації залежить розвиток усієї економіки держави. Одночасно кредитні операції дають банківським установам основну частину доходу. Однак важливість ситуації, що склалась в банківській системі в Україні свідчить, що більшість банків зазнає фінансового краху у зв’язку з надзвичайно ризиковою політикою. Від того, наскільки добре банки реалізують свої кредитні функції, залежить економічне становище регіонів, які вони обслуговують, оскільки банківські кредити сприяють появі нових підприємств і збільшенню числа робочих місць у цих регіонах та забезпечують їхню економічну життєздатність. Система кредитування базується на трьох «китах» суб'єктах кредитування; забезпеченні кредиту, об'єктах кредитування [1, с. 240]. Суб'єктом кредитування з позицій класичної банківської справи є юридичні або фізичні особи, дієздатні та правоздатні й такі, що мають матеріальні або інші гарантії, щоб здійснювати економічні, в тому числі кредитні угоди. Позичальником при цьому може бути будь-який суб'єкт власності, який вселяє банкові довіру, володіє певними матеріальними та правовими гарантіями, згоден сплачувати процент за кредит і повертати його кредитній установі у встановлені кредитором строки. Суб'єкт одержання позики може бути різного рівня, починаючи від окремої приватної особи, підприємства, фірми, аж до держави. На сьогодні виокремлюють таких позичальників: державні підприємства й організації підприємства приватної форми власності, інші банки, підприємці, фізичні особи без утворення юридичної особи, підприємці, фізичні особи з

утворенням юридичної особи, фізичні особи та інші господарства, в тому числі органи влади, спільні підприємства, міжнародні об'єднання та організації.

Економічні та політичні негаразди в Україні внесли певні корективи у розвиток вітчизняного кредитування. Протягом останніх років зменшуються як обсяги кредитування в цілому, так і обсяги споживчого кредитування зокрема. Сучасний стан кредитування в Україні можна проаналізувати за даними табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка кредитів та заборгованості клієнтів в банках України за 2013-2017 рр,. тис. грн.

Показник	На 01.01.2014 р.	На 01.01.2015 р.	На 01.01.2016 р.	На 01.01.2017 р.	На 01.01.2018 р.
Кредити та заборгованість клієнтів:	799227946	873610 836	713974266	554637262	561328193
1. Кредити та заборгованість юридичних осіб:	654145824	727818714	616420879	480295415	469265295
у тому числі резерви під знецінення кредитів та заборгованості юридичних осіб	78491588	123583882	230721549	388070976	426812335
2. Кредити та заборгованість фізичних осіб:	145082122	145792122	97553387	74341847	92062898
у тому числі резерви під знецінення кредитів та заборгованості фізичних осіб	43910745	65657135	80288815	83534514	78908832

Джерело: складено на основі [2]

З даних наведених у табл. 1 спостерігаємо, що кредити та заборгованість клієнтів за 2013-2017 рр. зменшилися з 799227946 тис. грн. на 01.01.2014 р. до 561328193 тис. грн. на 01.01.2018 р. тобто на 237899771 тис. грн. Зокрема кредити та заборгованість фізичних осіб тобто споживчі кредити, також мають динаміку до зменшення. За досліджуваний період їх обсяг зменшився на 53019224 тис. грн. і склав 92062898 тис. грн. на 01.01. 2018 р. Найбільше виданих споживчих кредитів банками України спостерігається на 01.01.2014 р. та на 01.01.2015 р.

За досліджуваний період кредити видані юридичним особам також мають

тенденцію до зменшення, а саме їх обсяг на 01.01.2018 р. становив 469265295 тис. грн., що на 184880619 тис. грн. менше в порівнянні з 01.01.2014 р.

На даний момент ситуація зі споживчим кредитуванням в Україні є досить складною. Невелика частка банківських установ надає кредити на споживчі цілі. На це впливає загальна економічна ситуація. Для розвитку споживчого кредитування потрібно зменшити ризики їх неповернення кредитів та ліквідності банків щоб збільшити довіру населення.

Послуги банків щодо надання карткових кредитів останнім часом значно поширюються, що зумовлює виникнення серед клієнтів банків проблем вибору найбільш якісних, зручних та ефективних продуктів. На цьому етапі вкрай актуальним є розробка методичних підходів за допомогою яких можна було б прийняти правильне рішенння.

Завданням всіх банківських установ є створення дієвої системи захисту прав споживачів фінансових послуг через врегулювання питань повноважень державних органів та забезпечення сталого розвитку економіки України, через пожвавлення кредитування [3].

Головними пріоритетами для стабілізації та подальшого розвитку кредитування ринку України має стати створення програм споживчого кредитування, розрахованих на різні верстви населення. Яка орієнтується на стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу та налагодження партнерських взаємовідносин між банками та господарюючими суб'єктами.

Отже, кредитування завжди було й залишається пріоритетною економічною функцією банків. Правильна організація процесу кредитування, розробка ефективної і гнучкої системи управління кредитними операціями виступає основою фінансової стабільності і стійкості комерційних банків.

Література:

1. Чайковський Я. І. Тенденції, сучасний стан та перспективи розвитку банківського кредитування в Україні / Я. І. Чайковський // Економічний аналіз. – 2013. – Т.13. – С.238-246 .

2. Офіційний сайт НБУ «Основні показники діяльності банків України». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua.

3. Офіційний сайт інформаційного агентства «Уніан». – [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: http://www.economics.unian.net. 2

Рущишин Н. М., *к.е.н.,*
доцент кафедри фінансово-економічної безпеки та банківського бізнесу
Мельницька Я. А, *бакалавр,*
спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Львівський торговельно-економічний університет

ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Сучасна економіка країни не може успішно розвиватись без залучення іноземних інвестицій. Чимало країн світу активно інвестують кошти в економіку інших країн, одержуючи певні прибутки і розвиваючи їх окремі галузі національної економіки. Тому активізація інвестиційного процесу є одним із найнадійніших механізмів соціально-економічних перетворень у державі.

Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) та досягається соціальний та екологічний ефект [1]. Такими цінностями можуть бути: кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери (крім векселів); рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності); майнові права інтелектуальної власності; сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих ("ноу-хау"); права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права.

Відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування» іноземні інвестиції – це цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [2].

Інвестиційна діяльність пов'язана з багатьма ризиками для іноземного інвестора, тому обсяг інвестицій значною мірою залежать від ефективності національного законодавства. Іноземний інвестор хоче мати гарантію, що умови при яких вкладаються кошти змінюватись не будуть, і при будь-яких змінах у законодавстві не будуть сильно впливати на очікуваний прибуток.

Найбільш серйозним недоліком інвестиційного клімату в Україні іноземні інвестори вважають політичну, економічну та законодавча нестабільність. Також іноземні інвестори вказують на низьку дієздатність механізмів забезпечення ринкових прав і свобод інвесторів та захисту їхніх інтересів. За цими показниками Україна суттєво відстає від країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). За розкриттям інформації та рівнем захищеності прав власності, Україна серед 70 найбільших країн світу посідає 58 місце і поступається всім країнам [3, с. 31].

З даних наведених у рис. 1 спостерігається чітке домінування власних коштів підприємств, які складають 70 % від загальних інвестицій протягом останніх років.

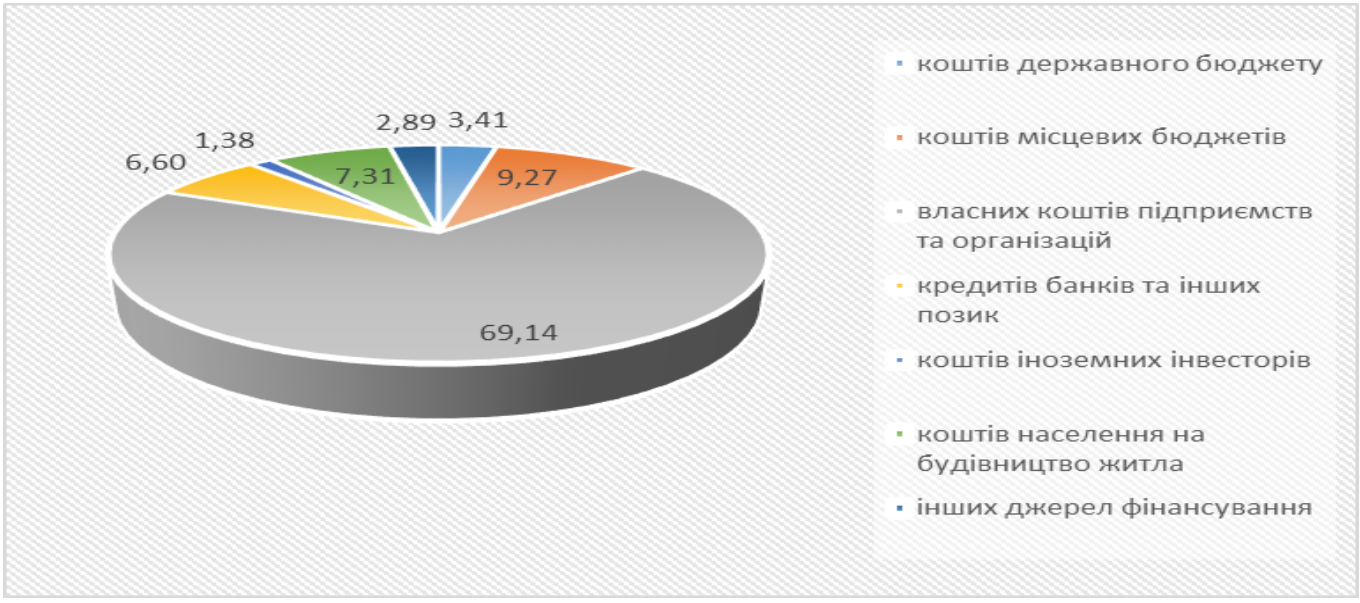


Рис. 1. Структура інвестицій в Україні за джерелами фінансування за 2017 р.

Джерело: [5]

На другому місці – кошти місцевих бюджетів 9,27 % і кредити банків та інші позики – 7,31 %. Кошти іноземних інвесторів займають дуже маленьку частку у загальній структурі. Так у 2016 р. вони склали 2,74 %, що становило

9831,4 тис. грн, у 2017 р. вони знизились до 1,38 % та становили 6206,4 тис. грн. Це свідчить про дуже малу привабливість вкладання коштів іноземними інвесторами в нашу економіку.

З огляду на досвід залучення іноземного капіталу в інших країнах та в Україні, можна окреслити перешкоди у здійсненні цього процесу:

- відсутність відповідного інвестиційного клімату;
- недосконаліть ринкового механізму;
- нестабільність політичної ситуації;
- низький рівень ділової та професійної активності;
- відсутність зацікавлених партнерів;
- нестача привабливих інвестиційних проектів;
- недосконаліть податкової системи;
- відсутність дієвої системи страхування інвестицій;
- надмірний монополізм в економіці;
- надвисокий рівень інфляції;
- невирішеність питання щодо приватної власності на землю;
- не конвертованість валюти [4, с. 63].

З метою створення кращого стимулу для розширення інвестиційної діяльності, вирішення питань економічної стабілізації, в тому числі поліпшення умов діяльності іноземних інвесторів в Україні, слід забезпечити стійке управління інвестиційним кліматом, для економічного розвитку держави розробити нові й покращити шляхи удосконалення механізму залучення іноземних інвестицій з урахуванням іноземного досвіду.

Отже, на даному етапі економічного розвитку Україна перебуває у складному становищі, для подолання якого потрібно залучення іноземних інвестицій. Проте інвестиційне середовище має велику низку недоліків, які потрібні вирішувати за допомогою проведення ефективної інвестиційної політики з боку уряду держави.

Література:

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.12.2017

року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12
2. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 25.06.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80
3. Бутняров А. Сприятливий інвестиційний клімат країни - запорука залучення іноземних інвестицій / А. Бутняров // Ринок цінних паперів. – 2008. – №3–4. – С. 29-32.
4. Боднар І. Р. Проблеми залучення іноземних інвестицій в Україну на сучасному етапі / І. Р. Боднар // Регіональна економіка. – 2009. – №4. – С. 62–70.
5. Капітальні інвестиції за джерелами фінансування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ibd/iokjf/iokjf_u10-13_bez.htm

Чабанюк О. М., *к.е.н.,*
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Тимків Д. О., *бакалавр*
Львівський торговельно-економічний університет

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В сучасних умовах бухгалтерський облік – це динамічна гнучка система, яка постійно вдосконалюється та покликана забезпечувати, в першу чергу, інтереси власників та баланс їх інтересів з інтересами інших груп користувачів інформації. В межах розробки облікової політики для кожного підприємства можна підібрати ту модель ведення обліку, яка буде сприяти оптимальному рівню прибутку, податкових платежів, аналітичності облікових і звітних даних, що використовуються при прийнятті управлінських рішень [3].

Облікова політика в Україні регламентується Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні». В ньому пояснюється, що "облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності" (рис.1).

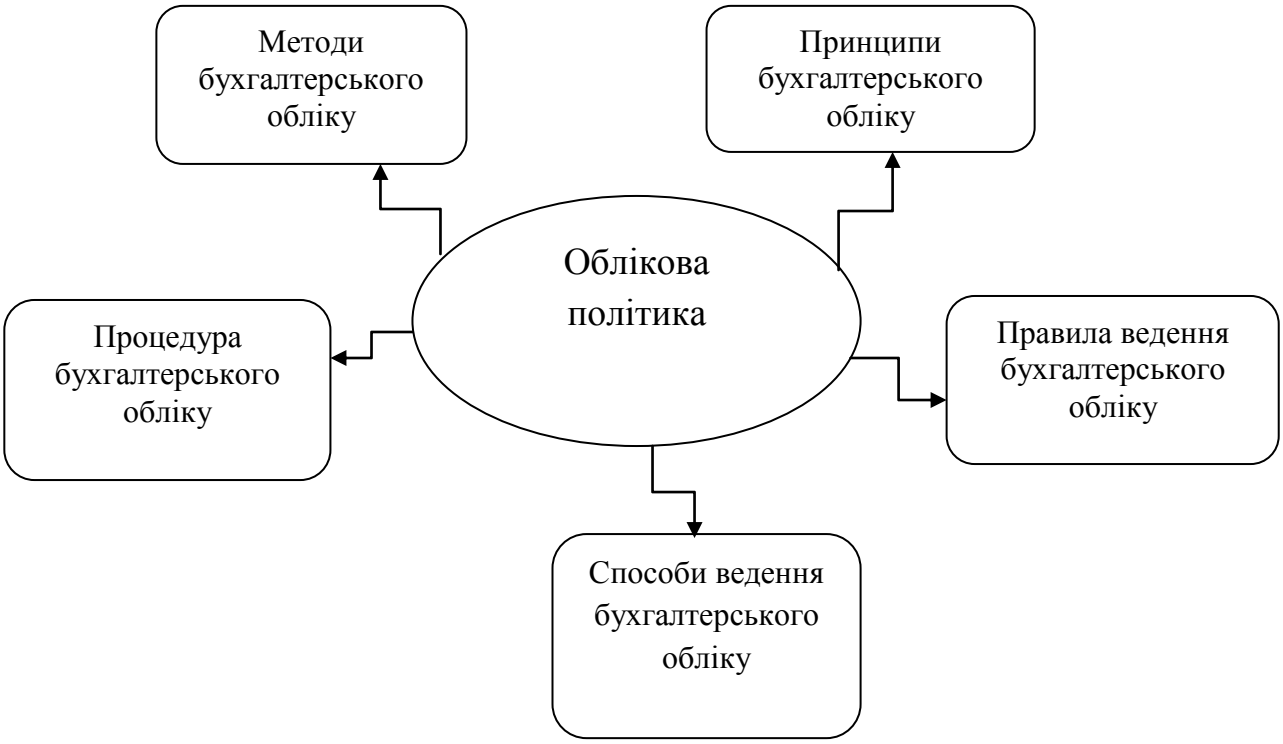


Рис. 1. Основні складові облікової політики [1]

У процесі розробки облікової політики конкретним підприємством найбільш важливими є такі основні фактори:

- форма власності та організаційно-правова структура підприємства;

- галузеві особливості, які й визначають вид діяльності та зумовлюють технологічно-організаційні умови роботи;

- обсяг діяльності, кількість працівників, номенклатура продукції та ін.;

- відносини з податковою системою, наявність пільг та умови їх одержання;

- умови постачання і збуту продукції;

- матеріальна база та рівень забезпечення кваліфікованими обліковими працівниками.

Формування облікової політики повинно бути орієнтовано на прийняття управлінських рішень щодо розподілу та ефективного використання наявних ресурсів і отримання фінансових результатів. Як результат, грамотно розроблена облікова політика підприємства дає змогу вибирати ефективну схему для ведення бухгалтерського та податкового обліку, знижувати фінансові і податкові ризики, оптимізувати схему оподаткування, що в підсумку

забезпечить належну ефективність, прийнятих економічних рішень і господарської діяльності підприємства [2].

Зокрема, у наказі про облікову політику на підприємстві доцільно зафіксувати структуру загальновиробничих витрат та порядок їх розподілу, що здійснюється з урахуванням галузі функціонування підприємства.

ПСБО 16 "Витрати" не встановлює для підприємств нормативного переліку постійних та змінних загальновиробничих витрат, а залишає це право за підприємством, враховуючи специфіку діяльності кожного з них. Це ж стосується і методики та бази розподілу непрямих витрат між об'єктами калькуляції. Остання зазначається в обліковій політиці підприємства та в Примітках до річної фінансової звітності підприємства.

Для санаторно-курортних підприємств алгоритм розподілу загальновиробничих витрат між об'єктами калькуляції, що здійснюється на останню дату звітного періоду, такий: після накопичення змінних загальновиробничих витрат їх сума розподіляється між об'єктами обліку, виходячи з обраної бази розподілу, з використанням фактичної потужності підприємства у звітному періоді; постійні загальновиробничі витрати розподіляються між об'єктами обліку, виходячи з обраної бази розподілу, з використанням нормальної потужності підприємства; нерозподілені постійні загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості наданих (реалізованих) санаторно-курортних послуг у звітному періоді, в якому вони мали місце [4]. На нашу думку, такий підхід стане запорукою побудови контролю витрат у санаторно-курортних установах.

Отже, основним призначенням і головним завданням, облікової політики, яка приймається, є максимально адекватне відображення діяльності підприємства, формування повної, об'єктивної і достовірної інформації про неї, і як наслідок, ефективне регулювання цією діяльністю в інтересах справи й зацікавлених сторін.

Література:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
2. Войтенко Т.В. Облікова політика – 2010: головне / Т.В. Войтенко // Податки і бухгалтерський облік. – 2010. – № ½. – С. 16-22.
3. Бухгалтерський облік : навчальний посібник / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк, Ф. Ф. Макарук. – Львів : Видавництво ЛКА, 2015. – 138 С.
4. Куцик П. О. Чабанюк О. М. Загальновиробничі витрати : порядок формування та розподілу / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Вісник Львівської комерційної академії [ред. кол.: Башнянин Г. І. , Апопій В. В. , Вовчак О. Д. та ін.]. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії. 2011. – С. 206-212.
5. Куцик П.О. Організація контролю витрат в системі управління санаторно-курортними установами / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – № 3 (53). – С. 143 – 149.

Оленіна К. А., Федотова Т. А., *к.е.н., доцент*
Дніпровський національний університет ім. О.Гончара

ЗАПОЗИЧЕННЯ ДОСВІДУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

Українська економіка переживає нелегкий кризовий період. Зниження економічного рівня є нагальною проблемою для України, і саме тому є необхідним об'єднання зусиль усіх верств населення для реалізації цілей економічного розвитку з орієнтацією на досягнення високих стандартів та рівня життя. Необхідно критично переосмислити світовий досвід формування нового соціально-економічного простору відповідно до національних потреб і запитів, передбачивши заміну старих способів розв'язання економічних проблем принципово новими, більш ефективними. Підвищення економічного рівня в Україні можливе за умови вивчення та втілення в життя найкращих здобутків закордонного досвіду [4].

Досвід розвинених країн світу свідчить, що прогресивні трансформаційні перетворення та активна державна економічна політика повинні

характеризуватися високим рівнем цільової спрямованості, їх принципи й методи — узгоджуватися із загальним курсом реалізації стратегічно важливих економічних реформ [2].

Країна, яка мала схожу економічну та політичну ситуацію, і може стати у прикладом Україні, є Південна Корея. У 2017 році відзначився 25-річний ювілей встановлення дипломатичних відносин України та Республіки Корея. Взаємне зближення незалежної країн було динамічним, навіть стрімким. 30 грудня 1991 р. Республіка Корея визнала Україну, а вже 10 лютого 1992 р. між двома державами було встановлено дипломатичні відносини. Тисячолітні історії корейського та українського народу хоч і не мають тісних зв'язків, проте можна провести певні паралелі злетів та падіння державного розвитку.

Мова може йти скоріше про певні глобальні хвилі піднесення й спаду рівня цивілізованості. Проте у XXI століття Республіка Корея і Україна увійшли з різним національним потенціалом[1].

Корея в 50-х роках 20 століття була однією з найбідніших країн світу, ВВП на душу населення становив всього 65 доларів. Для порівняння, 2016 року ВВП на душу населення перевищує показник середини минулого століття у 428 разів. Зараз Корея – високорозвинена країна, член «Великої двадцятки», 11 економіка світу за розміром. Корея часто наводиться як приклад успішного втручання держави в економіку.

З приходом до влади президента Пак Чон Хі в 1961 році різко змінився підхід до реформування економіки: замість політики імпортозаміщення ставка була зроблена на збільшення експорту і підпорядкування інтереісв великого бізнесу державним цілям і завданням. Кардинальна відмінність корейських реформ від українських у тому, що в Україні олігархи чинять вплив на уряд, а в Південній Кореї все навпаки.

Уряд надавав широку підтримку будь-якому бізнесмену, який міг забезпечити розширення міжнародних ринків збуту для продукції корейського виробництва. Поступово компанії - невдахи відсівалися, зате відбувалося бурхливе зростання активів успішного бізнесу.

Великий бізнес був підзвітний уряду з точки зору виконання планів експортної експансії на світовий ринок. Виводити капітали за кордон не дозволялося, державні ресурси і приватні капітали були спрямовані на розвиток промисловості та розширення експорту. Влада активно підтримувала великий бізнес, забезпечила його пільговими кредитами, податковими послабленнями і держзамовленнями, і все заради швидкого зростання виробництва та експорту.

Зміна політики економічних реформ призвела до приголомшливого результату: корейський уряд зміг «побудувати все з нічого».

Один з найважливіших факторів корейського економічного дива – високі показники інтенсивності та продуктивності праці корейців. В період бурхливого економічного зростання у корейського працівника було 1-2 вихідних на місяць. У 90-ті роки кількість вихідних збільшилася до 4-5 днів за місяць. Зниження кількості робочих днів пов’язано не тільки зі зростанням доходів та соціальних стандартів в країні, але і з продуктивністю праці корейських робітників, що різко виросла. Навіть японці, яких вважають трудоголіками, не можуть зрівнятися з Кореєю за продуктивністю праці [3].

У Південній Кореї також є і невдалий період реформування в 1953-1961 роках. Тоді уряд поставив перед собою мету. Цей період був певною мірою схожий на ситуацію в Україні: високий рівень корупції, низьке економічне зростання, високі імпортні тарифи, в країні одночасно існувало кілька валютних курсів.

Виявилася невдалою політика імпортозаміщення, спроба забезпечити країну товарами за рахунок внутрішнього виробництва провалилася, але вона дала можливість нажитися наближеним до влади бізнесменам.

У цей період дуже важливою підтримкою стала американська фінансова допомога: 50% бюджету Південної Кореї фінансувалося за рахунок американських кредитів, 70% оборонних витрат оплачувалися за підтримки США. За рахунок американських грошей покривалося 70% імпорту і 80% капіталовкладень у Південній Кореї.

Багато з першого (невдалого) етапу реформ Південної Кореї можна спостерігати і в Україні. Неконтрольована корупція, лобіювання і необґрунтований протекціонізм для «своїх». Уряд більше враховує інтереси олігархів і великого бізнесу, часто всупереч інтересам країни. Через несприятливий економічний та інвестиційний клімат з України щорічно виводиться 10-15 млрд доларів [2].

Південна Корея досягла велетенських успіхів у науці й технологіях за останніх п'ять десятиліть саме тому, що їй вдалось створити унікальну інноваційну систему, безперервно інвестуючи у розвиток людських ресурсів та НДДКР. То ж цей досвід, по-перше, означає для України, що можливості абсорбувати нові знання й технології залежать від рівня і якості освіти. Відповідно створення висококваліфікованої освіти у науково-технічному секторі має стати першим щаблем у становленні високо розвинутої країни. По-друге, корейський досвід засвідчує, що необхідно прискорено розвивати внутрішній ринок і сприяти розвитку малого бізнесу. Як показав досвід, Південна Корея зобов'язана своїм рівнем технологічного розвитку й потужному обсягу індустріалізації сильній освітній базі й орієнтованій на зовнішній світ стратегії розвитку.

Корейський досвід цілком можна застосувати і в Україні. Завдання виходу економіки України на швидке і стале економічне зростання може бути вирішене за рахунок:

– Зниження рівня податків. Ставка податку на прибуток в Кореї залишається довгі роки на рекордно низькому рівні до 10%, що призвело до зростання іноземних інвестицій.

– Жорсткого державного контролю над вивезенням капіталів з країни. Український бізнес за підтримки держави повинен вкладати капітали у виробництво конкурентоспроможних на світовому ринку товарів і послуг.

– Підвищення якості освіти і професійного рівня інженерів і працівників. Гроші, вкладені в НДДКР, освіту і зростання професійної кваліфікації,

принесуть країні набагато більше вигоди, ніж спроба реанімувати неефективні і неконкурентоспроможні підприємства, побудовані ще в радянський період[4].

Таким чином, досвід корейських реформ показує, що за бажання немає нічого неможливого. Корея почала свої реформи в умовах на багато більш важких, ніж ті, в яких зараз перебуває Україна. Але для проведення реформ потрібна політична воля і прагнення досягти поставленої мети, незважаючи на труднощі.

Література:

1. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrexport.gov.ua
2. Світовий банк [Електронний ресурс] - Режим доступу:http://www.worldbank.org
3. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу за 2014 р. : інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat. gov.ua
4. Управління людським та соціальним розвитком у регіонах України: моногр. / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, Л.В., Шаульська та ін.; НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2012. – 488с.

Завербний А. С., *к.е.н., доц.*
доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКУ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ ТА ЄС

Енергетичний ринок є складною і динамічною економічною системою, дослідження якої вимагає застосування адекватних методів з метою виявлення сукупності факторів впливу (внутрішніх, зовнішніх) на функціонування ринку, а також встановлення основної тенденції його розвитку.

За відсутності універсальної загальновизнаної типології методів дослідження енергетичного ринку будемо розрізняти такі групи методів: інтуїтивні – суб'єктивні, евристичні, експертні тощо; формалізовані – економіко-математичного моделювання, екстраполювання, імітаційного

моделювання, факторного аналізування тощо; комбіновані – утворені шляхом поєднання процедур якісного аналізу та формалізованих алгоритмів логічних перетворень і числових розрахунків. Експертні методи індивідуального та групового оцінювання дозволяють виявити поведінку енергетичного ринку як економічної системи на підставі використання професійних знань і компетенцій дослідників, їхнього вміння узагальнювати набутий власний і адаптовувати запозичений досвід.

Формалізовані (кількісні) методи спираються на екстраполювання встановленої основної тенденції зміни об'єкта дослідження у минулому на майбутні часові проміжки за умови збереження (сталості) структури та вагомості факторів впливу на функціонування енергетичного ринку.

Тенденцію розвитку можна розглядати як еволюцію енергетичного ринку, що описується економіко-статистичної моделлю такого вигляду (1.1):

$$y_t = f(t) + \varepsilon_t, \tag{1.1}$$

де y_t – рівень динамічного ряду за проміжок часу *t*; $f(t)$ – детермінована складова, що описує основну тенденцію (тренд) зміни економічного показника y_t в часі; ε_t – випадкова складова.

Для екстраполювання закономірності розвитку енергетичного ринку в залежності від характеристик динамічного ряду y_t та наявного інформаційного забезпечення можна використати методи аналітичного вирівнювання, згладжування за плинною середньою, за середнім абсолютним приростом, за середнім коефіцієнтом зміни тощо.

З огляду на складність енергетичного ринку як об'єкта дослідження, функціонування якого може описуватися рядом економічних показників (попит і пропозиція енергетичних продуктів, ціна продукту, обсяги виробництва енергетичних продуктів за видами, постачання первинної енергії, кінцеве енергоспоживання, структура споживання енергії тощо), та спираючись на вітчизняний і зарубіжний досвід його дослідження, вважаємо доцільним

застосування методів аналітичного вирівнювання динамічного ряду з метою встановлення закономірностей зміни ринку.

Щодо комбінованих методів, то їх застосування є виправданим при дослідженні певних напрямів розвитку енергетичного ринку, скажімо, зміни енергозалежності економіки від імпорту певного енергетичного продукту чи встановлення міри впливу внутрішніх і зовнішніх факторів.

Література:

1. Основні положення енергетичних стратегій та програм Європейського Союзу щодо розвитку енергетичної сфери в умовах формування загальноєвропейського ринку електроенергії, 2015. [online] Доступно: <https://ua.energy/wp-content/uploads/2017/05/2.-Energetychni-Strategiyi-YES.pdf> [Дата звернення 11 листопада 2018].

Лихолат С. М., *к.е.н., доц.,*
доцент кафедри менеджменту
Львівський державний університет внутрішніх справ
Сайкевич А. З., *магістр*
Львівський державний університет внутрішніх справ

ВПЛИВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Ресторанне господарство посідає ключове місце у процесі надання послуг щодо обслуговування туристів та набуває специфічних рис, особливо, в місцях з розвиненою курортно-туристичної інфраструктурою як складовою туристичної індустрії із наданням повного спектру послуг (сніданок, обід, вечеря) [1].

Розрізняють два основних шляхи задоволення попиту - для організованих туристів та індивідуальних.

Організовані відпочиваючі, як відомо, сплачують гроші за харчування заздалегідь, коли купують путівку. Однак, витрати організованих відпочиваючих не вичерпуються придбанням путівки. Вони додатково купують фрукти, морозиво, напої тощо. Задоволенню цих потреб значною мірою сприяє

розгалуженість мережі підприємств ресторанного господарства, рівень та якість обслуговування у них.

На відміну від організованих відпочиваючих, туристи-індивідуали мають потребу не тільки в основних послугах підприємств ресторанного господарства, а й у додаткових, тобто відпустку обідів, вечерь додому, а також туристичних наборах цих страв у спеціальній упаковці, придатній для споживання на лоні природи та в автомобілі, купівлі напівфабрикатів максимального ступеню готовності та ін.

В свою чергу, підприємства ресторанного бізнесу в туристично-розвинених місцях залучають в обіг фінансові доходи туристів внаслідок чого відбувається регіональне переміщення фінансових ресурсів. Водночас, таке переміщення фінансових ресурсів впливає на трансформацію купівельної спроможності населення в момент здійснення витрат на послуги на противагу витрат на придбання товарів.

Як наслідок, підприємства ресторанного господарства сприяють досягненню цілей щодо розвитку курортно-туристичної інфраструктури, яка наділена емоційним забарвленням та емоційними асоціаціями пов’язаними із придбанням послуги.

Необхідно зазначити, що підприємства ресторанного господарства отримують доходи як і від налагодженого внутрішнього туризму, так і міжнародного через призму активізації валютних надходжень, «експорту» послуг, виходу на міжнародні ринки, «імпорту» різних видів світової кухні. Необхідно зазначити, що т.зв. «експорт» відбувається на взаємовигідних умовах так як не пов'язаний із непередбачуваними витратами (наприклад, транспортними).

Тоді як, немаловажною є матеріально-технічна база, яка складає визначальну частку підприємств ресторанного бізнесу (будівлі, обладнання, устаткування тощо) від якої залежить рівень обслуговування (його комплексність) та рівень задоволення клієнтів.

Водночас, ресторанний бізнес напряму пов'язаний із рядом ризиків таких як сезонність послуг, валютні коливання, зміною наявної інфраструктури та ін. Також немаловажним є режим роботи, який варто поділяти на посезонний, круглорічний. За формою організації ресторанного бізнесу – закрита (як правило для закритого типу обслуговування із передбаченим комплексом три- або чотириразового харчування), відкрита (розраховано на індивідуальних туристів та туристів, які розраховуються за готівку по факту отриманої ресторанної послуги), змішана (передбачає об’єднання закритої та відкритої форм у процесі надання послуг ресторанного бізнесу). До прикладу, така послуга є популярною не лише в Україні, але й за кордоном коли туристи придбавши певний тип талонів можуть їх використовувати не лише в окремо обраному ресторані, а в будь-якому ресторані який входить до певного об’єднання рестораторів.

Проведений аналіз наявної туристичної індустрії свідчить про те, що підприємства ресторанного бізнесу посідають ключові місця в усіх країнах світу. Саме створюючи та розвиваючи індустрію туризму українська економіка отримує додаткові бонуси щодо створення робочих місць, залучення капіталу, популяризації країни.

Література:

1. Готельний бізнес: теорія та практика [Текст] : підручник / Марта Мальська, Ігор Пандяк ; М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 470 с.
2. Маркетинг туризму. Економіко-організаційна аспекти [Текст] : підручник / Г.Б. Мунін, В.О. Лук’янов, В.В. Гарагонич / під заг. ред. Лук’янова В.О. – К. : Видавництво Кондор, 2011. – 431 с.

Пирог В. О., *студентка*
НТУУ«КПІ ім. Ігоря Сікорського»
Лободзинська Т. П., *к.е.н., доцент,*
доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки
НТУУ«КПІ ім. Ігоря Сікорського»

СПІВСТАВЛЕННЯ ДИНАМІКИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ ЗА РІЗНИМИ МЕТОДАМИ ОЦІНЮВАННЯ

Однією з найважливіших характеристик національного ринку праці та економіки в цілому є рівень заробітної плати, що відображає вартість робочої сили і розглядається серед головних індикаторів якості робочих місць та віддачі від людського капіталу. Заробітна плата є основним джерелом доходів економічно активного населення, тому її розмір вважається ключовим показником рівня життя.

Згідно досліджень «Вищої школи економіки», для проведення зіставлень доходів і заробітних плат були використані:

- метод номінальних обмінних валютних курсів;
- метод перерахунку національної валюти в долари США за паритетом купівельної спроможності (ПКС) – співвідношення, що базується на зрівнянні вартості взятого для порівняння набору товарів та послуг в національних цінах і валютах[1].

Паритети купівельної спроможності валют розраховуються на основі даних Програми міжнародних зіставлень (ПМЗ) – масштабного міждержавного обстеження, в рамках якого збирається інформація про ціни за детальним переліком товарів та послуг, як тих, що реалізуються, так і тих, що не реалізуються на міжнародному ринку. З початку 2000-х років проведено і оброблено два раунди ПМЗ, за даними про ціни 2005 і 2011 років. На поточний момент прийнято рішення, починаючи з 2017 року, проводити більш регулярні обстеження з меншим інтервалом між раундами [1].

У таблиці 1 наведено інформацію про номінальні валютні курси в Україні (середньорічний курс гривні за 1 долар США) у 2011-2017 роках. У таблиці 2 –

величина реальної заробітної плати в Україні, порахована у доларах США за простим обмінним курсом, згідно офіційного курсу валют НБУ.

Таблиця 1.

Номінальні обмінні валютні курси у 2011-2017 роках

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
7,97	7,99	7,99	11,87	21,79	25,55	26,04

Джерело: [1].

Згідно даним Мінфіну, станом на 18.10.2018 р. курс гривні становить 27,92 долари США [2].

Таблиця 2.

Середня заробітна плата в Україні, перерахована у доларах США

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
332,4	378,7	408,6	293,3	192,5	202,8	272,9

Джерело: [1].

Середня заробітна плата станом на 29.09.2018 року в Україні складає 8977 гривень або 317,4 долара.[3] У червні 2018 року реальна заробітна плата в Україні зросла на 13%, порівняно з червнем 2017 року, а порівняно з травнем 2018-го - на 4,8%[4][5].

За оцінкою на основі валютних обмінних курсів, заробітна плата в Україні в 2017 році склала 273 долара США, що на 26-29% вище за рівень 2015-2016 років, але на 7% нижче рівня 2014 року і майже на 50% нижче рівня 2013 року. У 2018 році відбулося зростання на 14%, порівняно з 2017 роком.

Отже, проведемо зіставлення заробітних плат на основі обмінних курсів за паритетом купівельної спроможності, що розраховано Світовим Банком методом екстраполяції на основі Міжнародного обстеження.

У таблиці 3 наведена інформація про обмінні курси за паритетом купівельної спроможності у 2011-2017 роках.

Таблиця 3.

Обмінний курс ПКС, розрахований методом екстраполяції

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3,31	3,26	3,21	3,54	5,26	5,91	6,62

Джерело [1].

Отже, обмінний курс за ПКС у 2017 році складає 6,62 гривні за 1 долар США, а за номінальним обмінним курсом – 26,04 (табл. 1).

Наведемо дані щодо реальної заробітної плати в доларах США за обмінним курсом ПКС у 2011-2017 рр. (табл. 4)

Таблиця 4.

Реальна заробітна плата в доларах США за обмінним курсом ПКС

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
800,0	928,2	1017,1	983,1	797,5	877,0	1073,0

Джерело: [1].

Отже, за оцінкою на основі обмінних курсів ПКС, поданих у таблиці 3, заробітна плата в Україні у 2017 році склала 1 073 долара США, що майже на 19% вище рівня 2016 року, на 9% вище рівня 2014, та, навіть, на 5% вище рівня докризового 2013 року, який був найкращим, з точки зору даного показника, роком. Також, майже в 4 рази вище, ніж рівень заробітної плати у 2017 році, оцінений з використанням номінального обмінного курсу (табл.2).

Підсумовуючи, слід зазначити, що визначення рівня заробітної плати значно залежить від методу його оцінювання. Доведено, що більш коректним, з методологічної точки зору, є використання методу перерахунку національної валюти в долари США за паритетом купівельної спроможності, використання якого передбачає, що всі країни оцінюються за єдиним курсом цін і, отже, їхній стан відображає лише відмінності у фактичному рівні заробітних плат.

Література:

1. «Межстрановые сопоставления заработных плат в 2011-2017 годах» – URL: https://isp.hse.ru/data/2018/07/20/1151534852/Мониторинг_спец_МН_Сопоставление_ЗП.pdf

2. Курс валют в банках України // Мінфін. – URL: https://minfin.com.ua/ua/currency/banks/

3. Экономика Украины. Статистика онлайн // TAKE-PROFIT.COM Биржевой портал №1. – URL: https://take-profit.org/statistics/countries/ukraine/#otherindicators

4. Реальная зарплата украинцев значительно выросла // Журнал «Новое время страны». – URL: https://biz.nv.ua/economics/realnaja-zarplata-ukraintsev-znachitelno-vyrosla-2485060.html

5. Реальная зарплата в Украине в июне 2018г возросла на 13% // Интервакс-Украина. – URL: https://interfax.com.ua/news/economic/521350.html

Каличева Н. Є., *к.е.н.,*
доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом
Український державний університет залізничного транспорту

ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЧНИХ ПІДХОДІВ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

В більшості випадків, коли держава впливає на управління в транспортному секторі, її інститути мають приділяти значну увагу основним принципам управління та незалежного функціонування підприємств. Так, система управління залізничним транспортом має вирішувати наступні організаційні питання в транспортному секторі [1]:

- сформувати новий тип взаємодії між державними органами влади та підприємствами залізничного транспорту;

- започаткувати нові підходи співпраці акціонерів та всіх транспортних підприємств сфери;

- розвивати нові принципи становлення комерційної культури в галузі.

Важливим підходом в управлінні на залізничному транспорті є правильне та чітке розмежування управлінських функцій між підприємствами сфери та державними інститутами [2]. Так, підприємства залізничного транспорту повинні спрямовувати свою діяльність на надання транспортних послуг на ринку, як будь-яке підприємство незалежно від форми власності, а держава має сприяти ринковому розвитку галузі та забезпечувати виконання таких завдань:

- розробляти стратегії та механізми подальшого розвитку транспортної сфери;

- визначати та регулювати норми безпеки, екологічні показники, контролювати тарифну політику;

- керувати інфраструктурним майном галузі (залізничне полотно, штучні споруди, під'їзні колії, станції, тощо);

- здійснювати замовлення транспортних послуг для потреб держави та ін.

Виконання перелічених вище завдань можливе за умов дотримання таких правил:

- співпраця держави та підприємств залізничного транспорту має відбуватися за певним механізмом державно-приватного партнерства;

- держава має виступати регулятором діяльності в галузі та діяти в межах встановлених домовленостей, без втручання в господарську діяльність підприємств галузі;

- керівництво транспортних підприємств повинно мати право на прийняття самостійних рішень в комерційній діяльності та нести відповідальність за них.

Таким чином, до основних стратегічних напрямів розвитку залізничної галузі на рівні держави потрібно віднести:

- запровадження нової моделі ефективного державного управління в галузі з метою підвищення її основних показників з ефективності та забезпечення її конкурентоспроможності;

- впровадження передових світових норм та правил забезпечення безпечності, надійності та точності перевізного процесу;

- створення умов для забезпечення доступності послуг із транспортування та постійне підвищення їх якості;

- інтеграція до світової транспортної системи та запровадження використання сучасних транспортних, в тому числі й логістичних, технологій.

Виконання, перелічених вище стратегічних напрямків, призводить до потреби в перегляді, також і основних цілей та задач стратегічного розвитку,

які ставить сьогодення перед залізничним транспортом, а саме:

- проведення реформ в системі державного управління в галузі, що реалізується в нашій країні протягом останніх років шляхом створення акціонерного товариства «Українська залізниця», де 100%-ю власницею є держава;

- створення нової моделі вітчизняного ринку транспортних послуг із врахуванням світових потреб;

- створення такої системи корпоративного управління, яка б сприяла ефективному співіснуванню на принципах взаємодії інфраструктурної та комерційної складових галузі;

- впровадження світових норм та стандартів функціонування всіх складових галузі;

- створення відповідного іміджу та репутації;

- розвиток та підтримка на належному рівні професійних компетентностей персоналу;

- формування тарифів, із врахуванням інтересів підприємств залізничного транспорту, відповідно до показників їх ефективної роботи;

- запровадження дієвих підходів за контролем щодо безпеки та якості перевізного процесу для вантажного і пасажирського сполучення;

- створення дієвого законодавчого поля для функціонування галузі, особливо в сфері соціальних перевезень;

- запровадження технічних стандартів діяльності залізничного транспорту, особливо інфраструктурної складової функціонування галузі;

- використання інформаційних та логістичних технологій, особливо при здійсненні комбінованих перевезень та ін.

Необхідно відзначити, що всі зміни та реформи, які протягом останніх років відбуваються із вітчизняним залізничним транспортом мають наступні наслідки:

- для пересічних користувачів залізничним транспортом - сприяють підвищенню рівня безпеки, надійності та доступності при користуванні

послугами з перевезення, шляхом дотримання соціальних стандартів та підтримки якості трудового життя;

- для підприємств та організацій – забезпечують підходи щодо доступу до користування залізничною інфраструктурою, створюють умов для розвитку конкуренції в галузі, розширюють перспективи щодо ведення підприємницької діяльності, підвищують інноваційний розвиток та інвестиційну привабливість залізничного транспорту [3];

- для країни – забезпечують національну та економічну безпеку, сприяють ефективному функціонуванню всіх сфер національної економіки та виходу на світовий ринок вітчизняних виробників, підтримують розвиток транзитного потенціалу, налагоджують діяльність ринку транспортних послуг, тощо [4].

Взагалі, проведення цілеспрямованого державного управління шляхом ведення результативної транспортної політики сприяє ефективному розвитку транспортного ринку через створення особливого логістичного та синергетичного ефекту, що можливе в наслідок тісної взаємодії державних інститутів та господарських об'єктів галузі. Проте, втручання держави в діяльність транспортного ринку шляхом регулювання його діяльності, в деяких випадках без урахування ринкових інтересів, призводить до необхідності в перегляді основних інструментів та механізмів державного регулювання.

Література:

1. Каличева Н.Є. Організація управління на підприємствах залізничного транспорту в сучасних умовах/ Н.Є. Каличева// Вісник економіки транспорту і промисловості: збір. наук. праць – Харків, УкрДАЗТ. - 2014. - № 45. – С. 167– 170.

2. Ткаченко А. Засади державної політики щодо реформування галузі транспорту в Україні/ А. Ткаченко// Акт. пробл. держ. управл.: збір. наук. праць. – Х.: Магістр, 2008. - № 1(23). – С. 124-130.

3. Каличева Н.Є. Підходи до управління конкурентними перевагами підприємств залізничного транспорту/ Н.Є. Каличева// Причорноморські економічні студії: науковий журнал. – Одеса, Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. -2017. - Вип. 21. – С. 86-91

4. Дикань В. Л. Державне регулювання промислового розвитку України / В. Л. Дикань, М. В. Корінь //Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Х. : УкрДУЗТ, 2018. – №. 61. – С. 9-19.

Аксьонова А. О., *студентка*,
Федотова Т. А., *к.е.н, доцент*
кафедри економіки та управління національним господарством,
Дніпровський національний університет ім.. О. Гончара

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В умовах наростання кризових явищ, що виникають внаслідок глобалізації світової економіки відбуваються зміни в усіх сферах суспільного життя, в тому числі і сфері соціально-трудових відносин, це пов'язано зі значною залежністю національних економік від загальносвітових тенденцій розвитку.

Ринок праці вважається одним з найбільш складних елементів ринкової економіки, в процесі функціонування якого переплітаються інтереси робітника та роботодавця щодо визначення ціни праці та умов функціонування, а також відображаються практично всі соціально-економічні процеси, що відбуваються в державі.

Сучасну ситуацію на ринку праці вчені та дослідники вважають кризовою і такою, що продукує трудову бідність, зниження економічної активності працездатного населення, розширення вимушеної праці, розшарування населення на соціально-вразливі групи, неузгодженість із ринком освітніх послуг, і, відповідно, зниження якості трудового потенціалу та мотивації до продуктивної діяльності [6].

Саме тому, особливої актуальності набувають проблеми ефективної зайнятості населення, створення ринку робочої сили, запобігання масовому безробіття та міграції.

За даними обстежень вітчизняного ринку праці Державною службою статистики України, які проводилися відповідно до методології, рекомендованої МОП, у 2017 році кількість економічно активного населення України у віці 15-70 років дорівнювала 17 854,4 тис. осіб (працездатного віку – 17 193,2 тис. осіб) [1].

Динаміка економічно активного населення у віці 15-70 років впродовж 8 років мала тенденцію до постійного зниження. Незначне підвищення економічно активного населення працездатного віку було зафіксоване впродовж 2010-2013 років, однак з 2014 року ця тенденція не зберігалася. Зокрема, у 2017 році відносно 2010 року економічно активне населення у віці 15-70 років скоротилося на 1,6 % (працездатного віку – на 0,4 %). Таке скорочення пояснюється загальним зниженням кількості населення, що викликано перевищенням показника смертності над показником народжуваності (сальдо між зазначеними показниками в Україні за останні 10 років негативно перевищило загальноєвропейські показники у 3–5 разів); старінням нації; зовнішніми міграціями українців тощо [1].

Для національного та регіонального ринків праці такі ознаки демографічної кризи не є добрим знаком. Зокрема, дефіцит трудових ресурсів негативно впливає на соціально-економічну безпеку держави, здійснює негативний вплив на обсяги валового внутрішнього продукту, а також знижує загалом конкурентоспроможність країни на міжнародній арені.

Сьогодні в Україні спостерігається зменшення загальної чисельності населення. Особливо сильно тенденція швидкого скорочення населення відбувалася з 2014 року. У 2017 році відносно попереднього періоду чисельність наявного населення України зменшилася на 0,41%. За вісім років загалом скоротилася на 7,4% [1].

У 2017 році скорочення рівня економічної активності відбулося серед населення більшості вікових груп, за винятком осіб у віці 40-49 років (змін не відбулося) (у порівнянні з 2016 роком).

Цілком зрозумілим та логічним є, що на ринку праці найбільш конкурентоспроможні особи – це ті громадяни, які мають вищу освіту, тому серед них найвищий рівень економічної активності – 76,9% від загальної кількості економічно активних осіб. На другому місці за рівнем економічної активності знаходяться особи з професійно-технічною освітою, а саме 70,4%. Найнижчий рівень економічної активності зафіксовано серед осіб, які мають

лише базову загальну середню (19,9%), а також початкову загальну або серед тих, що не мали освіти (6,1%) [2].

Динамічне зниження рівня економічно активного населення відбувається одночасно зі збільшенням кількості економічно неактивного населення. До вищезазначеної категорії осіб належать незайняті особи працездатного віку, які припинили активні пошуки роботи, тому що втратили надію її знайти (зневірені), а також ті, які не знали, де і як шукати роботу, або переконані у відсутності підходящої роботи.

У 2017 році кількість економічно неактивного населення віком 15–70 років сягала 10 935 тис. осіб, або 38% від загальної кількості активного населення. Цей показник збільшився відносно попереднього року на 0,1% [1].

На сучасному етапі глобалізації економіки та ринкових трансвормацій проблема зайнятості населення України є однією з найгостріших соціально-економічних проблем, а таке явище як безробіття стало досить звичним.

При аналізі безробіття населення важливо відзначити, що основними причинами цього явища можна вважати: низький рівень заробітної плати, яку пропонують роботодавці; нестабільну політичну та економічну ситуацію в країні; невідповідність рівня підготовки фахівців потребам ринку праці; незадоволеність робітниками умовами праці; обмежені можливості кар'єрного зростання, відсутність перспектив тощо.

Порівняно з 2016 роком, рівень безробіття в Україні у 2017 році підвищився на 0,2%. Зокрема рівень безробіття порівняно з 2010 роком підвищився на 1,1 %. Кількість зареєстрованих безробітних у 2017 році зменшилась до 352,3 тис. осіб [2].

Проте, позитивна тенденція рівня безробіття в Україні є дуже далекою від реальності, оскільки існує чимало проблем щодо статистики безробіття в країні, які не дозволяють об'єктивно оцінювати реалії безробіття: статистика не враховує часткову зайнятість; неможливо врахувати осіб, які зневірилися і не стоять на обліку в службі зайнятості; ті, хто примусово знаходяться у відпустках з ініціативи адміністрації, вважаються зайнятими; також фіксується

неправдива інформація з боку безробітних [5]. При цьому статистика також не враховує, що саме через відсутність роботи близько 7 млн. наших співвітчизників виїхали за кордон на заробітки. Не включається до складу безробітних ні 2 млн селян, які живуть лише із присадибного господарства, ні ті, котрі працюють на «чверть ставки», ні ті, хто мають тимчасові підробітки [4].

На сьогоднішній день просто катастрофічною проблемою, що виникла в процесі глобалізації на ринку праці є трудова міграція. Відповідно до даних дослідження, проведеного в рамках проекту МОМ у 2014-2015 рр., за кордоном перебувають для здійснення трудової діяльності близько 700 тис. громадян України [3]. Проте, насправді ця цифра є як не в 10 разів більшою за зафіксовані документально.

Проаналізувавши ринок праці України та його основні категорії, можна стверджувати, що за останні роки в країні фіксується стабільне зниження чисельності населення, це призводить до того, що трудовий потенціал країни зменшується, відповідно це загострює проблему підвищення зайнятості і зниження безробіття в Україні.

Глобалізований ринок диктує свої умови. Виходячи із сучасних реалій, конкретні заходи щодо розвитку ринку праці повинні бути гнучкими, мати економічний та соціальний ефект, тому перспективи подальшого розвитку та вдосконалення ринку праці України повинні бути пов’язані з підвищенням рівня зайнятості та зменшенням рівня безробіття. Для досягнення цієї мети потрібно сформулювати пріоритетні напрямки реформування ринку праці, враховуючи як інтереси роботодавців, та і інтереси робітників.

Література:

1. Державний сайт статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу – http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Міністерство Фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу – https://www.minfin.gov.ua/
3. Міграція як чинник розвитку в Україні. – К.:МОМ, 2016. http://www.iom.org.ua/sites/default/files/mom_migraciya_yak_chynnyk_rozvytku_v_ukrayini.pdf

4. Колот А.М.,Грішнова О.А., Герасименко О.О. та ін. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2009. — 711с.
5. Рубежанська В. О. Оцінка економічної активності населення в умовах функціонування національного ринку праці // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. Рубежанська В. О.
6. Юрчик І. Б. Взаємозв'язок ефективності ринку праці та його інституційного забезпечення / І. Б. Юрчик // Науковий Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2016. – Вип. 17. – Ч. 4. – С. 109

УДК:338.47:656.2(100)

Островерх Г. Є., *аспірант*
кафедри економіка та управління виробничим
і комерційним бізнесом,
Українського державного університету
залізничного транспорту

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ

Головне завдання держави у сфері функціонування і розвитку залізничного транспорту визначається як створення умов для економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності національної економіки і якості життя населення через забезпечення доступу до безпечних та якісних транспортних послуг. Мета державного регулювання розвитку всієї транспортної системи – задоволення потреб інноваційного соціально-орієнтованого розвитку економіки і суспільства.

Вивчення світового досвіду реформування залізниць дає змогу встановити існування північноамериканської, німецької та австрійської моделей регулювання діяльності залізничного транспорту з боку держави, кожна з яких по-різному визначає місце держави в системі управління галуззю. Так, у Німеччині, Франції, Швеції, Австрії, Італії та Польщі залізничний транспорту повністю знаходиться у державній власності, а управління і контроль над галуззю реалізується спеціально створеним державним органом. У Німеччині таким органом виступає Федеральне агентство з питань

залізничного транспорту, у Швеції – Адміністрація інфраструктури. Приватний капітал у структурі власності основних суб'єктів ринку залізничних перевезень має місце в таких країнах, як Великобританія, США, Канада, Австралія тощо. У цілому, узагальнення принципів та методів державного втручання в процеси розвитку залізничного транспорту розвинутих країн (табл. 1), дало змогу встановити таке:

Таблиця 1

Особливості державного управління залізничного транспорту в розвинутих країнах [1–3]

Країни	Частка держави в структурі власності	Органи державного регулювання залізничного транспорту	Сфера регулювання	Методи та інструменти державного регулювання залізничного транспорту
1	2	3	4	5
Великобританія	0% – у сфері вантажних перевезень;0% – у сфері пасажирських перевезень;0% – в інфраструктурі, однак 100% контролю	Управління з регулювання залізничного транспорту	Регулювання здійснюється щодо компаній-операторів шляхом установлення в ліцензіях максимального рівня тарифів на пасажирські перевезення. Регулюють тарифи на послуги інфраструктури.	Субсидії та позики на будівництво інфраструктури заліз- ниць. Урядові гранди, дотації на соціально значимі перевезення
США	0% – у сфері вантажних перевезень;100% – у сфері пасажирських пере- везень;1% – в інфраструктурі	Рада з наземного транспорту	Пасажирські перевезення регулюються державою	Державні дотації приміських пасажирських перевезень. Державні програми під- тримки залізнич- ного транспорту
Німеччина	100% – у сфері вантажних перевезень;100% – у сфері пасажирських перевезень;100% – в сфері інфраструктур	Федеральне агентство з питань залізничного транспорту	Державне регулювання тарифів повністю відсутнє. Регулюються тарифи на послуги інфраструктури	Державні інвестиції, субсидії в розвиток інфраструктури. Капітальні вкладення керівництва федеральних земель в

				спорудження терміналів
Швеція	100% – у сфері вантажних перевезень;100% – у сфері пасажирських перевезень;100% – в інфраструктурі	Адміністрація інфраструктури	Відсутнє регулювання вантажних перевезень. Пасажирські та регіональні перевезення регулюються в рамках франшиз	Фінансова підтримка інфраструктури

– по-перше, в більшості розвинутих країн, окрім безпосередньої участі в управлінні залізничним транспортом через спеціально створенні державні структури, держава виступає ініціатором реалізації проектів розвитку інфраструктури галузі, забезпечуючи їх відповідною фінансовою підтримкою;

– по-друге, зберігається соціальна функція держави в аспекті забезпечення державної підтримки сектору пасажирських перевезень за рахунок субсидіювання та державного регулювання тарифів на виконання даного виду перевезень;

– по-третє, конкурентна модель ринку, що реалізована в більшості розвинутих країн, значно обмежила можливості держави щодо тарифного регулювання вантажних перевезень (окрім стратегічних для країни видів вантажів), допускаючи можливість її втручання у сферу інфраструктури і пасажирських перевезень;

– по-четверте, навіть незважаючи на наявність приватного капіталу, за державою все ж таки збережено статус головної інституції, що визначає стратегічні пріоритети та механізми розвитку залізничного транспорту.

Залізничний транспорт є не тільки базовою галуззю економіки, він також впливає на все життя держави, сприяючи міжрегіональним та міжнародним культурним зв’язкам, соціальним перетворенням, міжнародному туристичному співробітництву, торгівлі тощо.

Систематизуючи вище сказане можна виділити для залізничної галузі України та ключові стратегічні напрямки розвитку в умовах глобалізаційних та

інтеграційних процесів, ми виділили основні напрями державного регулювання залізничним транспортом для України:

- забезпечення своєчасного, повного та якісного задоволення потреб населення і суспільного виробництва в перевезеннях та потреб оборони України;

- захист прав громадян під час їх транспортного обслуговування;

- безпечне функціонування транспорту;

- дотримання необхідних темпів і пропорцій розвитку національної транспортної системи;

- захист економічних інтересів України та законних інтересів ПАТ «Українська залізниця» і організацій транспорту та споживачів транспортних послуг;

– забезпечення технологічної та екологічної безпеки транспорту;

– активізація міжнародної діяльності транспортних підприємств,

– створення Кабінетом Міністрів Міжвідомчої комісії є позитивним моментом в удосконаленні тарифної політики і дає можливість залучити до визначення тарифної політики не тільки державні органи, але й представників господарюючих суб'єктів;

– створення механізму державного управління розвитком залізничного транспорту;

– створення власної інформаційної бази щодо кон'юнктури світового фінансового ринку.

Розвиток транспортного потенціалу залізничного транспорту входить до числа найактуальніших задач, від вирішення яких залежить позиціонування України на світовому ринку транспортних послуг.

Література:

1 Гречко А.В. Досвід корпоративних трансформацій на залізницях деяких країн Європи / А.В. Гречко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ela.kpi.ua/jspui/handle/123456789/6354.

2 Гненний О. Шляхом європейської інтеграції України: особливості реформування залізниць країн світу / О. Гненний, В. Задоя, Л. Марценюк //

Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Економіка і управління. – 2014. – № 30. – С. 32–43.

3 Рудяга І.М. Господарювання на залізничному транспорті як об’єкт реформування: порівняльно-правовий аспект / І.М. Рудяга // Економічна теорія та право. – 2016. – № 1. – С. 171–184.

Ціпуринда В. С., *к.е.н.,*
доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін,
Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ

В період розвитку ринкових відносин для нашої країни вкрай важливими є комплексні і системні зусилля на рівні держави, суспільства для інноваційного економічного зростання, інструментом реалізації якого, на даному етапі розвитку, повинна бути збалансована державна інноваційна політика, яка охоплює весь комплекс перебудови і взаємно пов'язаного розвитку галузей: науково-дослідних, промисловості, освіти, культури, законодавчо-правових та фінансових інституцій тощо.

Але, ще більш важливо мати дієву національну ідею та доктрину розвитку, яка інтегрує в собі узгодження місії та покликання людства, суспільства, організацій, сім’ї та людини; а, звідси, ієрархію їх пріоритетів і цінностей, що спрямовані на еволюційний розвиток, і, перш за все, людини (а не її потреб, що постійно та безконтрольно збільшуються при обмеженості планетарних ресурсів), що потребує значної переваги інтересів еволюційного розвитку суспільства та людства над приватними інтересами кожної локальної системи.

Ще в минулому столітті В.І. Вернадським сказано: «Еволюційний процес набуває особливі геологічні знання завдяки тому, що він створив нову геологічну силу – наукову думку соціального людства. Ми саме переживаємо її яскраве входження в геологічну історію планети і у останні тисячоріччя спостерігається інтенсивне зростання впливу живого виду речовини – цивілізованого людства на зміну біосфери.

Під впливом наукової думки і людської праці біосфера переходить у новий стан, який значно залежить від людини – у «ноосферу» [1]. Внутрішня (причинна) рушійна сила соціального і економічного розвитку є історичною і одночасно системогенетичною логікою розвитку людства. Наразі є декілька наукових парадигм опису історичної логіки розвитку людства як єдиної цивілізації, тобто цивілізаційної системи:

1. Загальновідома формаційна парадигма К. Маркса змін соціально-економічних формацій, що визначаються способом суспільного виробництва (єдністю продуктивних сил та виробничих відносин в суспільстві) .

2. Етноісторична парадигма Л.Н. Гумільова, в якій розкривається логіка історії, що визначається змінами циклів етногенезу, в яких зв'язок господарства, культури, поведінки та географічних умов проявляється особливо тісно [2].

3. Парадигма універсальності розвитку систем В.А. Полякова, яка визначає ієрархічну узгодженість еволюції циклічного розвитку систем різних рівнів (людини, організації, суспільства, людства, планети) у просторі та часі [3].

4. Парадигма В.М. Тарасевича, в якій розкривається економічна універсуміка, як процес та результат осягнення економіки та економічного знання в універсумному контексті [4].

5. Цивілізаційна парадигма Н.Я. Данилевського – О. Шпенглера – А.Д. Тойнбі – П.А. Сорокіна, яка визначає внутрішню логіку соціального розвитку як послідовність зміни системи локальних цивілізацій людства [5].

Формаційна, цивілізаційна та етноісторична парадигми розкривають системогенетику як циклічний розвиток у формі цивілізаційних, формаційних та етноісторичних циклів, які накладаються один на одного, утворюючи складну циклічну картину системного соціального розвитку. Кожна системна еволюція підкоряється загальному науковому закону динаміки боротьби та єдності протилежностей, тобто закону конкуренції та кооперації. Цей закон визначає і відповідний еволюційний механізм подвійності: «відбору» за рахунок конкуренції» та «синергії» за рахунок інтеграції систем.

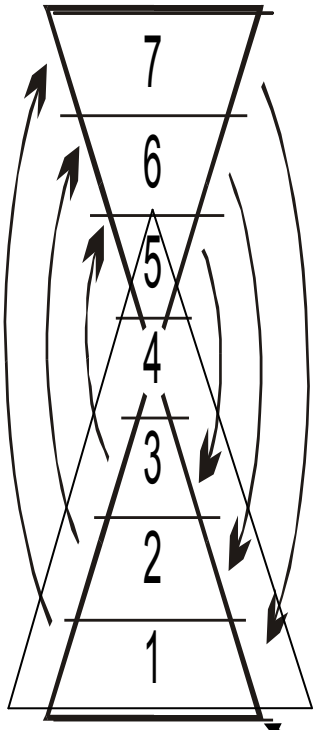
В останніх десятиріччях 20-го століття питання узгодженості розвитку систем загострилось у формі першої фази Глобальної Екологічної Катастрофи, яка визначила межі минулим стихійним ринковим механізмам цивілізаційного розвитку, отже і трансформації суспільства через соціально-економічні кризові явища у зв'язку із невідповідністю великої енергетики господарювання, що з'явилась у 20-му столітті, та стихійних регуляторів розвитку, в першу чергу ринку. На наш погляд, в кожному кризовому явищі, перш за все, треба шукати більш глибокі причинно-наслідкові зв'язки, що пов'язані з глобальними подіями не тільки загальнолюдського, але і загально планетарного характеру.

Міждисциплінарні дослідження [1, 3] дозволяють розширити рамки розуміння узгодженого розвитку систем. Оскільки кожна система є тривимірною, тобто розвивається у просторі, часі (циклі) із чітко визначеними своїми ресурсами (енергія), тобто надалі накопичує свій енергетичний потенціал за рахунок ефективного управління, то ця трьохвимірність утворює завжди сім структурних рівнів взаємодії системи в надсистемі (зовнішньому середовищі) та систему взаємодії (прямого і зворотного, або причинно-наслідкового трьохвимірного зв'язку із підсистемами) з урахуванням можливостей перехідного процесу на новий, більш якісний рівень(Рис. 1).

де: рівень **1-7** – просторовий вимір, тобто рівень розвитку системи у просторі; **2-6** – енергетичний вимір, тобто накопичення енергії системи за рахунок розвитку багаторівневих синергетичних взаємозв'язків; **3-5** – часовий вимір, тобто управління життєвим циклом системи. Рівень **4** – перехідний, тобто виходу на новий рівень за рахунок кількісних накопичень в якісні, інноваційні перетворення. Наразі, на жаль, вони не узгоджені, і ми маємо системні кризові явища на всіх цих рівнях. Загальновідома «піраміда потреб» А. Маслоу, яка відображає зростання потреб людини як системи, має тільки 5 рівнів (рис. 1).

Однак, виходячи із висновків останніх наукових розробок міждисциплінарного синтезу, у ній недостає не тільки ще двох (вищих) рівнів, але і причинно-наслідкових зв'язків між цими рівнями, що є причиною відповідної

сучасної егоїстичної ментальності розвитку систем: людства, суспільства, організації, людини.



7 - Відсутність дієвої національної ідеї та доктрини розвитку, яка інтегрує в собі узгодження місії людства, суспільства, організацій, сім'ї та людини

6 – Відсутність ієрархії пріоритетів і цінностей, що спрямовані на еволюційний розвиток, перш за все, людини (потреби, що постійно та безконтрольно збільшуються при обмеженості планетарних ресурсів)

5 – Значна перевага приватних інтересів над інтересами еволюційного розвитку суспільства

4 – Проблеми культури, освіти, зниження соціальних гарантій для людини

3 – Криза праці, безробіття, втрата кваліфікації людини, не урівноваженість соціально-економічних укладів

2 – Криза взаємовідносин між людьми, та державами, що проявляється в явній або прихованій агресії

1 – Криза здоров'я та здорового способу життя. Розкрадання та руйнація матеріальних цінностей.

Піраміда потреб А. Маслоу

Рис. 1. Сім рівнів структури неузгодженості суспільства як системи з довкіллям

Застарілі погляди на взаємоузгоджений розвиток систем у діяльності людини і призводять до неузгодженостей, звідки виникають кризи, конфлікти. Криза – це перехідний процес системи у нову якість з порушенням універсальних (природних) законів розвитку систем. Тому потрібні національні програми розвитку, які базуються перш за все на узгодженості об'єктивних природних та соціально-економічних законів розвитку, загальнолюдських ідеалах, пріоритетах і цінностях, тоді і з'являться нові можливості.

Отже, суспільство повинно бути відкритою системою, яка невпинно саморозвивається і самонавчається, і повинно покладатись на:

1. Систему підходів до розвитку соціально-економічних процесів з урахуванням узгодженості об'єктивних природних і економічних законів, розроблені методи усунення суперечностей, пов'язаних з їх дією.

2. Універсальну систему управління, яка забезпечує оптимальну діяльність суспільства на усіх етапах його розвитку з урахуванням перехідного процесу на більш високий якісний рівень.

3 Колективну стратегію та громадянське самоуправління, які розкривають ініціативу та відповідальність кожної людини за розвиток суспільства.

4. Якісну систему підготовки та перепідготовки управлінських кадрів всіх рівнів, які будують систему управління на основі узгодження первинних природних (універсальних) та соціально-економічних законів.

Література:

1. Вернадский В.И. Размышления натуралиста. Научная мысль как планетное явление. – М.: Наука, 1997. – 198 с.
2. Гумилев Л.Н. Этногенез и біосфера Земли. - М.: «Кристалл», 2001. – 638 с.
3. Поляков В.А. Универсальная экономическая теория. Организационный механизм управления. / Поляков В.А. – М.: Новый центр, 2004. – 192 с.
4. Тарасевич В. М. Экуника: гипотезы и опыты. / Тарасевич В.М. – М.: ТЕИС. 2008. – 565 с.
5. Тойнби А.Д. «Исследование истории». Т. 1. Пер. К.Я. Кожурина – СПб.: Изд. СПб унив-та, 2006. – С. 68-93.

Панченко Н. Г., *к.е.н., доцент,*
доцент кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

У сьогочасних умовах посилення конкурентного тиску підприємства вдаються до незаконних і недобросовісних методів боротьби з конкурентами, використання різноманітних схем фінансових махінацій та маніпулювання свідомістю потенційних споживачів. Проте, результатом таких дій є невиконання взятих підприємством зобов'язань та у випадку з клієнтами невідповідність продукції чи послуги визначеним якісним характеристикам, що знижує рівень довіри клієнтів не тільки до відповідної компанії, але й до інших бізнес-суб'єктів. У таких умовах виникає потреба пошуку дієвих інструментів

відновлення довіри та завоювання прихильності споживача, налагодження конструктивного діалогу між компанією та клієнтами.

Незважаючи на монополістичне становище на ринку залізничних перевезень, залізнична компанія також зіткнулася з проблемою зниження лояльності споживачів та їх переходу до користування послугами інших суб'єктів транспортно-логістичного ринку, що призвело до звуження кола користувачів послугами залізничного транспорту та зниження обсягів роботи залізничної компанії. Дієвим інструментом подолання незадоволеності та тотальної недовіри клієнтів є впровадження концепції маркетингу взаємовідносин у систему корпоративного управління на залізничному транспорті, що створить передумови для забезпечення гармонізації відносин залізничної компанії з клієнтами та бізнес-партнерами.

Досліджуючи еволюцію розвитку теорії маркетингу, стало зрозуміло, що концепція маркетингу відносин виникла на тлі розвитку парадигми соціальної відповідальності підприємства, яку нині розглядають з позиції забезпечення прибутковості діяльності з одночасним дотриманням соціально-етичних норм: створення нових робочих місць, підвищення соціальних гарантій працівників, дотримання законодавчих норм, виконання податкових зобов'язань перед державою, підтримання рівня екологічної безпеки навколишнього середовища, участь у соціальних проектах регіонального та національного значення тощо.

Адаптуючи зазначену концепцію маркетингу до специфіки залізничної галузі, варто розглядати маркетинг взаємовідносин на залізничному транспорті як безперервний процес гармонізації відносин залізничної компанії із внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами з метою забезпечення високої якості транспортно-логістичного обслуговування, формування позитивного емоційного досвіду клієнтів стосовно користування послугами залізничного транспорту, досягнення довгострокової, довірчої та взаємовигідної співпраці залізничної компанії зі стейкхолдерами, забезпечення її позитивного корпоративного іміджу та позиціонування.

Варто зазначити, що маркетинг взаємовідносин ґрунтується на врахуванні таких принципів як конструктивність, компромісність, надійність, солідарність, доброчесність, лояльність, інтерактивність, взаємовигідність, оптимальність, адаптивність, прозорість та відкритість. Враховуючи галузеву специфіку підприємств, ключовими фокус-орієнтирами маркетингу взаємовідносин мають стати: розуміння вимог та інтересів наявних і потенційних клієнтів; максимальне задоволення їх потреб; налагодження постійного зворотного контакту з клієнтами; вивчення вимог клієнтів до якості транспортно-логістичного обслуговування; своєчасне реагування на зміну попиту на послуги залізничного транспорту; розширення спектру супутніх послуг транспортно-логістичного обслуговування; вивчення зон неповноцінного задоволення попиту; залучення клієнтів до участі в маркетингових програмах; вивчення запитів клієнтів, що не змогли скористатися послугами залізничного транспорту; вивчення емоційного досвіду клієнтів користування послугами залізничного транспорту; управління враженнями клієнтів та формування відчуття задоволеності послугою; налагодження довірчих партнерських взаємовідносин; покращення бізнес-етики та культури обслуговування; використання персоніфікованого підходу до співробітництва; формування корпоративної філософії щодо фокусування на клієнтах та партнерах; використання новітніх інформаційних технологій співпраці з клієнтами та партнерами тощо.

Досягнення визначених фокус-орієнтирів маркетингу взаємовідносин на залізничному транспорті можливе на основі використання інструментів (спеціальні тарифи та знижки; дисконтні програми; привілеї для постійних клієнтів; гарантії якості; бонусні програми; коаліційні програми лояльності; поздоровлення зі святами; інформаційно-консультативна підтримка клієнтів) та інформаційно-комунікативних каналів взаємодії (офіційні інтернет-портали; соціальні мережі; корпоративні видання; інформаційні системи та технології; мобільні додатки та інші програмні рішення).

Таким чином, впровадження концепції маркетингу взаємовідносин у діяльність підприємств залізничного транспорту, яка має на меті гармонізацію відносин залізничної компанії із внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, дозволить досягти високої якості транспортно-логістичного обслуговування, сформувати позитивний емоційний досвід клієнтів, які користуються послугами залізничного транспорту, забезпечити довгострокове, довірче та взаємовигідне співробітництво залізничної компанії зі стейкхолдерами, створити умови для формування її позитивного корпоративного іміджу та позиціонування на ринку транспортно-логістичних послуг.

Мельниченко Б. Б., *к.ю.н., доцент,*
доцент кафедри конституційного та міжнародного права
Навчально-наукового інституту права та психології
Національного університету «Львівська політехніка»

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ЕКОМІКИ

Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, укладена 27 червня і ратифікована 16 вересня 2014 року, передбачає проведення масштабних інституціональних та структурних реформ в соціально-культурній, економічній, адміністративно-політичній сфері тощо. Зокрема, цілями асоціації є запровадження умов для посилених економічних та торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС, у тому числі завдяки створенню поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВЗВТ), як це визначено у Розділі IV («Торгівля і питання, пов’язані з торгівлею») даної Угоди, та підтримка зусиль України стосовно завершення переходу до діючої ринкової економіки, у тому числі шляхом поступової адаптації її законодавства до acquis ЄС [1]. ПВЗВТ забезпечить сприятливий клімат для економічних

відносин між Україною та ЄС. Будуть створені нові торгові та інвестиційні можливості, стимулюватиметься конкуренція. Цей процес має сприяти підвищенню стандартів продукції, кращому обслуговуванню громадян і, найголовніше, готовності ефективно конкурувати на міжнародних ринках. Усе це, безумовно, є життєво важливим для реструктуризації та модернізації національної економіки.

Ще одним нормативно-правовим актом, що визначає основні засади внутрішньої політики України в економічній сфері, є Закон України «Про засади внутрішньої та зовнішньої політики» від 01 липня 2010 р. № 2411-VI [2]. Так, відповідно до ст. 7 Закону, основними засадами в економічній сфері є:

– забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, досягнення високих темпів її зростання, забезпечення макроекономічної стабільності та низького рівня інфляції;

– розвиток внутрішнього ринку, підвищення ефективності його функціонування та вдосконалення механізмів державного регулювання, забезпечення збалансованості попиту та пропозиції на окремих ринках;

– проведення прозорої та виваженої бюджетної політики як дієвого інструменту соціально-економічного розвитку, захисту вразливих верств населення та інвестування в реальний сектор економіки для підтримки національного товаровиробника і збереження робочих місць;

– реалізація прозорої політики закупівель за державні кошти, яка гарантуватиме раціональне використання ресурсів;

– забезпечення економічної збалансованості розвитку регіонів, узгодженості напрямів їх розвитку із загальнонаціональними потребами;

– створення сприятливих умов для розвитку підприємництва, спрощення умов започаткування бізнесу та виходу з нього, зменшення втручання держави в економічну діяльність суб'єктів господарювання, спрощення системи отримання дозволів, зниження тиску на бізнес з боку контролюючих органів;

– перехід на європейську модель ринкового нагляду, якості та безпеки продукції;

– впровадження європейських підходів у сфері делегування функцій держави суб'єктам господарювання;

– розвиток конкуренції як основного чинника підвищення ефективності економіки, забезпечення дієвого регулювання діяльності природних монополій, недопущення проявів монополізму на державному та регіональному рівнях та ін.

Разом з тим, впроваджуючи нові інструменти ринкового регулювання соціально-економічних процесів, Україна потребує чітко визначеної та прийнятної для суспільства стратегії досягнення цілей розвитку. За роки незалежності в економіці країни відбулися суттєві зміни, що вимагають застосування нових підходів до системи стратегічного планування.

Стратегічне планування в Європейському Союзі – це чітко сформована ієрархічна система стратегічних документів на довгостроковий, середньостроковий і короткостроковий період, спрямованих на задоволення, в першу чергу, громадських інтересів. Процес стратегічного планування в Європейському Союзі супроводжується кваліфікованим методичним забезпеченням побудови стратегій. При розробленні стратегічних документів, увага акцентується на формуванні бачення як концептуального опису бажаного майбутнього та понятті національної стратегії розвитку як дорожньої карти для досягнення визначеного майбутнього [3, с. 192].

Так, 12 січня 2015 року Президент Петро Порошенко підписав Указ «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020». Стратегія сталого розвитку України на період до 2020 року визначає мету, вектори руху, дорожню карту, першочергові пріоритети та індикатори належних оборонних, соціально-економічних, організаційних, політико-правових умов становлення та розвитку України. Метою Стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі [4].

Дерегуляція та розвиток підприємництва є одним із найважливіших напрямів розвитку національної економіки. Стратегічними цілями реформ у цій сфері є наступні:

– створення сприятливого середовища для ведення бізнесу, розвитку малого і середнього підприємництва, залучення інвестицій, спрощення міжнародної торгівлі та підвищення ефективності ринку праці. Необхідно скоротити кількість документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності та видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, скасувати регуляторні акти, які ускладнюють ведення підприємницької діяльності, скоротити кількість органів державного нагляду (контролю), забезпечити надання послуг для громадян та бізнесу в електронному вигляді;

– з метою розширення та спрощення доступу українських товарів на ринки держав-членів Європейського Союзу необхідно привести систему технічного регулювання у відповідність із європейськими вимогами та завершити реформування системи державного контролю за безпечністю та якістю харчових продуктів;

– для підтримки інвестиційної активності та захисту прав інвесторів потрібно забезпечити ефективний захист права приватної власності, у тому числі судовими органами, гармонізувати із законодавством Європейського Союзу положення законодавства України щодо захисту прав національних та іноземних інвесторів та кредиторів, захисту економічної конкуренції, запровадити стимулюючі механізми інвестиційної діяльності, виходячи із найкращої світової практики [5].

Забезпечення ефективного впровадження положень Стратегії залежить від багатьох факторів. Значне навантаження лягає на процедурні та інституційні аспекти управлінського процесу. Беззаперечною умовою успішності програм розвитку є оперування єдиними критеріями та баченнями стратегічних цілей. При цьому, зазначені цілі мають бути конкретними, реалістичними, досяжними, мати чіткі часові рамки. Окремою передумовою ефективності впровадження Стратегії є активна участь різних зацікавлених груп у впровадженні її цілей. Це те, що названо у Стратегії суспільним договором між владою, бізнесом та громадянським суспільством, де кожна сторона має свою зону відповідальності [6].

Відносини влади і бізнесу вважаються вкрай важливими з огляду на те, що власне його представники (середній клас) є основою громадянського суспільства, його каркасом, що здатен нести соціальну, фінансову, моральну, політичну відповідальність за вчинені дії. Принциповими інструментами взаємодії влади та бізнесу мають стати:

– залучення представників влади всіх рівнів, спілок підприємців до обговорення проблем підприємництва, розроблення пропозицій органами державної влади, місцевого самоврядування для створення відповідного правового поля та локальних нормативно-правових актів щодо розвитку підприємництва (спеціальні режими оподаткування, фінансування та кредитування малого бізнесу, трудові відносини та соціальний захист підприємців та найманих працівників тощо), включення спілок підприємців у нормотворчу діяльність;

– запровадження спеціальних режимів інвестиційної діяльності з метою стимулювання прискореного розвитку територій з унікальними перевагами;

– активна діяльність регіональних та місцевих органів влади щодо стимулювання малого та середнього бізнесу;

– налагодження ефективної та якісної діяльності центрів надання адміністративних послуг;

– використання фінансового лізингу як інструменту розвитку населених пунктів;

– прозорість діяльності влади та постійне інформування щодо податкових обов’язків, спрощені процедури оподаткування [7].

Таким чином, основними напрямами публічного управління в Україні у сфері економіки є посилення ролі інституційного, соціального та економічного середовища на регіональному та місцевому рівні для економічного зростання територій та підвищення рівня добробуту населення, що відповідно вимагає еволюції інституційної моделі формування та реалізації державної регіональної політики, яка сприяє створенню та стійкому функціонуванню середовища, сприятливого для впровадження місцевих та регіональних

ініціатив.

Література:

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 16 вересня 2014 року № 1678-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

2. Про засади внутрішньої та зовнішньої політики : Закон України від 01 липня 2010 р. № 2411-VI // Відомості Верховної Ради України, 2010. – № 40. – Ст. 527.

3. Євмєшкіна О. Л. Особливості стратегічного планування в Європеському Союзі / О. Л. Євмєшкіна // Вісник НУЦЗУ. Серія: Державне управління, 2017. – Вип. 1(6). – С. 186–193.

4. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015.

5. Путівник по реформах : книга для розуміння сімнадцяти ключових реформ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://reformsguide.org.ua/wp-content/uploads/2017/09/ReformsGuide_UA.pdf.

6. Сенчук А. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» – шлях до кращого майбутнього /А. Сенчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://geostrategy.org.ua/ua/analitika/item/766-strategiya-stalogo-rozvitku-%E2%80%9Cukrayina-%E2%80%93-2020%E2%80%9D.

7. Боковикова Ю. В. Взаємодія влади і бізнесу / Ю. В. Боковикова // Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ при Президентові України, 2015. – Вип. 4 (51). – С. 9–16.

Дубик В. Я., *к.е.н.*
доцент кафедри державних та місцевих фінансів
Львівський національний університет імені Івана Франка
Держипільський О. В., *магістр*
Львівський національний університет імені Івана Франка

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТАН МИТНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Розвиток ринкових відносин, активізація експортно-імпортних операцій, посилення міжнародного економічного співробітництва та інтеграційних процесів в усьому світі супроводжуються загостренням економічної конкуренції на внутрішньому ринку, що актуалізує питання потреби гарантування економічної безпеки держави та її складових.

У сучасному процесі розвитку суспільства поняття «безпека» одержало велике поширення в науковій літературі у зв'язку зі зростанням кількості небезпек і уваги до них з боку держави, громадських організацій, різних партій і рухів, науковців [1]. Важливою складовою національної безпеки України є економічна безпека та її складові - зовнішньоекономічна та митна безпеки [2]. Категорії, які характеризують зовнішньоекономічну безпеку, представлені в багатьох наукових роботах, але комплексне вивчення питання «митної безпеки» та визначення суміжних з нею категорій на сьогодні потребує подальших глибоких досліджень.

У сучасних умовах розвитку економіки України, які пов'язані зі швидким зростанням обсягів міжнародних економічних контактів, обов'язковим є дотримання вимог національної безпеки України, важливою складовою якої є митна безпека.

Митна безпека України – це стан захищеності національних інтересів України в митній галузі, який дає змогу в різних зовнішніх і внутрішніх умовах, незалежно від будь-яких загроз, забезпечити: [3, с. 63]

- переміщення через митний кордон товарів і транспортних засобів;
- здійснення митного регулювання, пов'язаного з установленням та справлянням податків і зборів;
- застосування процедур митного контролю та митного оформлення із застосуванням заходів із митно-тарифного й нетарифного регулювання;
- проведення боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил, а також виконання інших покладених на митні органи завдань через ефективну реалізацію митної справи за допомогою нормативно-правового забезпечення даного питання.

Варто зазначити, що основу національної безпеки становлять національні інтереси, серед яких важливими є митні інтереси. Якщо розглядати митну безпеку як стан захищеності митних інтересів держави, то митні інтереси держави – це національні інтереси, забезпечення та реалізація яких досягаються провадженням митної справи [4, с. 20].

Митні інтереси – це певний спектр національних інтересів держави, що пов'язані їх забезпеченням і реалізацією митної справи та задоволення яких сприяє забезпеченню ефективного функціонування, стійкого розвитку економічної системи, зменшенню загроз національній безпеці України, стабільності в суспільстві у сферах, що пов'язані з митною сферою та визначається поточним станом зовнішньоекономічних відносин, повнотою задоволення матеріальних потреб громадян, ступенями реалізації визначених стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку й захисту культурного та інформаційного середовища держави, станом зовнішньоекономічної та митної безпеки [4, с. 11]. Головною метою митної безпеки можна вважати досягнення певного рівня ефективності та надійності митної системи завдяки продуктивному функціонуванню митних органів.

Забезпечення ефективної діяльності держави у сфері митної безпеки покликана гарантувати певне коло митних інтересів, серед яких найважливішими є:

- створення умов лібералізації та прозорості зовнішньої торгівлі;
- недопущення контрабанди та порушення митного законодавства;
- удосконалення митного законодавства України відповідно до світових та європейських стандартів;
- прискорення товаро- та пасажиропотоку через митний кордон;
- забезпечення ринку країни якісними імпортними продуктами та недопущення ввезення небезпечних для здоров'я людей товарів.

Важливою складовою митної безпеки держави є характер та стан загрози державній безпеці. Під загрозами розуміють ті чинники, що створюють небезпеку і окремим суб'єктам господарювання, і суспільству загалом. Відповідно, митними загрозами є такі чинники, що створюють небезпеку у сфері митної діяльності. Загрози поділяються на внутрішні й зовнішні, реальні й потенційні [4, с. 18].

До загроз митній безпеці держави належать: надзвичайні ситуації, стихійні лиха; світові економічні кризи, які негативно впливають на національну

економіку; протекціоністські заходи торговельних партнерів; високий ступінь залежності від стану міжнародних ринків та економік інших держав, певних ресурсів або від домінувального торговельного партнера.

Митна загроза – конкретна чи безпосередня форма загрози митній небезпеці на стадії переходу її з можливості в реальність як результат суперечностей, що мають місце й формуються в самому суспільстві, у зовнішньоекономічних сферах, у політичних та економічних відносинах, у сфері організації та забезпечення митної діяльності, у техногенних, природних та інших явищах тощо, яка конкретизується відповідною формою прояву та способом впливу й наслідки якої можуть заподіяти будь-якої митної шкоди [5, с. 13]. Джерелами загрози митної безпеки можуть бути [6, с. 13]: спонтанність природних процесів і явищ, стихійні лиха; випадковість неналежного здійснення митних процедур; зіткнення суперечливих інтересів, які особливо притаманні Україні; неповнота й недостовірність інформації для митних органів; обмеженість і недостатність ресурсів; незбалансованість основних компонентів механізмів митної служби, що підтверджується частими реорганізаціями системи.

Однією з важливих загроз митної безпеки держави є частка тих платежів, які митна служба щорічно недобирає до державного бюджету. Тобто важливою функцією митних органів у процесі гарантування митної безпеки є контроль саме за повнотою митних стягнень, а не за їх сумою [4, с. 18].

Не менш важливою загрозою митної безпеки є стрімкий розвиток тіньових схем експортно-імпортних операцій, які полягають у недекларуванні товарів, маніпуляцій із митною вартістю та країною походження товару, що веде до зменшення податкового зобов’язання або звільнення від оподаткування. Тобто порівняння статистики зовнішньої торгівлі України та статистичних даних її провідних торговельних партнерів засвідчує наявність вагомих розходжень, які щороку сягають від 10 до 30 %. Маються на увазі товари, які враховані в статистиці зовнішньої торгівлі повинні бути відображені в статистиці зовнішньої торгівлі України як імпорт із відповідної країни-партнера.

Звідси випливає те, що головним завданням митних органів України є захист національних інтересів країни та наповнення держбюджету. Тому в Україні варто розвивати та підвищувати захист за допомогою створення незалежних служб боротьби з контрабандою та митними правопорушеннями, контролювати за правомірністю застосуванням митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання, активно вводити системи електронного декларування товарів та призупиняти їх нехтування, розвивати міжнародне співробітництва та переймати закордонний досвід тощо.

Отже, вдосконалення митної безпеки України є невід'ємною складовою успішного майбутнього нашої держави, оскільки митна безпека є не лише складовою економічної безпеки держави, а й з сучасними процесами, які відбуваються в Україні дане питання стрімко актуалізується. При цьому, митна безпека України повинна базуватись на застосуванні та перейнятті досвіду функціонування митних систем світу і бути цілісною динамічною системою.

Митна безпека не можлива без реформування митних органів. Даний процес потрібно проводити з урахуванням основних світових тенденцій у процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами господарювання. У даному питанні важливим завданням постає не тільки територіальне розташування підрозділів, а й наявність достатньої кількості підготовлених працівників для виконання митних процедур.

Пріоритетним завданням митних органів є захист національних інтересів. Доцільно враховувати досвід провідних країн світу, а саме:

– у зовнішній торгівлі варто акцентувати пріоритети у національних інтересах України;

– запровадження принципу взаємності в наданні зовнішньоторговельних переваг і дотриманні партнерами вимог справедливої конкуренції;

– впроваджувати протекціоністські заходи захисту національної економічної безпеки шляхом адміністративного регулювання експорту;

– забезпечити детальне юридичне відпрацювання всіх інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Література:

1. Основні напрями зовнішньої політики України: Інтернет видання, персональний Сайт Президента України // http://ww2.yuschenko.com.ua
2. Пашко П.В., Наумич Ю. С. Митна безпека як важлива складова економічної безпеки держави // Вісн. АМСУ. - 2005. - № 3. - С. 3-7
3. Пашко П. В. Понятійний апарат системи забезпечення митної безпекоспроможності / П. В. Пашко // Економіка та управління національним господарством. − 2009. − С. 62−68.
4. Разумей М. Зовнішньоторговельна безпека держави: управлінський аспект / Максим Разумей // Державне управління та місцеве самоврядування : зб. наук. пр. – 2010. – № 2 (5). – С. 18−26.
5. Пашко П. В. Умови та чинники забезпечення митної безпеки / П. В. Пашко // Митна справа. – 2010. – № 1 (67). – С. 5−16.
6. Новікова К. І. Глобалізаційні виклики митній безпеці держави [Електронний ресурс] / К. І. Новікова. – Режим доступу : web.znu.edu.ua/herald/ issues/2012/eco-4-2012/174-180.pdf

Гужуман Л. А., Федотова Т. А., *к.е.н., доцент*
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара

ХАРАКТЕРИСТИА ОСОБЛИВОСТЕЙ НАЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ

Система управління персоналом є змінною за багатьма факторами, серед них можна виділити: час, культуру, фактор національних та історичних особливостей. Формування окремої системи управління персоналом на різних підприємствах може бути ускладнено і також прискорено цими факторами. Саме тому важливо проаналізувати тенденції впливу культурних та національних чинників та становлення системи управління персоналу. Кожна країна має власну національну систему менеджменту [1], якій властиві характерні для більшості організацій і органів державної влади ознаки: переважання певного стилю управління, домінування вузького кола принципів і методів менеджменту, схожість організаційної культури, комунікаційного процесу та реалізації загальних функцій менеджменту та інше.

В опрацьованих наукових джерелах ідентифіковані та характеризуються американський, англійський, ізраїльський, індійський, китайський, німецький,

російський, український, фінський, французький, шведський та японський менеджмент. Можна зазначити, що умовами стійкості та відомості національної системи менеджменту у світовому масштабі є наявність, з одного боку, наукового, а з другого, економічного результату. Відповідно національна система менеджменту стає визнаною за умови розробки теоретиками і практиками дієвих управлінських підходів, збільшення кількості наукових публікацій, наукових шкіл тощо, а також при зростанні національної економіки [2].

Характеристика національних систем менеджменту

Ознака для порівняння	США	Японія	Німеччина	Велика Британія	Швеція	Україна
Пріоритет працівника	Гроші	Особисте значення для компанії	Статус (посада)	Успіх та кар'єра	Статус (посада)	Гроші
Можливість кар'єрного зростання	Швидка (Можливість проявити себе)	Дуже повільно (Для підвищення необхідно багато років пропрацювати на компанію)	Швидка (Просування по службі залежить лише від кваліфікації працівника та його освіти)	Швидка (Можливість проявити себе)	Середня (Обумовлена особливим «статусом» працівника)	Середня (Обумовлена особливим «статусом» працівника)
Професійна компетентність	Професійні навички. Можливість навчання та отримання декількох спеціальностей	Вузька спеціалізація роботи.	Робота за спеціальністю.	Робота за спеціальністю.	Робота за спеціальністю.	Робота за спеціальністю.
Відношення працівника до організації	Можливість швидкої зміни місця роботи.	Відданість службі.	Можливість швидкої зміни місця роботи.	Можливість швидкої зміни місця роботи.	Робітники не часто змінюють місце роботи, оскільки мають майже однакові блага за свою роботу	Можливість швидкої зміни місця роботи. (на робітника можуть вплинути такі фактори як: відносини у колективі, заробітна плата, відношення керівництва.)
Корпоративна культура компанії	Мають колектив, спілкуються навіть за межами роботи	Спілкуються лише у межах офісу.	Спілкуються лише у межах офісу.	Спілкуються лише у межах офісу.	Спілкуються лише у межах офісу.	Мають колектив, спілкуються навіть за межами роботи.

Для порівняння автором розглянуто декілька систем національного менеджменту на підприємствах відповідних країн, а саме: американський, японський, німецький, британський, шведський та український у контексті їх головних відмінностей.

Американський менеджмент організацій характеризується своєю, історично обумовленою, ресурсною домінантністю та відкритими можливостями залучення людських ресурсів. Кожний амбітно-гідний працівник може отримати можливість реалізації свого людського потенціалу, підвищити кваліфікацію та опанувати додаткову спеціальність, при цьому враховуючи свої цілі та орієнтуючись на умови праці та її оплату.

Японський менеджмент має свої особливі характеристики. Не зважаючи на високу якість освіти, рівень кваліфікації, бажання та амбіції працівника, швидко отримати бажане підвищення – майже не можливо. За статистикою майже третина працівників знаходяться на своїй посаді більше десяти років і лише за тривалу вислугу компанії, віддану та продуктивну працю працівник отримує підвищення. Не зважаючи на це, японська система менеджменту є доволі ефективною, але головним фактором дієвості даної системи менеджменту залишається менталітет японської нації, який характеризується: відданістю, працьовитістю та бажанням досягти ідеального результату.

Німецький менеджмент, у свою чергу, характеризується взаємозв’язком освіти працівника, його амбітностей та результатами діяльності. За останні роки, все більшу увагу у даній системі почали приділяти технічній та спеціалізованій освіті. Оскільки запорукою якісної роботи вважається технічна освіта, працівники усіх рівнів постійно мають справу з новими технологіями виробництва та сучасною технікою, а маючи необхідний рівень кваліфікації, персонал набагато швидше адаптується та процес розвитку виробництва є стійким. Дана змога швидкої адаптації – є важливою позитивною характеристикою німецького національного менеджменту.

Менеджмент британський компаній характеризується своєю стабільністю та виокремлюється своєю систематичністю й традиційністю. Уся система

управління є ієрархічною та підпорядковується правилам. Для отримання роботи та підвищення, працівник має пройти декілька бюрократичних процедур й підтвердити своє бажання результатами. Головна увага віддається рівню кваліфікації та амбіціям працівника, адже, у даній системі, бажання кар'єрного зростання є запорукою продуктивної роботи.

Шведський менеджмент є прикладом управління у державі зі стабільною економікою, де працівник впевнений у своєму фінансовому та соціальному стані й приділяє більшу увагу своєму статусу у кар'єрі і у соціумі в цілому. Історичні особливості розвитку держави, дали їй можливість стабільного розвитку та узгодженості усіх систем управління. В цілому, економіка країни, одна з небагатьох країн світу, спирається на теоретичні аспекти розвитку, бо не має сильних деформацій ні в політиці, ні в економіці.

Характеризуючи кожну з національних систем управління персоналом, можна помітити, що кожна з них має свої історичні, географічні, політичні особливості розвитку. Саме тому важливо враховувати багато факторів внутрішнього і зовнішнього впливу. Система управління персоналом – є нестійкою системою, вона може і мусить змінюватися за багатьма факторами, такими як: плинність часу, культура, соціальні тенденції, економічний стан країни та інші. А такий змінний фактор як «національна диференціація» може суттєво вплинути на формування підприємством власної системи менеджменту. Враховуючи вже відомий досвід формування системи менеджменту певної країни чи нації: використання її досвіду, уникаючи помилок, синтезуючи з декількох систем одну – створює ідеальні умови побудови власної та унікальної для кожного підприємства системи управління персоналом.

При реалізації механізмів управління на підприємствах також треба враховувати цивілізаційні та державні відмінності бізнес середовища. Так в межах цивілізаційного підходу, вчені виділяють локальні цивілізації, які сформовані у часі та межах суспільства, постають цілісними системами та являють собою комплекс економічних, політичних та духовних підсистем окремих народів. А. С. Філипенко ґрунтовно виокремлює історичні аспекти

становлення цивілізаційного підходу та ідентифікує вісім окремих локальних цивілізацій за територіальною ознакою: західна, конфуціанська, ісламська, індуська, латиноамериканська, африканська, слов'янська, японська [3].

При ідентифікації цивілізаційних ознак слід також враховувати роль культури. Термін «культура», розглядається, як поєднання матеріальних та духовних цінностей, створених людством протягом його історії або рівень розвитку людства чи народу в окремий період. При цьому роботи С. Хантінгтона доводять, що концептуальне визначення характеру зв'язку між культурою та цивілізацією трансформувалося від абсолютно незалежного, до такого, що сама цивілізація визначається рівнем культури [4].

Таким чином, можна визначити, що на початок XXI ст. сформована комплексна теорія впливу на формування цивілізацій та культури, яка пояснює відмінності формування соціального середовища як на національному рівні, так і рівні корпоративної культури і відповідно обумовлює відмінні форми системи управління персоналом на конкретних підприємствах.

Література:

1. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг. // О.Б. Моргулець – К.: ЦУЛ С.- 2012 – 237
2. «Управління персоналом». Управлінсько-регуляторні аспекти розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації : моногр. / «Управління персоналом». – Д. : Вид-во «Управління персоналом», С.- 2012. – 460
3. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: історія / А. С. Філіпенко. К.: Либідь, 2008 - С. 35-46.
4. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. С.- – 603

Федотова Т. А., *к.е.н,*
доцент кафедри економіки та управління національним господарством
Богдан Ю. Д., *студентка*
Дніпровський національний університет ім. О.Гончара

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СТРУКТУРУ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

Посилення глобалізаційних процесів, виступаючи одним з головних чинників сучасного розвитку світового господарства, визначає вектор розвитку як міжнародних економічних відносин та конкретних економік країн, так і впливає на зміст та характер соціально-трудових відносин. Глобалізація представляє собою об'єктивний соціальний процес, змістом якого є зростаючі взаємозв'язок і взаємозалежність національних економік, національних політичних і соціальних систем, національних культур, а також взаємодії людини й навколишнього середовища [1].

Вплив глобалізаційних процесів на особливості зайнятості та тенденції розвитку ринку праці України можна спостерігати у різних напрямах: розвиток міграційних процесів, зміна структури зайнятості за галузевим спрямуванням та формами організації праці, дисбаланс між структурою робочої сили та робочих місць, зміна структури попиту на робочу силу.

Одним з найбільш суттєвих аспектів впливу глобалізаційних процесів на національний ринок праці є розвиток трудової міграції. Україна є однією з найбільших країн-донорів трудових ресурсів на міжнародний ринок та займає 5 місце в світі за кількістю емігрантів. За оцінками Центру економічної стратегії, в 2015-2017 роках на роботах за кордоном перебувало 4 млн українських громадян. (одночасно перебувало близько 2,5-2,7 млн українських громадян). Це приблизно 16% трудового населення країни. Основними країнами, до яких емігрують працівники залишаються Польща, Російська Федерація, Чеська Республіка, Італія та Білорусь. Саме на ці країни припадає близько 80% усіх короткострокових та довгострокових трудових мігрантів України.

Позитивними аспектами трудової міграції для України є грошові надходження-перекази трудових мігрантів до України, стимулювання інтеграції України до світового ринку праці, надання працездатному населенню можливості реалізувати власні здібності на іноземних підприємствах, кооперація з іноземними фахівцями та міжнародний обмін досвідом, зменшення безробіття. З іншого боку, трудова міграція впливає на зменшення населення в Україні, сприяє втраті працездатного населення та «відтоку» інтелектуального кадрового потенціалу, вивільнення робочих місць, зниження загальної кваліфікації персоналу, відтік іноземної валюти та ускладнення реадаптації працівників після повернення з заробітків.

Крім того, слід зазначати, що глобалізація спричиняє розвиток нетрадиційних форм зайнятості, зокрема: зайнятість на умовах неповного робочого часу, дистанційна зайнятість (з використанням комп'ютерних технологій), зайнятість на умовах строкових трудових договорів, тимчасова зайнятість (аутсорсинг), неформальна зайнятість (само зайнятість), вторинна зайнятість, незареєстрована зайнятість у формальному секторі (нелегальна праця) [2]. А з іншого боку, глобалізація впливає на галузеві зрушення у структурі зайнятості: зростає частка населення, що зайнята у сфері послуг, та знижується кількість працівників, зайнятих у сфері виробництва (зокрема, промисловості). Це пов'язано зі змінами у товарній структурі України, а також з рівнем заробітних плат (найвища заробітна плата у працівників транспортної сфери, фінансового секторі та IT, а найнижча – у сфері важкої промисловості та охорони здоров'я) [3].

Глобалізація спричиняє появу на ринку України представництв транснаціональних корпорацій, що залучують українських робітників на більш привабливих умовах відносно заробітної плати та рівня організації праці. З одного боку, це сприяє якісному розвитку кадрового потенціалу України, його компетентності та збільшенню податкових надходжень, а з іншого боку, ТНК залучають здебільшого некваліфіковану робочу сили на більш вигідних умовах,

і національні підприємства відчувають дефіцит кадрів (як некваліфікованої робочої сили, так і спеціалістів високого класу).

Також варто зазначити, що інтенсифікація глобалізаційних процесів спричиняє бажання робітниками знижувати рівень заробітних плат та витрат на покращення умов праці з метою підвищення конкурентоспроможності продукції через її собівартість.

Глобалізаційні процеси впливають також і на впровадження новітніх технологій у різних галузях виробництва, що сприяє автоматизації виробництва і відповідно скороченню робочих місць, тобто зростанню рівня безробіття і збільшенню витрат на виплату соціальної допомоги. Рівень безробіття, обчислений як відношення безробітного населення на числа економічно активного населення, склав 9,9 % у 2017 році [3]. У зоні ризику знаходяться малокваліфіковані співробітники, а на ринку праці з'являється попит на висококваліфікованих спеціалістів і більш жорстка конкуренція за робочі місця. Крім того, інтернаціоналізація дозволяє залучати висококваліфікованих спеціалістів з інших країн, що обмежує можливості українських спеціалістів на отримання цих посад (здебільшого управлінського характеру).

Звичайно, неможливо уникнути впливу глобалізаційних процесів, оскільки Україна є частиною інтегрованого світового простору, проте варто звернути увагу на вдосконалення державної політики у сфері регулювання соціально-трудових відносин: збільшення робочих місць та раціональне використання наявних, підвищення рівня заробітних плат та покращення умов праці для зменшення кількості емігрантів, залучення висококваліфікованих спеціалістів на національні підприємства на більш вигідних умовах, регулювання соціальної політики (соціальних пільг та компенсацій), вдосконалення міграційної політики (створення квот мігрантів), підвищення рівня кваліфікації і навчання працездатного населення.

Література:

1. Історія економіки та економічної думки : навч. посібник (модульний варіант) / Д. П. Богиня,. Н. М. Краус, О. В. Манжура та ін. – Хмельницький: ХНУ, 2010.
2. Аналіз впливу глобалізації на зайнятість населення в Україні / В. О. Гришкін, А. О. Сімахова, Ю. С. Перекопська // Проблеми економіки. - 2016. - № 3.
3. Основні показники ринку праці у 2000-2017 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/.html

Крикавський Є. В., *д.е.н.,*
завідувач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»
Косар Н. С., *к.е.н.,*
доцент кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»
Кузьо Н. Є.,
старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КОВБАСНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

М’ясопереробна галузь посідає важливе місце в економіці та харчовій промисловості України, а її продукти – у раціоні харчування людини. У структурі продовольчих товарів України частка м'яса копченого, солоного та ковбасних виробів складає близько 5%. У 2017 р. порівняно з 2011 р. споживання м'яса копченого, солоного та ковбасних виробів зросло на 60,88%, що обумовлене, насамперед, зростанням цін на ці товари через збільшення їх собівартості.

Кризові явища у тваринництві відобразилася й на роботі підприємств м’ясопереробної промисловості [1, с. 49], зокрема завантаження виробничих потужностей становить лише 15-40% від проектного. Серед м’ясних виробів в Україні на ковбаси припадає 70%. Протягом останніх 15 років місткість ринку ковбасних виробів зросла у два рази й досягла понад 7 млрд. грн. На купівлю ковбасних виробів споживачі в Україні витрачають в середньому 6,7% продовольчого бюджету [2]. Нерівномірною є динаміка обсягів виробництва виробів ковбасних, які у 2017 р. збільшилися порівняно з 2016 р. на 6,01 %, але

скоротилися на 8,86 % порівняно з 2003 р. По групі ковбаси значних коливань у обсягах виробництва не спостерігається, що не можна сказати про показники експорту та імпорту ковбасних виробів – рис. 1.

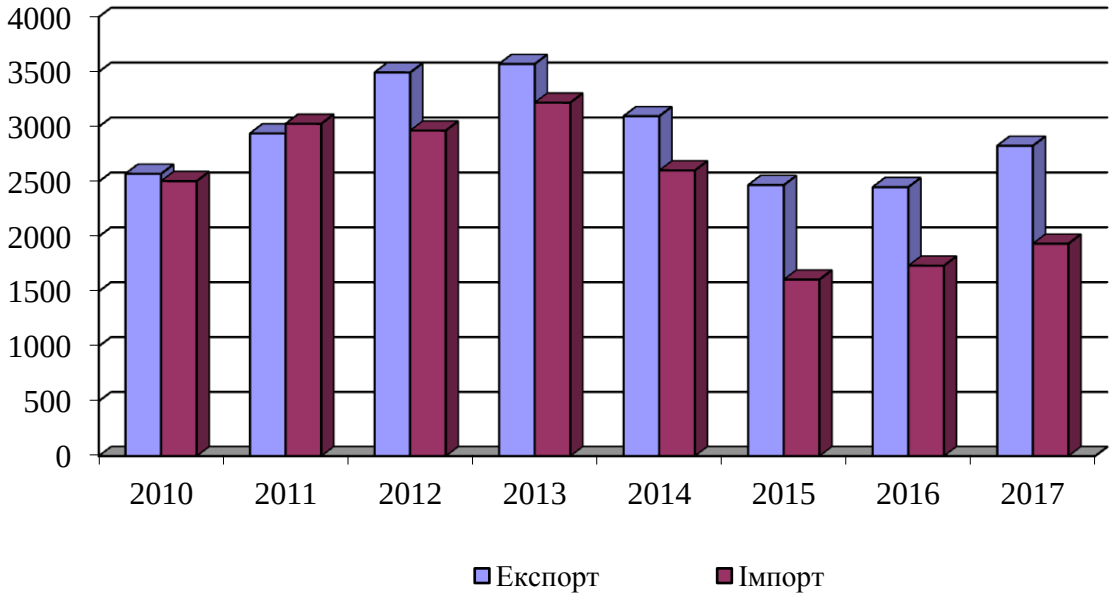


Рис. 1. Динаміка показників експорту та імпорту ковбасних виробів в Україні, млн. дол. США [2]

У 2017 р. Україна купувала ковбасні вироби лише у європейських країн, найбільшу кількість – в Іспанії. До найбільших імпортерів ковбаси в Україну належать також Італія, Німеччина, Польща та Франція [3]. У 2017 р. 50 % експортних поставок ковбасних виробів з України припадало на країни СНД, зокрема Азербайджан, Молдову та Росію (в останню близько 0,3% від загальних поставок даних продуктів на експорт). У країни Азії було поставлено близько припадало 35% від загальних поставок ковбасних виробів, насамперед Грузії.

Протягом січня-травня 2018 р. в Україні збільшилося виробництво ковбаси на 5,2% порівняно з аналогічним періодом 2017 р. [4], що свідчить про позитивні тенденції на ринку ковбасних виробів.

Основними тенденціями сучасної м’ясопереробної індустрії у світі є пропозиція екологічно безпечних продуктів, які характеризуються мінімальним

вмістом харчових добавок [5, с. 167]. Очевидно, що такі тенденції повинні враховувати і вітчизняні виробники ковбасних виробів.

До найбільших виробників ковбас в Україні належать такі м'ясокомбінати [6]: ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», м'ясна фабрика «Фаворит плюс», «АПК-Інвест», «Український бекон», «Даноша», м'ясокомбінат «Ятрань», «Нива Переяславщини», НВО «Глобинський свинокомплекс», Житомирський м'ясокомбінат, м'ясокомбінат «Ювілейний».

Останнім часом виникли багато виробників, що працюють у сегменті «крафтових» ковбас [7]. Це невеликі сімейні підприємства, що виробляють м'ясні вироби з використанням традиційних народних рецептів. У їх основі лежить якісна сировина та натуральні інгредієнти. Внаслідок цього продукція таких виробників завойовує увагу та довіру покупців. Великим м'ясоперобним підприємствам при наданні своїх пропозицій на ринку теж акцент слід робити на виробництві продукції з «домашнім смаком».

Література:

1. Гуржій Н. Г. Діагностика стану ринку продукції м'ясопереробної галузі України / Н. Г. Гуржій // Економіка та управління АПК. - 2014. - № 2. - С. 46-52.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org.
3. Хто нам лікарську: Украхїна імпортує ковбасу лише з Європи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://agroday.com.ua/2018/02/21/ukrayina-importuye-lyshe-kovbasu-lyshe-z-yevropy.
4. **Виробництво ковбаси збільшилося в Україні на 5%** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://market.korupciya.com/2018/06/24/virobnitstvo-kovbasi-v-ukrayini-zbilshilosya-na-5.
5. Баль-Прилипко Л.В. Сучасна біотехнологія м'ясних продуктів / Л.В. Баль-Прилипко // Вісник НТУ «ХПІ». - 2013. - №70(1043). - С. 161-168.
6. ТОП-10 виробників ковбас в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-virobnikiv-kovbas-v-ukraini.
7. Ковбасні ряди: про стан ринку знакового для українців продукту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/kolbasnye-ryady-o-sostoyanii-rynka-znakovogo-dlya-ukraincev-produkta.

Бараняк І. Є., *провідний інженер*,
відділу соціально-гуманітарного розвитку регіону
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І.Долішнього НАН України», м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ДЕМОГРАФІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

Систематичне скорочення темпів народжуваності, старіння населення призвели до загострення проблем пов'язаних з демографічним відтворенням і як наслідок до виникнення демографічних криз у низці європейських країн. Україна та Німеччина не стали осторонь цих подій, а тому в основному демонструють спільні тенденції розвитку в демографічному плані. Проте історична приналежність до держав з різними ідеологіями економічного розвитку наклали відбиток на демографічне відтворення населення обох держав. Користуючись офіційними даними Державної служби статистики України, німецького статистичного офісу та статистики Європейського Союзу, спробуємо дати порівняльну оцінку стану та тенденцій розвитку демопроцесів у цих державах.

Основним загальним абсолютним кількісним показником для оцінки відтворення населення виступає його чисельність. Аналіз динаміки значення даного показника за 1991-2016 рр. свідчить, що кількість мешканців України щорічно зменшувалася в середньому на 270 тис. осіб за рахунок від'ємного значення природного (-251 тис. осіб) та міграційного приросту (-19 тис. осіб) [1], тоді як у Німеччині – лише через низькі значення показників природного відтворення. Так, у Німеччині у 1991-2016 рр. кількість мешканців зменшувалася в середньому майже на 130 тис. осіб в рік за рахунок низьких значень природного відтворення, в той час як за рахунок механічного руху – навпаки зростала в середньому на 280 тис. осіб за рік [2]. Міграція в цій країні зіграла роль фактора головного стабілізатора чисельності населення та його

демовідтворювальної структури, зменшивши, таким чином, негативні наслідки демографічної кризи.

Кількість населення у Німеччині на противагу Україні за спостережуваний період зросла на 2,3 млн. осіб або 2,8% у 2016 році порівняно з 1991 роком, а в Україні – навпаки зменшилася приблизно на 7 млн. осіб або майже на 15%.

Глибина депопуляційних процесів в Україні набагато більша ніж у Німеччині. Швидкість скорочення чисельності мешканців України за рахунок від'ємного коефіцієнта природного приросту практично в 4 рази вища ніж у Німеччині.

Незважаючи на той факт, що кількість населення за останні 25 років в Німеччині практично не змінювалась в абсолютних вимірах, а в Україні – зменшилась, вікова структура мешканців обох країн зазнала значної деформації в бік його старіння. Для прикладу, у Німеччині аналіз зміни значення базових темпів приросту частки окремих вікових груп у загальній сукупності населення за 1991-2016 рр. (база=1991 рік) показав, що питома вага осіб у віці старшому за 70 років зросла у 2016 році порівняно з 1991 роком на 60%, а в Україні – більше ніж на 40%, при одночасному зменшенні частки дітей на майже 20% та 30% відповідно. Чисельність населення у економічно активному віці не мала сильного впливу на структурні зрушення.

В Україні, на перший погляд, позитивну динаміку щодо менш повільного зростання питомої ваги людей похилого віку у загальній структурі можна спростувати за рахунок високих показників смертності у працездатному віці та, як наслідок, низької середньої очікуваної тривалості життя. Так, у Німеччині на 2016 рік значення даного показника коливалося в межах 78,1 років для чоловіків та 83,6 років для жінок, в той час як в Україні – 66,8 років та 76,7 років відповідно.

Потенціал природного самовідтворення населення певної територіальної суспільної системи залежить від статевовікової структури її мешканців,

чисельності жінок у репродуктивному віці, демографічної поведінки населення та багатьох інших опосередкованих факторів.

Значне зменшення частки дітей у загальній віковій структурі свідчить про низьке значення головного репродуктивного індикатора – сумарного коефіцієнта народжуваності та зміни в демографічній поведінці. Як відомо, для нормального природного самовідтворення населення значення даного показника повинно коливатися в межах 2,1-2,2 дитини в стандартних умовах, а при значних деформаціях статевовікової структури – 2,3-2,4 дитини на одну жінку у фертильному віці. Натомість середні величини досліджуваного індикатора за період 1991-2016 рр. в обох країнах характеризувалися своїми тенденціями та всередньому заледве досягали позначки 1,35-1,36 дитини.

Сім’я зазнала значних трансформацій внаслідок зміни господарських формацій – переходу від аграрного до індустріального, а згодом – постіндустріального суспільства. За часів аграрної економіки сім’я відігравала роль виробничого колективу, була школою життя та інститутом соціального забезпечення, осередком дозвілля та задоволення сексуальних потреб, місцем соціально-психологічної розрядки. Традиційні сім’ї виконували різноманітні функції, вони забезпечували себе економічно, спряли соціалізації молоді, опікувалися старшими поколіннями та народжували стільки дітей (навіть за тогочасного рівня смертності), скільки було необхідно для фізичного виживання людства. Властиві минулому родинні цінності значно підсилювали репродуктивні мотиви, так як розмір сім’ї безпосередньо визначав її добробут та потужність з точки зору сімейного виробництва. Короткий період соціалізації дітей, їх активна участь у домашніх справах, у виробництві – заохочували до багатодітності, оскільки користь від дітей була набагато більшою за витрати. Сімейна економіка, влада родинних зв’язків, багатодітність, зв’язок із землею та пріоритет старших поколінь забезпечували у минулому стійкість сім’ї. Але згодом – за часів індустріалізації – сім’я втратила свої виробничі функції. Через особливості нових форм організації виробництва та праці члени сім’ї стали незалежними один від одного, а системи

соціального забезпечення мінімізували ризик знедоленої старості. Усе це призвело до того, що «…економічна цінність дітей стала не просто нульовою, а від'ємною величиною» [3].

Порівняно високі значення сумарного коефіцієнта народжуваності на початку 90-х років в Україні (1,78 в 1991 році, 1,68 в 1992 році) – результат згасаючого впливу політики колишнього Радянського Союзу. «Залізна завіса» між капіталістичними європейськими державами та Радянським Союзом перекриваючи людський, інформаційний, культурний обмін призвела до штучної консервації в розвитку демографічних процесів населення України та відставання від західноєвропейських тенденцій не лише в економічному, світоглядному плані, а також – в демографічному. Так, період початку демографічної кризи в Німеччині припав на початок 1970-х років, тоді як в Україні – лише через 20 років, в 1990-х роках XX століття. Очевидно, що відкриття кордонів та падіння штучних бар'єрів розвитку в країнах колишнього соціалістичного табору призвели до лавиноподібного та надшвидкого проникнення європейських цінностей та спровокувало виникнення глибоких та затяжних криз у різних її проявах. В II-ій половині 2000-х років показники демографічного розвитку дещо врівноважились, відставання скоротилось, проте все ще присутнє.

Фізичні можливості природного відтворення населення залежать від кількості жінок у репродуктивному віці. Аналіз зміни значень показника частки жінок у репродуктивному віці до загальної сукупності жіночого населення показав чіткі тенденції до поступового зменшення величини даного індикатора в обох країнах.

Проте починаючи з 2005 року стали доволі помітними, демонструючи стабільні тренди до зростання у старших вікових групах 30-34 років та 35-39 років (щорічно всередньому на 4% і 6% відповідно) та – до зменшення у молодших вікових групах до 20 років та 20-24 років (щорічно всередньому на 7% і 4% відповідно). Що стосується питомої ваги дітей народжених матерями у 25-29-річному віці, то можна помітити зміну тенденції стабільного зростання до

повільного зменшення у 2014-2016 рр. Очевидна така ситуація вподальшому збережеться і посилиться, нагадуючи загальноєвропейські тренди.

В Німеччині зміна структури народжуваності за віком матері в бік його старіння розпочалася в 70-х роках XX століття і в 1992-2015 рр. вже дійшла до завершальної фази трансформації. Аналіз зміни базових темпів приросту (1992 рік = базовий) показника частки дітей народжених жінками у розрізі основних вікових груп показав найбільше зростання (в 2,2 разу) питомої ваги народжень у одній з найстарших вікових груп 35-39 років. Такі результати розрахунків дозволяють зробити висновок, у молодших вікових групах потенціал, як до зростання, так і до зменшення деформації вікової структури народжуваності уже практично вичерпаний, а тому зміни незначні. Так, в 2015 році в ФРН кожна п'ята мама народила дитину у віці 35-39 років, тоді як в Україні – десята.

Результати компаративного аналізу дозволили підтвердили тезу, що проблема демографічного відтворення залишається актуальною в обох державах. Роль міграції у збереженні людського потенціалу в умовах посилення глобалізаційних процесів наростає та стає визначальним чинником подальшого демографічного розвитку. В Україні міграційна активність виступила основним дестабілізатором демографічної ситуації та погіршила показники відтворення населення. В той час як залучення мігрантів у ФРН дозволило зберегти кількісний склад населення на сталому рівні.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/.
2. Офіційний сайт Федерального статистичного офісу в Німеччині [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.destatis.de/DE/Startseite.html
3. Мельничук Д. П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.idss.org.ua/monografii/2015_Melnichuk.pdf

Періг Т. В., *магістр,*
Львівський інститут економіки і туризму
Безручко Л. С., *к.г.н.,*
доцент кафедри туризму та готельної справи,
Львівського інституту економіки і туризму

ТУРИЗМ У МІСТІ ЛЬВОВІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОДУ ІЗ КРИЗИ

В умовах економічної кризи, що сьогодні триває в Україні, актуальними є пошуки нових видів господарської діяльності, які дозволять пришвидшити економічних розвиток. Серед таких напрямів варто виокремити туризм. Особливо актуальним є розвиток туризму у міських поселеннях, які тривалий час (в радянський період) були штучно орієнтовані на непритаманні їм господарські цикли. Серед таких міст варто виокремити і Львів. Сьогодні місто Львів є найбільш динамічним, щодо туристичного освоєння в Україні.

Відмітимо, що туристичне освоєння міста активізувалось на початку 2000-х років. Проте, і до сьогодні немає точних досліджень, щодо розвитку цього процесу. Аналіз статистики туристичних прибуттів у місто вказує на постійну тенденцію зростання кількості відвідувачів міста. Зокрема, за даними Львівської міської ради у 2017 році місто відвідало близько 2.6 млн. осіб. На зростання кількості туристів у місті не вплинули навіть військово-політичні події 2014 року (рис. 1).

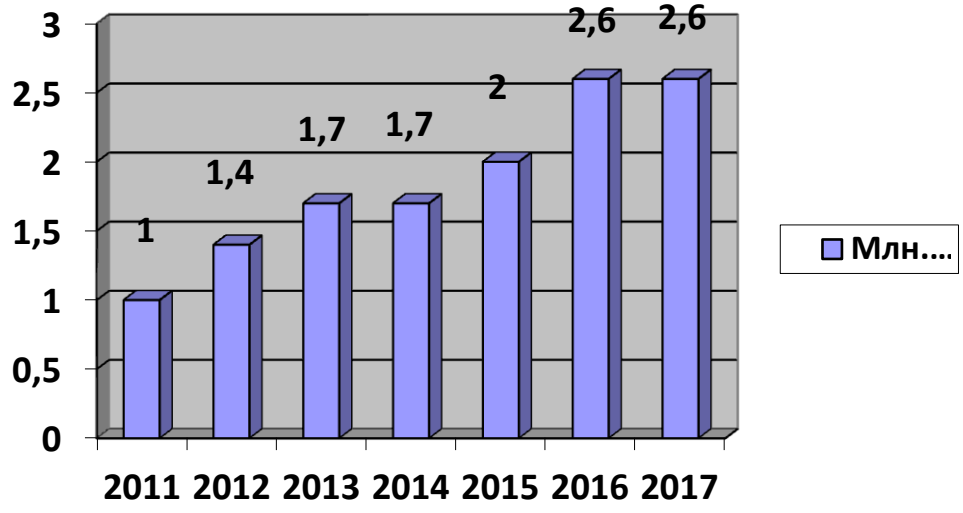


Рис. 1. Динаміка відвідувачів м. Львова протягом 2011-2017 рр. [2]

Попри значну кількість відвідувачів міста варто вказати, що засоби розміщення подають дещо занижені показники, щодо обслужених відвідувачів (рис. 2).

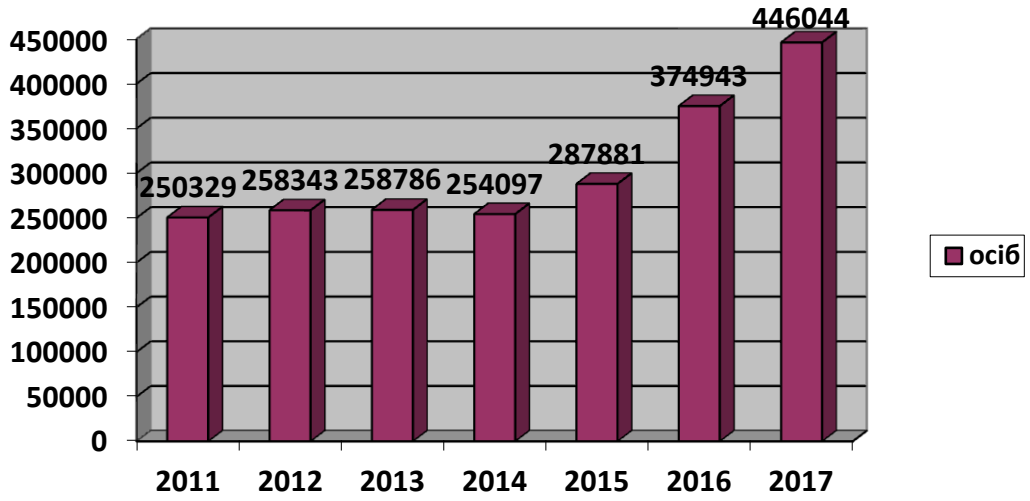


Рис. 2. Динаміка відвідувачів засобів розміщення м. Львова протягом 2011 – 2017 рр. [2]

Як бачимо з рисунка 2. тільки незначна частина відвідувачів міста зупиняється в готелях та аналогічних засобах розміщенні. Що, пояснюється або не достовірністю подання інформації в управління статистики, або пошуком туристами інших місць для розміщення (апартаменти, хостели, житло знайомих мешканців міста, тощо). Цікава ситуація у обслуговування готелями спостерігається і в 2014 році на що вказує падіння відвідувачів, що дещо суперечить з інформацією поданою Львівською міською радою (рис. 1.). Загалом, аналізуючи два попередніх рисунки, варто зауважити, що тільки близько 35 – 40 % відвідувачів міста зупиняються в готелях міста. Відмітимо, що значна частина відвідувачів зупиняється у прилеглих до міста готелях (це пояснюється більшою дишевизною), тому статистична інформація про них відноситься до суміжних адміністративних районів.

Львів є привабливим містом для іноземних туристів. Протягом останніх 10 років місто відвідали туристи із понад 100 країн світу [3].

У 2016 р. близько третини всіх туристів у Львові складали іноземні туристи, решту – туристи з інших міст та регіонів України. Згідно інформації

засобів розміщення міста кількість іноземних відвідувачів міста в динаміці протягом 2011-2017 років є строкатою (рис. 3.).

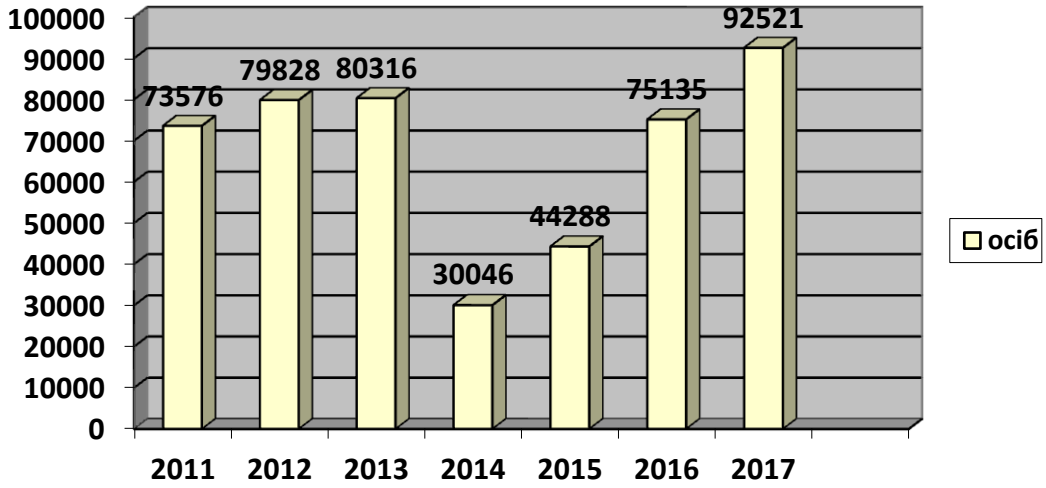


Рис. 3. Динаміка іноземних відвідувачів засобів розміщення м. Львова протягом 2011 – 2017 рр. [2]

Аналіз, відвідування іноземцями готелів міста вказує на зростання їх кількості до 2014 року. Після початку військової агресії Росії у місті спостерігався суттєвий спад іноземних відвідувачів. Зокрема, зменшення становило приблизно 50 тис. осіб у порівнянні з попереднім роком. Протягом 2015 -2016 року спостерігалось зростання кількості іноземних відвідувачів та повернення до воєнного рівня показників. Дані 2017 року (92,5 тис. осіб) вказують на зменшення остраху іноземцями, а також зростання зацікавленості до міста.

Ключовими ринками для Львова в останні роки є Польща, Туреччина, Німеччина, США, Білорусь.

Міський туризм є надзвичайно вигідним для міст, так, по Львову витрати одного туриста за період перебування у місті (дані 2016 р.) складають 120,60 євро, витрати на родину (двоє дорослих і діти) – 264,86 євро, при цьому іноземні гості традиційно залишають у місті більше коштів – 217,18 євро, а внутрішні туристи витрачаються менше – у середньому 136,01 євро [5].

Сума туристичного збору, що надходить до міського бюджету м. Львова, за останні 6 років зросла більше, як в 4 рази і в 2016-му склала 3 979 тис грн.

Для порівняння, у 2015 році надходження від сплати туристичного збору у м. Львів становили 2586,4 тис.грн. Щорічне зростання цієї цифри пов'язане з відкриттям нових та реконструкцією існуючих закладів розміщення, збільшенням вартості проживання і терміну перебування туристів у місті.

Щодо витрат туристів, то за даними дослідження, один турист у 2016 році у м. Львові в середньому витрачав 49 євро за день і 130 євро за весь пеірод перебування [4] (рис. 4).

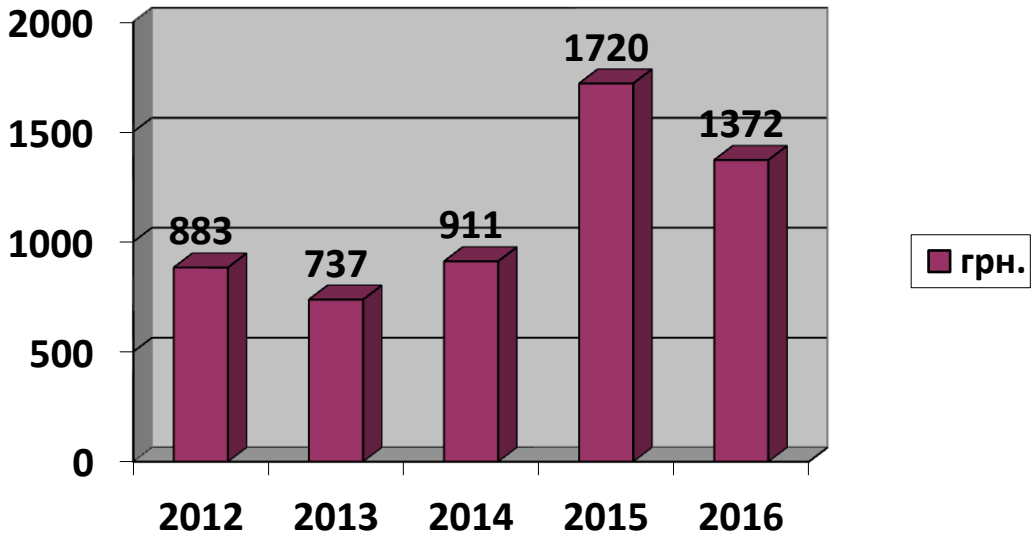


Рис. 4. Динаміка витрат одного туриста протягом дня у період 2012 – 2016 рр. [4]

Аналіз витрат туристів вказує на їх суттєве зростання в 2015 році, що пов'язане як з коливанням курсу валюта, так і суттєвими інфляційними процесами в країні. У 2016 році туристи залишили у м. Львові 361,4 млн. євро. Надходження в бюджет міста від галузі туризму у 2016 році сягнули 71 млн. грн. [4].

Сьогодні туризм у м. Львові став однією з основних статей доходів до бюджету, важливим фактором його економічного зростання та створення нових робочих місць. Лише у 2016 р. в обслуговуванні туристів було зайнято близько 100 тис. населення (13% населення міста) [5].

Зазначимо, що протягом 2011-2017 рр середні витрати туристів за один день та за весь період перебування помітно скоротилися. Це частково може бути пов'язано з погіршенням економічної ситуації в країні та збільшенням

частки внутрішніх туристів, які загалом витрачають менше коштів. Загальний обсяг коштів, витрачених туристами у Львові, склав у 2016 р. понад 400 млн. EUR і має тенденцію до збільшення [4].

Туризм у Львові є важливим джерелом податкових надходжень до бюджету. З даними ЛМР, протягом 2016 року до місцевого бюджету Львова надійшло 281137,91 тис грн. податкових надходжень від суб'єктів підприємницької діяльності, які працюють у галузі туризму [5].

Отже, сьогодні місто Львів є одним із найбільш розвинутих з точки зору туризму населених пунктів України. Туризм у містах може стати вдалим інструментом для зниження наслідків економічної кризи, завдяки стабільному наповненні бюджету та пришвидшенні розвитку міста.

Література:

1. Кучинська І.В. Сучасні тенденції розвитку міського туризму (на прикладі Львова) // І. Кучинська, М. Рондяк // «Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення» : [Текст] : Зб. матер. міжнар. наук.- практ. конф. (Львів, 23 березня 2017 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський державний інститут економіки і туризму. − Львів : ЛІЕТ, 2017. – С. 126 - 134.

2. Статистичний бюлетень: колективні засоби розміщення та туристична діяльність. Львівська область. – Львів, 2018 – 46 с.

3. Дані Львівського туристичного барометру [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м. Львова - Режим доступу: http://www.touristinfo.lviv.ua/ uk/b2b/Tourist%20barometr/

4. Дослідження ринку відпочинкових туристів у Львові_динаміка 2011-2016 [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м.Львова - Режим доступу: http://www.touristinfo.lviv.ua/uk/b2b/Marketing%20Surveys% 20Results

5. Звіт Львівського туристичного офісу 2016 [Електронний ресурс] // Центр розвитку туризму м.Львова - Режим доступу http://www.touristinfo.lviv.ua /uk/b2b/Presentations/

Ігнашкіна Т. Б., к.*е.н., доцент,*
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України, м. Дніпро
Губаренко Л. М., *ст. викладач*
кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України, м.Дніпро

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Побудова конкурентоспроможної, соціально-орієнтованої економіки держави значною мірою визначається наявністю та рівнем використання ресурсів виробництва, серед яких провідну роль грає ресурс живої праці, який науковцями трактується як персонал, трудовий ресурс, людський капітал тощо. Це обумовлює необхідність удосконалення та подальшого розвитку теоретико-методологічних та практичних питань функціонування та використання даного виду ресурсу.

Аналіз публікацій, пов'язаних з проблематикою трудового потенціалу підприємства, показав, що на сьогодні існує широкий спектр точок зору науковців стосовно сутності та методів оцінювання даного потенціалу, які, тим не менш, не надають однозначного їх вирішення. У своїй головній сутності наведені тлумачення принципово не різняться і наголошують на двох основних змістовних особливостях. По-перше, стверджується, що трудовий потенціал – це можливості працівників, що не викликає заперечень і цілком узгоджується із загальним тлумаченням категорії «потенціал». По-друге, зазначається, що ці можливості реалізуються за певних умов або ресурсного забезпечення. При цьому розуміються зазвичай виробничі умови.

З огляду на звуженість представлених у науковій літературі трактувань трудового потенціалу підприємства через недостатнє відбиття в них соціального аспекту, запропоновано розширену версію економічного змісту даної категорії з відповідною заміною її назви на «соціально-трудовий потенціал підприємства» (надалі СТПП). Таким чином, ***соціально-трудовий потенціал підприємства*** ми

розглядаємо як комплексну категорію, яка визначає наявні та майбутні можливості персоналу підприємства, відображає інтегральну сукупність кількісно-якісних характеристик працівника, його працездатності та соціально-економічних умов праці і гарантій, результатом чого є новостворені матеріальні та духовні цінності, високий рівень соціального партнерства.

Методичному інструментарію оцінювання потенціалу підприємства як такого і, зокрема, трудового потенціалу в науковій літературі приділяється особлива увага. Серед методів такої оцінки найчастіше називають: вартісний, виділяючи по аналогії з оцінкою вартості підприємства такі його різновиди, як витратний, дохідний (результативний), порівняльний (ринковий, аналоговий); інтегральний; експертний; графічний. Принципова сутність цих методів досить детально висвітлюється в наукових джерелах, присвячених цьому питанню [1].

Дослідження показали, що досить розповсюдженим серед теоретиків і практиків є інтегральний метод, представлений певним спектром його модифікацій, які відрізняються різним набором компонент та показників, що їх характеризують, підходами до вибору бази порівняння, врахуванням значущості окремих компонент і показників, алгоритму розрахунку агрегованого показника, шкали інтерпретації отриманих результатів. Приєднуючись до думки авторів – прихильників інтегральної оцінки, зауважимо, що перелічені методичні питання, притаманні даному методу, не мають єдиного вирішення. Це пояснюється, з одного боку, тим, що кожен науковець може мати власну обґрунтовану позицію щодо методики оцінки трудового потенціалу підприємства, з іншого боку, необхідністю врахування відмінностей об’єкта дослідження за видом і масштабом діяльності, стадією життєвого циклу, ступенем його самостійності та розвиненості внутрішньо-корпоративної культури і соціального партнерства, специфікою галузі, до якої цей об’єкт відноситься, наявністю вихідної інформації для проведення розрахунків тощо.

Систематизація і узагальнення сучасних поглядів наукової спільноти щодо побудови інтегральних моделей оцінювання трудового потенціалу підприємств дозволили надати власне бачення вирішення даної проблеми. При цьому

виходили з необхідності якомога повного відображення економічного змісту уточненої нами категорії «соціально-трудовий потенціал підприємства», охоплення методичних питань, які потребують вирішення при застосуванні даного підходу. У своєму сутнісному вимірі він містить наступні позиції: формування складу компонент СТПП; розробка системи часткових (одиничних) показників-індикаторів у межах кожної структурної компоненти; перетворення цих показників у відносні величини, тобто здійснення так званої процедури стандартизації (інакше – нормалізації); визначення вагомості кожної компоненти, кожного окремого показника; розрахунок групового (комплексного) показника по кожній складовій СТПП за обраною формулою згортки; обчислення інтегрального показника СТПП за обраним алгоритмом; інтерпретація отриманої узагальнюючої оцінки за певною шкалою.

Склад компонент СТПП за їх кількістю та змістовною наповненістю обґрунтовано в [2, с. 275] та представлено на рис. 1.

Рис. 1. Структура соціально-трудового потенціалу підприємства

Формування системи конкретних показників-індикаторів у межах кожної компоненти здійснено, виходячи з певних вимог, як то: максимальна відповідність змісту та назві тієї чи іншої компоненти; включення переважно кількісних показників (задля зниження впливу суб’єктивного фактору) та таких, що слабко корелюють між собою; орієнтація на традиційні показники, які широко застосовуються в економічній теорії і практиці та мають

загальноприйняті алгоритми розрахунку; врахування техніко-технологічних, організаційно-управлінських та фінансово-економічних особливостей діяльності конкретного об’єкта дослідження.

Винятком зі сформульованих вимог є складова «якість персоналу», характеристиками якої, на наш погляд, є стаж роботи, освіта, досвід, середній вік, стан здоров’я, інтелектуальний рівень тощо. Не заперечуючи важливості кожної з перелічених характеристик, вважаємо, що вони, по-перше, повинні комплексно враховуватись ще на стадії прийому особи на роботу, виходячи з кваліфікаційних вимог; по-друге, у процесі діяльності активний вплив менеджменту підприємств, маючи на увазі прийняття результативних управлінських рішень, є обмеженим. Тому вважаємо припустимим оцінювати дану складову експертним методом. Аналогічні міркування, а також відсутність можливості проведення опитування широкого кола працівників підприємства покладені нами і в основу вибору зазначеного методу для оцінки рівня вмотивованості та задоволення працівників умовами праці (одна з характеристик складової «стан та розвиток соціального діалогу»).

З урахуванням викладених аргументів за кожною складовою сформовано відповідну систему кількісно-якісних параметрів (показників) [3]. З метою приведення відібраних одиничних показників до єдиного масштабу обрано підхід, згідно з яким фактичне його значення ділиться на найкраще (максимальне – для показників-стимуляторів, мінімальне – для показників-дестимуляторів).

Стосовно вагомості окремих компонент та окремих показників СТПП прийнято варіант, згідно з яким експертним шляхом вона встановлюється тільки для компонент, що пояснюється прагненням не обтяжувати інтегральну модель суб’єктивними оцінками. При цьому застосовано добре відомий фахівцям спосіб упорядкування та попарного порівняння параметрів.

Агрегування відносних часткових характеристик для отримання сукупного результату за кожною складовою СТПП здійснено за формулою середньої арифметичної простої, зважаючи на прийняту однакову їх вагомість. Для

визначення комплексної оцінки СТПП прийнято формулу багатовимірної середньої, яка враховує вагомість окремих компонент. У розгорнутому вигляді алгоритм розрахунку інтегрального показника виглядає наступним чином:

$$СТПП = ЯП \times a_{ЯП} + CIP \times a_{CIP} + СРСД \times a_{СРСД} + HP \times a_{HP} + BE \times a_{BE},$$

де: *ЯП, CIP, СРСД, HP, BE* – компоненти СТПП: якість персоналу, стабільність та інтенсивність руху, стан та розвиток соціального діалогу, навчання та розвиток, вартість та ефективність, коеф.;

$a_{ЯП}, a_{CIP}, a_{СРСД}, a_{HP}, a_{BE}$ – частка відповідних компонент СТПП.

Викладені методичні підходи використано для розрахунку інтегрального показника СТПП в умовах ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ».

Проведене дослідження дало змогу констатувати, що сьогодні існує широкий спектр точок зору науковців стосовно сутності та методів оцінювання трудового потенціалу підприємства. Систематизація і узагальнення наукової думки дозволили надати авторське бачення економічного змісту категорії «соціально-трудовий потенціал підприємства» та методичного підходу до його оцінювання.

Література:

1. Гончарук О.В. Особливості визначення економічного потенціалу коксохімічних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 18. С. 64-68. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2015/15.pdf.
2. Ігнашкіна Т.Б.. Устимчук С.О. Щодо методичного інструментарію оцінки трудового потенціалу підприємства. Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії і практики: Матеріали п’ятої міжнар. наук.-практ. конф. (15-16 вересня 2016 року). Одеса: Атлант, 2016. С. 274-275.
3. Ігнашкіна Т.Б., Романовський І.Г., Губаренко Л.М. Проблематика оцінювання соціально-трудового потенціалу промислового підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. №15. С. 80-88. URL: http://www.market-infr.od.ua/uk/15-2018.

Синюра-Ростун Н. Р., *к.е.н.*
молодший науковий співробітник сектору просторового розвитку
ДУ «ІРД ім. М.І. Долішнього НАН України»

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПОЛІТИКИ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Реформа децентралізації надала органам місцевого самоврядування можливість самостійно визначати та формувати освітню політику на своїй території. Відтак органи місцевого самоврядування, зокрема в ОТГ (об'єднаних територіальних громадах), самостійно визначають основні вектори розвитку системи освіти, які зокрема можна розділити на два основних блоки:

1. обов'язкові – забезпечення доступності якісної початкової освіти за місцем проживання, зокрема у сільських поселеннях; забезпечення належного функціонування закладів освіти на своїй території для здобуття учнями якісної загальної середньої освіти незалежно від місця проживання;

2. додаткові – включають можливості для формування власної освітньої політики, тобто формування стратегії (плану) розвитку освіти на території ОТГ, створення власних органів управління освітою, створення опорних шкіл, розвиток громадсько-державного партнерства у сфері освіти, надання широкої автономії закладам освіти, пошук додаткових джерел фінансування для реалізації освітніх проектів тощо.

Станом на 2018 р. на території Львівської області створено 40 ОТГ, з яких 35 ОТГ прийняли у комунальну власність заклади освіти, що розміщенні на їх території (загальна кількість 201 заклад освіти) [1].

За станом формування локальної освітньої політики ОТГ можна розділити на кілька груп:

- ОТГ, які мають розроблені та затверджені стратегії (плани) розвитку сфери освіти;
- ОТГ, які мають розроблені та затверджені стратегії (план) розвитку ОТГ із виокремленням напрямів розвитку сфери освіти;

- ОТГ, які працюють над розробленням стратегічного бачення розвитку своєї території та сектору освіти, зокрема;
- ОТГ, щойно створені, які ще не мають сформованого стратегічного бачення розвитку території;

Наразі громади, у своїй більшості, не володіють стратегічним баченням місця і ролі освіти у їх соціально-економічному та культурному розвитку, що зумовлено тривалим періодом стагнації у цій сфері. Відтак жодна ОТГ не має розробленої та затвердженої стратегії розвитку освіти. Іншим аспектом є незнання методологічної бази створення стратегії розвитку. Відтак, із отриманням повноважень ОМС (органи місцевого самоврядування) отримали низку проблем, які потребують першочергового вирішення, зокрема незадовільний стан матеріального забезпечення закладів освіти, зменшення кількості дітей, що спричиняє мало комплектність закладів освіти, зростання вартості утримання закладів. Орієнтація на вирішення цих проблем підтверджується при аналізі планів та стратегій розвитку громад.

Позитивним є той факт, що Львівський центр розвитку місцевого самоврядування за підтримки Програми «ULEAD з Європою», Мінрегіону України і департаменту освіти ЛОДА проводили навчання керівники відділів освіти 35 об'єднаних територіальних громад області [2] щодо розробки стратегії розвитку освіти в умовах децентралізації.

У другу групу можна виділити ОТГ, мають розроблені та затверджені стратегії (план) розвитку ОТГ із виокремленням напряму розвитку сфери освіти. На Львівщині до таких можна віднести 9 ОТГ Заболотцівську, Великолюбінську, Ходорівську, Жовтанецьку, Тростянецьку, Давидівську, Новоміську, Нижанковицьку, Воле-Баранецьку. У планах або стратегіях розвитку цих ОТГ розвиток сфери освіти найчастіше передбачає покращення основних блоків показників:

І. Розширення мережі – наприклад будівництво навчального дитячого закладу (ясел-садочку) на 150 місць у Великолюбінській ОТГ, добудова нової школи у Гніздичівській ОТГ;

II. Матеріально-технічне забезпечення закладів освіти, яке можна розділити теж на кілька блоків:

1) капітальні ремонти та реконструкція закладів освіти (Великолюбінська, Жовтанецька ОТГ – капітальний ремонт ДЗО, ремонт фасаду школи тощо);

2) енергозбереження та тепломодернізація − Жовтанецька ОТГ(проведення енергозберігаючих заходів в школах с. Жовтанці та с.Велике-Колодно, заміна вікон та ремонт фасаду, реконструкція системи опалення);

3) закупівля обладнання для харчоблоків (Жовтанецька ОТГ);

4) комп'ютеризація сільських шкіл та підключення до глобальної мережі Інтернет (Тростянецька громада).

III. Забезпечення транспортної доступності закладів освіти- забезпечення гарантованого і безпечного підвозу учнів і вчителів до шкіл та в зворотному напрямі шляхом реалізації державної програми «Шкільний автобус» (Тростянецька громада).

IV. Залучення додаткових коштів до фінансування закладів освіти − пошук *альтернативних джерел* (Тростянецька ОТГ);

VI. Розвиток інфраструктурного забезпечення (Тростянецька ОТГ).

Проблеми, які усвідомлюють у громадах та які потребуватимуть вирішення для забезпечення якісної освіти:

1. Усвідомлення місця і ролі якісної освіти у ефективній самореалізації молоді на сучасному ринку праці (Заболотцівська ОТГ).

2. Необхідність здійснення оптимізації мережі (мала кількість учнів, високі витрати на утримання приміщень).

3. Відсутність спортивної інфраструктури (спортивні зали розташовані в пристосованих приміщеннях (Заболотцівська ОТГ).

4. Нестача кадрів – наприклад у Заболотцівській ОТГ 25% вчителів доїжджають з Бродів.

Важливими кроками, що забезпечать ефективний розвиток системи освіти в ОТГ є: створення органів управління освітою, створення опорних шкіл, здійснення моніторингу функціонування закладів освіти, пошук

альтернативних джерел фінансування системи освіти, розвиток широкої автономії закладів освіти.

Важливою передумовою створення ефективної освітньої системи у межах ОТГ є формування власних органів управління освітою. Таку можливість надає ОМС Закон України «Про освіту». На даному етапі у вирішенні цього питання ОМС зіткнулися із певними проблемами, серед яких:

1. Відсутність розуміння функціонального наповнення новостворених органів управління освітою в ОТГ. ОМС намагаються зробити технічне дублювання функцій районних органів управління освітою, при цьому не використовуючи найбільш ефективний ресурс для створення ефективної системи освіти на своїй території – надання повної автономії на найнижчий рівень (навчальні заклади).

2. Зміна ролі і функцій обласних управлінь освітою та їх вплив на органи управління ОТГ теж не переформатована на безпосередньо визначені законом завдання (консультування, підтримка та допомога). Наразі обласне управління виконує більше контролюючу функцію. Наприклад, Департамент освіти і науки Львівської облдержадміністрації зобов'язав керівників ОТГ до 28 лютого 2017 року створити на веб-сайтах ОТГ окремим пунктом меню «Освіта». Було надано певні безкоштовні варіанти (http://ru.simplesite.com/default.aspx, http://ru.wix.com/website/templates, https://thehost.ua/hosting/plans) та сторінок у соціальних мережах (FACEBOOK, TWITTER по прикладу ЛОДА) [3] із зобов'язання обов'язкового звітування про виконання поставленого завдання. При цьому не зрозуміло, чи проводилось навчання відповідальних виконавців та можна було отримати необхідну консультативну допомогу з цього питання в контролюючих органах. Відповідно якість виконання поставленого завдання є низькою, а наповнення відповідних сторінок на сайтах ОТГ не є інформативним.

3. Відсутність чіткого бачення необхідності розвитку позашкільної освіти. Якщо на дошкільну та шкільну освіту акцент робиться майже у всіх ОТГ де є функціонуючі заклади освіти, то важливість позашкільної освіти та

освіти впродовж життя часто нівелюється, через фінансову неспроможність, відсутність комплексного стратегічного бачення розвитку системи освіти на свої території тощо.

Література:

1. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. Станом на 10.09.2018 р. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. 60 с. – с. 33-35.
2. Освітяни ОТГ Львівщини працювали над стратегією розвитку освіти. URL: http://lgdc.org.ua/branch/12/osvityany-otg-lvivshchyny-pracyuvaly-nad-strategiyeyu-rozvytku-osvity.
3. Листа ДОН ЛОДА від 15.12.14 №01-08/3392 «Щодо дотримання єдиних основних вимог розповсюдження освітнього інформування». URL: http://osvitportal.lviv.ua/departament_osvity_i_nauky_54d233f566ca6.

Рутинський М. Й., *к.г.н.,*
доцент кафедри теорії і практики туризму,
Земба Н. Р., Гринаш С. В., *магістри*
Львівський інститут економіки і туризму

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ ПРОМОЦІЇ ТУРИЗМУ

Проекти українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері промоції туризму реалізуються на трьох рівнях:

- міждержавного партнерства (наприклад, «Програма транскордонного співробітництва «Польща-Білорусь-Україна» тощо),
- міжрегіонального транскордонного співробітництва (реалізуються у рамках функціонування Карпатського Єврорегіону та Єврорегіону „Буг”),
- проектів міжобласного, міжміського та локального форматів українсько-польського транскордонного співробітництва.

На рівні міждержавного партнерства створена й ефективно функціонує українсько-польська Міжурядова Координаційна Рада з питань

міжрегіонального співробітництва (МКРМС). У своїй діяльності МКРМС керується міжурядовим документом – Програмою добросусідства “Польща-Білорусь-Україна”. Програма транскордонного співробітництва “Польща-Білорусь-Україна” підтримує процеси розвитку на прикордонній території названих країн шляхом фінансування різноманітних проектів [3]. Від України МКРМС очолює заступник Міністра закордонних справ України. Рівнозначний статус співочільника має затупник державного секретаря Міністерства внутрішніх справ і адміністрації Польщі. Згідно зі Статутом МКРМС цей орган координує українсько-польське міжрегіональне співробітництво, визначає загальні напрямки і головні принципи його розвитку, надає компетентним установам України та Польщі пропозиції з цих питань, розроблює спільні програми діяльності, спрямовані на розвиток співпраці між керівництвом регіональних і місцевих державних адміністрацій та органами [5].

Наукове забезпечення державної політики українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму в Україні здійснює Науковий центр розвитку туризму, Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України (http://www.niss.gov.ua), Інститут транскордонного співробітництва (http://www.instc.net), Інститут транскордонного співробітництва та європейської інтеграції (http://icci.com.ua) та інші установи.

Суб’єктним партнером (виконавцем) міждержавних проектів українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму від України є, як правило, Туристична асоціація України (http://tau.org.ua) та Департамент туризму та курортів при Міністерстві Економічного Розвитку і Торгівлі України (http://www.me.gov.ua). У структурі останнього, зокрема, функціонує окремий Відділ міжнародного співробітництва та виставкової діяльності. Його основними функціями є:

1) підготовка та реалізація міжнародного співробітництва у сфері туризму,

2) реалізація програми промоції українського туристичного бренду та туристичного продукту засобами виставкової діяльності.

На рівні міжрегіонального транскордонного співробітництва координацію ряду стратегічних проектів розвитку туризму покладено на робочі Комісії з питань розвитку туризму Єврорегіону “Буг” та Карпатського Єврорегіону. Результати діяльності цих комісій у рамках співпраці єврорегіонів достатньо детально висвітлені в мас-медіа, прес-релізах та науковій літературі. Зокрема, у царині промоції, найбільших успіхів (стратегічного прориву) було досягнуто упродовж 2007-2013 рр. у ході реалізації цільового промоційного проекту «Спільна промоція туристичних можливостей та культурно-історичної спадщини Львівської області, Підкарпатського і Люблінського воєводств», при підтримці міжурядової програми Транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна. Реальне пожвавлення прикордонного туристичного руху забезпечила реалізація програми **“**Подорожуй відповідально”, яку реалізовувала з українського боку ГО “Європа без бар’єрів”. Подальша агресія РФ та ескалація українсько-російського збройного конфлікту дещо девальвували досягнуті успіхи проекту. Однак, тривкий фундамент закладено, і реалізація нових проектів у царині туризму триває.

За останні роки найбільший ефект дають низові або локально-цільові проекти українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері промоції туризму, що координуються відповідними органами місцевої влади та громадськими організаціями-партнерами на місцях. У цьому контексті доречним є вивчення та інформаційна популяризація досвіду заходів із промоції туризму, що реалізуються під егідою Львівської ОДА та Львівської міської ради.

Проект «Спільна промоція туристичних можливостей та культурно-історичної спадщини Львівської області, Підкарпатського і Люблінського воєводств» є парасольковим, тобто координуючим для цілої низки конкретно-цільових мікропроектів. Зокрема, безпосередніми учасниками-партнерами в реалізації цих мікропроектів у рамках парасольського проекту українсько-польського транскордонного співробітництва за останні роки були: Львівське представництво Асоціації міст України, Міжгмінний союз «Вісльок», ЛАРТ,

Туристично-краєзнавче товариство, Організація розвитку молодіжного туризму, органи місцевого самоврядування та інші ГО.

Чільним суб'єктним партнером міста у царині промоції його туристичного потенціалу є Львівська асоціація розвитку туризму (ЛАРТ). Членами асоціації є 65 юридичних осіб (туристичні фірми, готелі, музеї, громадські організації), безпосередньо дотичних до творення туристичного середовища міста. За останні роки ЛАРТ реалізувала 18 міжнародних туристичних проектів. Зусиллями її працівників промоція та розвиток в'їзного туризму нині вийшли на якісно новий організаційний рівень українсько-польського транскордонного співробітництва.

Діяльність Львівської ОДА в царині промоції туристичного потенціалу регіону координує управління туризму та курортів ОДА. За даними начальника управління Наталії Табаки лише впродовж 2017 – листопада 2018 рр. промоцію туристичного потенціалу Львівщини в рамках українсько-польського транскордонного співробітництва здійснено шляхом представництва курортного й туристичного бізнесу регіону на понад 20 міжнародних виставках і туристичних ярмарках у різних містах Польщі. Серед них: презентація Львівщини на престижних туристичних виставках у Варшаві, Гданську, Ряшеві, Катовіце та ін. [4].

Туристичний стенд Львівщини за підсумками X Форуму «Європа-Україна» (Ряшів 2017) отримав відзнаку за найкраще представлення серед регіонів України та Польщі.

Інформаційним проривом для українського туризму польські медіа визнали результативність участі Львівщини на виставці на Міжнародній виставці «WorldTravelShow2017» (Варшава, 20 – 22 жовтня 2017 р.) [4]. Учасниками цієї виставки були компанії з 50 країн світу (міжнародні туроператори, готельні бренди, авіакомпанії та ін.). Зі стендом «Львівщина» за три дні мали змогу ознайомитися близько 20 тисяч відвідувачів.

У 2018 р. найбільший медіа-резонанс, а відтак, зацікавлення бізнес-структур країн ЄС, туристична галузь Львівщини отримала завдяки широкому

представництву на престижній міжнародній виставці «GLOBALnie International Tourism Fair» в м. Катовіце, де загалом брало участь понад 200 учасників з Польщі та з за кордону, а відвідало близько 8 тисяч візитерів з 68 країн світу.

Підсумовуючи, зазначимо, що формат українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері промоції туризму засобами виставкової комунікації місцевих влад, громадських і бізнес-структур є на сьогодні найефективнішим інструментом для налагодження партнерських відносин між українськими та польськими (а також міжнародними) компаніями, що активізує залучення грантів і прямих інвестицій, сприяє виходу українських підприємств сфери туризму на нові ринки, є дієвим механізмом міжнародної презентації нових туристичних продуктів України.

Література:

1. Буковецький М. Прикордонне співробітництво між країнами Центральної Європи // Будівництво нової Європи: прикордонне співробітництво у Центральній Європі / За ред. д-ра В. Гудака - Ужгород: Закарпаття, 2006. - С. 105-111.

2. Європейська Рамкова Конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями. - Рада Європи. - Українська правнича фундація. 1999. – 33 с.

3. «Програма транскордонного співробітництва «Польща-Білорусь-Україна» – Режим доступу: http://www.pl-by-ua.eu/ua

4. Табака Н. Туристичний потенціал Львівщини представили на 14 виставкових заходах в Україні та за кордоном. – Режим доступу: https://loda.gov.ua/news?id=34990

5. Транскордонне співробітництво України: стан. проблеми, перспективи: кол. моногорафія. – Ужгород, 2012. – 520 с.

Левицька О. О., *к.е.н.,*
старший науковий співробітник відділу соціально-гуманітарного розвитку регіону,
ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України", м. Львів;
доцент кафедри менеджменту організацій,
Львівський інститут ПрАТ "ВНЗ "МАУП"
Махонюк О. В.
провідний інженер відділу соціально-гуманітарного розвитку регіону,
ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України", м. Львів

ПРОБЛЕМИ НАУКОВО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ РИНКУ МІГРАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Міграційні процеси сьогодні стали одним із визначальних факторів розвитку держав, спроможним стабілізувати або, навпаки, загострювати соціально-економічні проблеми суспільства. Масштаби і характер міграційних процесів, рівно як і особливості їх регулювання, детермінують специфічну систему відносин. Мова йде про відносини у сфері міграції населення, тобто про складну суспільну систему міграційно-правових, соціально-трудових, логістичних, фінансових та інших зв'язків, котрі виникають на ринку міграційних послуг. По суті, зазначений тип ринку обслуговує систему міграційних відносин і перерозподіляє міграційні ресурси (соціально-демографічні, трудові, фінансові, комунікаційні, інформаційні і т.д.) в конкретних часових і просторових межах.

У спеціальній науковій літературі поняття "ринок міграційних послуг" з'явилося порівняно недавно. Одними з перших цю категорію почали розглядати російські учені (Г. П'ядухов, Н. Мухаметшина, В. Волох та ін.). Так, зокрема, ринок міграційних послуг трактується як специфічний сегмент ринку праці, де основним об'єктом дослідження виступає послуга рекрутингу та міграції, а суб'єктом – фізичні та юридичні особи, а також державні установи, які надають зазначені послуги [2]. Такий підхід виявився досить вузьким,

оскільки конкуренція між суб'єктами ринку міграційних послуг зав’язувалась на послугах із залучення трудових мігрантів, та не передбачав охоплення всіх можливих видів міграції. З іншого боку, в іноземній та вітчизняній науковій літературі цей підхід виявився єдиним, який розглядав поняття ринку міграційних послуг із позиції динамічності та цілісності його сприйняття. Виходячи із сутнісного наповнення поняття “міграційна послуга”, а також наукового трактування ринку послуг у системі категорій економічної теорії, нами запропоновано власні дефініції. Так, зокрема, під *міграційними послугами* слід розуміти послуги, споживання яких є необхідною або основною передумовою позитивного здійснення індивідом міграційного процесу на всіх його стадіях. Міграційні послуги є первинною товарною одиницею на ринку міграційних послуг та характеризують платну діяльність, яку здійснює один суб’єкт в інтересах іншого. Водночас, *ринок міграційних послуг* – це система економічних відносин з приводу задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних з уможливленням та/або покращенням умов здійснення міграції та супутніх з міграцією процесів.

Дослідження ринку міграційних послуг та його підсистем вимагає застосування різноманітних наукових підходів (зокрема системного) та методів, а також розробки чітких критеріїв оцінювання зазначеного ринку на основі достовірної і репрезентативної інформації. Системний підхід дозволяє представити ринок міграційних послуг та відносини, що виникають на ньому, як поліструктурний комплекс, котрий є, водночас, основою формування територіальних міграційних систем. Останні є складними просторовими утвореннями, в основі яких лежать міграційні процеси, що функціонують на основі усталених міграційних потоків (переміщень) та забезпечуються діяльністю формальних і неформальних інститутів. У свою чергу, діяльність цих інститутів спрямована на задоволення особистісних, соціальних та державних інтересів. Відтак ринок міграційних послуг є складовою

територіальних міграційних систем, а відповідна теорія[1], котра розглядає стійкі міграційні потоки як єдину систему, є основоположною в дослідженні зазначених ринків.

Складність аналізу ринку міграційних послуг полягає насамперед в нестачі такого досвіду як у вітчизняній, так і міжнародній науці та практиці. Більше того, сам ринок є динамічною внутрішньо структурованою системою з численними елементами, зв'язками, функціями, яка розвивається за своїми законами. Критеріями виділення цієї системи є як економічні, так і інші (геопростові, екістичні, адміністративно-дозвільні) обмеження. При цьому економічну суть ринку міграційних послуг становить підсистема відносин попиту та пропозиції міграційних послуг ("виробництво", обмін і споживання). У такому контексті, алгоритм дослідження ринку міграційних послуг може включати наступні складові:

1. Аналіз *обсягу (місткості)* ринку міграційних послуг в межах конкретної території (вимірюється у грошовому або натуральному еквіваленті), зокрема в частині: наданих міграційних послуг населенню за певний період часу (реальна місткість); міграційних послуг, які можуть бути потенційно надані (потенційна місткість).

2. Вивчення *структури* ринку в розрізі: видів міграційних та супутніх послуг (асортиментна структура); груп населення, котрі є споживачами цих послуг (наприклад, структура попиту за типами мігрантів); типів суб'єктів ринку, які виступають надавачами послуг (структура пропозиції, частка окремих суб'єктів у сукупній пропозиції, частка "тіньового" ринку); територіального розподілу суб'єктів ринку та їх послуг (просторова структура).

3. Дослідження *попиту* та *пропозиції* на ринку міграційних послуг, а саме: величини поточного ринкового попиту як кількості спожитих населенням міграційних послуг за аналізований період, помноженої на середню ціну

[1] Основоположника теорії міграційних систем достатньо складно виокремити, проте найбільш актуальними є праці зарубіжних дослідників, які розвинули цю теорію на макрорівні – П. Левіт, Дж. Фоусет, Д. Гурак, М. Кріц, Л. Лім, О. Бейквел та ін. Згідно з їхнім трактуванням, міграційні системи складаються з країн (або регіонів певних країн), між якими відбувається відносно чисельний обмін мігрантів, а сама міграція змінює соціально-економічні, культурні та інституційні умови країн-походження та країн-призначення, тобто впливає на загальний простір (регіон), у межах якого відбувається міграційний процес [3, с. 24].

послуги (причому верхня межа попиту – це місткість ринку міграційних послуг); величини поточної ринкової пропозиції як кількості наданих населенню міграційних послуг за аналізований період, помноженої на середню ціну послуги; еластичності попиту/пропозиції – міри реагування ринкового попиту/пропозиції на зміну незалежного фактора (наприклад, ціни, якості, обслуговування, ресурсного забезпечення); причин формування попиту та пропозиції на ринку міграційних послуг, поведінкових факторів (мотивації і поведінки споживачів та надавачів послуг); співвідношення попиту і пропозиції на ринку міграційних послуг (ринкової кон'юнктури).

4. Аналіз *міграційної послуги* в розрізі: ціни на послугу (фактичний рівень), співвідношення цін у державному (органи влади та державні інституції, що обслуговують населення), недержавному (фізичні і юридичні особи – надавачі послуг) та неофіційному ("тіньовому") сегментах ринку; якості послуги (надійності, своєчасності, доступності, повноти, відповідності стандартам та вимогам).

5. Оцінка *рівня конкуренції* на ринку міграційних послуг (за моделлю п'яти конкурентних сил, розробленою професором Гарвардської школи бізнесу М. Портером [1, с. 49]), що враховує: суперництво між конкуруючими продавцями (надавачами послуг) однієї сфери; конкуренцію з боку послуг, що надаються суб'єктами інших сфер, і які є гідними замінниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною; загрозу появи нових конкурентів на ринку, активізації "тіньового" його сегменту; економічні можливості та спроможності постачальників; економічні можливості та купівельну спроможність населення як споживачів міграційних послуг.

Зауважимо, що якість і повнота аналізу залежать від якості і доступності статистичних, соціологічних, адміністративних та інших даних. Власне наявність інформації та її якість у значній мірі визначають вибір конкретних індикаторів та методів для проведення практичного аналізу функціонування ринку міграційних послуг, особливо в регіональному зрізі. Загалом, *відсутність чітких науково-методичних засад оцінювання* ринку є суттєвим

стримуючим фактором у розв'язанні практичних проблем його функціонування. Як наслідок, в Україні досі *не сформульовано концептуальних засад регулювання* ринку міграційних послуг із врахуванням регіональних особливостей їх реалізації, недооцінюється також сама роль ринку як трансформатора міграційних відносин і детермінанти розвитку конкретної територіальної системи локального, регіонального, національного чи наднаціонального рівнів.

Література:

1. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Э. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

2. Пядухов Г. А. Рынок миграционных услуг в российской провинции: действующие лица, тенденции развития [Електронний ресурс] / Г. А. Пядухов // Демоскоп Weekly. – 2013. – № 571-572 (14-31 жовтня). – Режим доступу: http://demoscope.ru/weekly/2013/0571/analit07.php.

3. П'ятковська О. Р. Україна в міграційних системах: погляд з перспектив економічного та інноваційного розвитку / О. Р. П'ятковська, І. М. Ключковська // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2013. – Вип. 3. – С. 23-35.

Кириленко О. М., *д.е.н., проф. кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств Національного авіаційного університету*

Висоцька М. Ф., *студентка Київського національного університету ім. Т. Шевченко*

ТЕНДЕНЦІЇ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Кризові явища, що охопили всю світову фінансову систему, не дозволяють знайти інструменти впливу на стрімкі деструктивні процеси, що стримують економічний розвиток. Все частіше постають питання щодо доцільності використання сучасних боргових механізмів і щодо відмінності наслідків їх використання для різних країн.

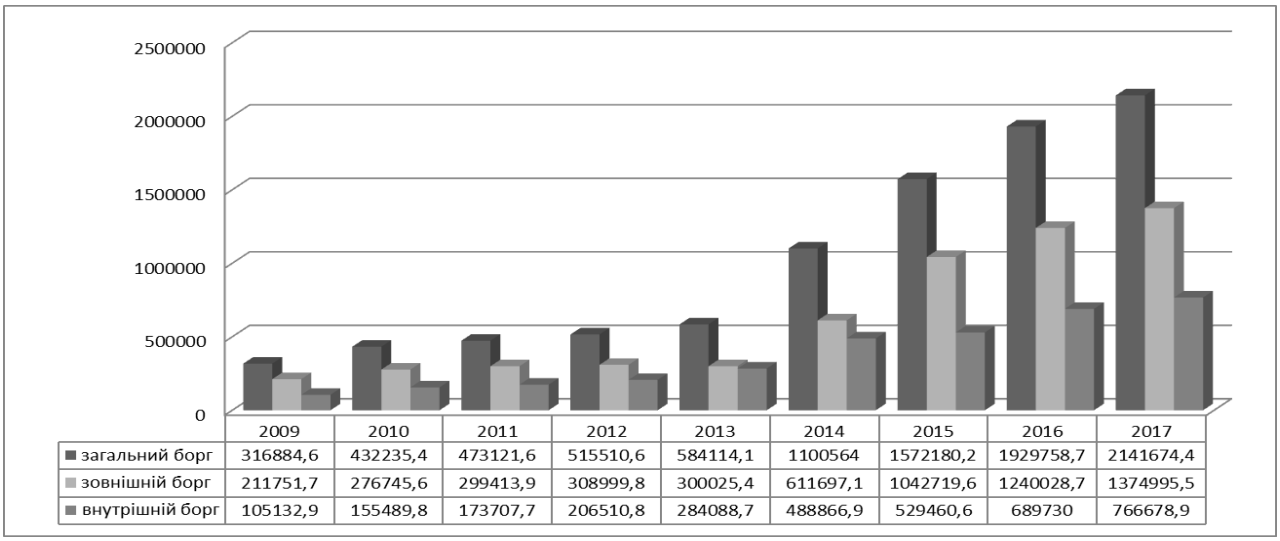
На даному етапі економічного розвитку найбільш важливим критерієм оцінки боргової політики, що проводиться в Україні, є результати боргової політики і стан державного боргу.

Аналізуючи боргову політику України можна визначити, що в останні роки Україна постійно нарощує обсяги держаних запозичень. Проте основною проблемою є використання позик на фінансування поточних потреб Державного бюджету України та погашення вже отриманих позик.

Механізми боргової політики повинні забезпечувати економічне зростання, стимулювати розвиток економіки держави, забезпечувати приріст ВВП, зростання зайнятості, регулювання інфляційних процесів та залучення необхідних обсягів фінансових ресурсів, що забезпечать розвиток діяльності підприємств.

До 2008 р. економіка України розвивалася за сприятливих зовнішніх та внутрішніх макроекономічних умов, отже обсяг державного та гарантованого державою боргу (у гривневому еквіваленті) змінювався у порівняно вузькому діапазоні (від близько 73 млрд. грн. до 90 млрд. грн.) [1].

Але глобальна фінансово-економічна криза призвела до формування тенденції стійкого збільшення боргових зобов'язань, темпи якого суттєво прискорювалися в умовах девальвації гривні (рис. 1).



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
загальний борг	316884,6	432235,4	473121,6	515510,6	584114,1	1100564	1572180,2	1929758,7	2141674,4
зовнішній борг	211751,7	276745,6	299413,9	308999,8	300025,4	611697,1	1042719,6	1240028,7	1374995,5
внутрішній борг	105132,9	155489,8	173707,7	206510,8	284088,7	488866,9	529460,6	689730	766678,9

Рис. 1. Динаміка державного та гарантованого державою боргу за період з 2009-2017 рр. (млн. грн.)

Джерело: складено за даними [2]

Статистика відсоткових змін загального боргу показує, що найбільш стрімке зростання боргових зобов’язань прийшлося на 2014 р. – 88 % у порівнянні з попереднім періодом. Подальше зростання боргового навантаження дещо сповільнилося але мало дуже великі обсяги, що призвело до суттєвого нарощування боргових зобов’язань за період з 2014 по2017 рр. на 267 % або у 3,7 рази.

Зауважимо, що зростання обсягу державного та гарантованого державою боргу пов’язано не лише з девальвацією національної валюти, а й із забезпеченням фінансування дефіциту державного бюджету, капіталізацією державних банків та наданням кредиту Фонду гарантування вкладів фізичних осіб.

Крім того, не менш важливий вплив на зростання боргового навантаження має тенденція збільшення дефіциту державного боргу викликана зменшенням надходжень до державного бюджету внаслідок стагнації економіки (рис. 2).

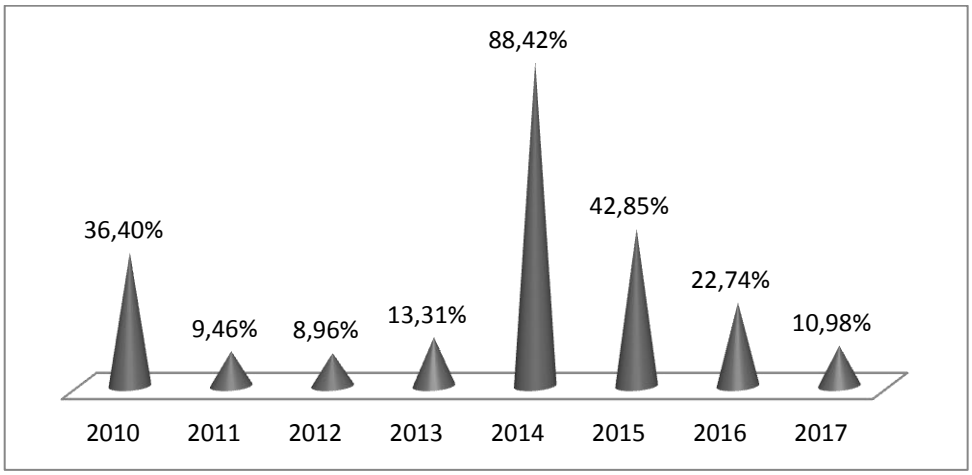


Рис. 2. Зміна державного боргу України (у відсотках до попереднього року)

Джерело: складено за даними [2]

Слід зазначити, що сам по собі розмір державного боргу в абсолютному вираженні не дає повноцінного уявлення про стан Національної економіки та рівня її платоспроможності. Тому для оцінки здатності країни-дебітора виконувати свої зобов'язання з погашення та обслуговування накопиченого обсягу державного боргу доцільно використовувати коефіцієнти.

Одним з показників боргової стійкості є коефіцієнт, що вимірює розмір і темпи зростання обсягу державного боргу в співставленні з валовим внутрішнім продуктом (рис. 3).

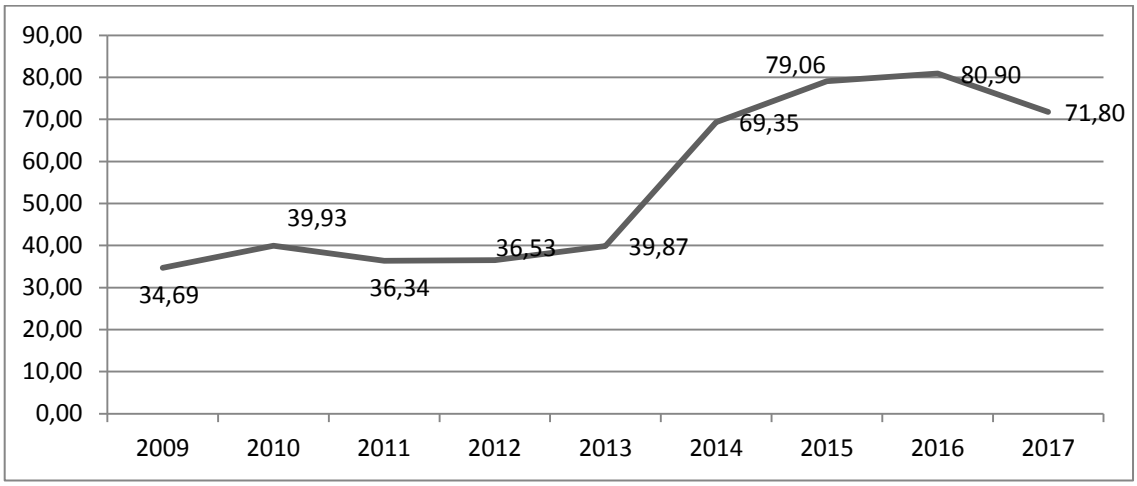


Рис. 3. Динаміка співвідношення обсягу державного боргу до ВВП (%)

Джерело: складено за даними [2]

У відповідності до статті 18 Бюджетного кодексу України загальний обсяг державного боргу та гарантованого державою боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60 % річного номінального обсягу валового внутрішнього продукту України [3]

Статистичні данні показують, що відношення обсягу державного боргу до ВВП виражене у відсоткових значеннях з 2014 р. перевищує допустиме значення та має тенденцію до зростання. Такий стан є несприятливим для розвитку економіки, оскільки ускладнює проведення боргової політики, що пов'язана з обслуговуванням боргу та несе загрозу економічній безпеці і безпеці державного суверенітету в цілому (рис. 4).

Джерело: складено за даними [1]

Станом на 31.12.2017 загальний обсяг державного та гарантованого державою боргу становив 2141674,4 млн. грн., в тому числі зовнішній – 1374995,5 млн. грн. (66,8%) та внутрішній – 766678,9 млн. грн. (33,2%).

Для погашення заборгованості Україна вимушена знов і знов брати кредити, у зв'язку з чим фінансовий борг країни зростає до небезпечних роз-

мірів. Але головною проблемою є те, що запозичені потоки не спрямовуються в продуктивний сектор.

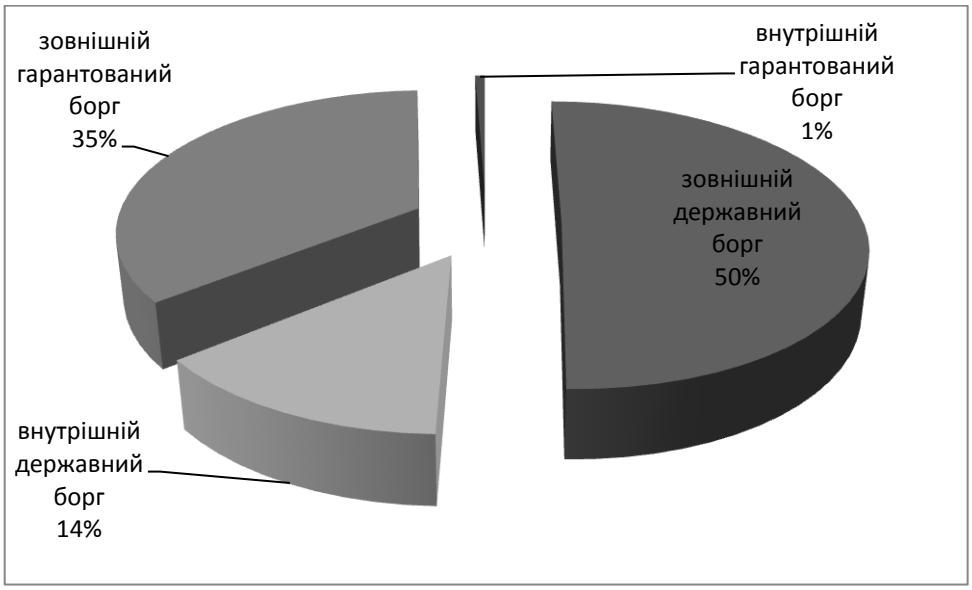


Рис. 4. Структура боргових зобов'язань України на 31.12.2017 р.

Отже, лише за рахунок залучення зовнішніх коштів економіка не буде розвиватись, оскільки процес розвитку потребує стратегічного планування, а проведення структурних реформ за короткий термін часу є неможливим. Крім того, неможна досягти вирівнювання платіжного балансу лише через фінансову позику без стійкого забезпечення економічного зростання, що в сучасних умовах економічного розвитку України можна досягли лише за рахунок розвитку пріоритетних галузей вітчизняного виробництва з високою доданою вартістю.

Література:

1. Про вплив політики державних запозичень та податкової політики на стан грошово-кредитної сфери України [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. — Web : https://bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=DF26E5503D4F13B891CC66EB5AE44FCC?id=58771704.

2. Державний та гарантований державою борг України в 2018 р. [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. — Web : https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/

3. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] — Систем. Вимоги : Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. — Web : zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17.

Булгакова О. В., *к.е.н.,*
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та
публічного адміністрування
Єременко К. В., *студент*
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Багаторічний досвід провідних компаній розвинених країн світу свідчить, що здобути успіх на ринку можна шляхом вдосконалення системи управління підприємством, що переходить до якісного управління та гарантує високу якість будь-яких результатів діяльності. Саме тому сьогодні, говорячи про якість, мають на увазі не стільки якісні характеристики певного матеріального продукту, скільки загальну якість функціонування підприємств і організацій, досконаліть їх систем управління якістю, націлених на постійне самовдосконалення та головне задоволення існуючої потреби на ринку. Практика сучасної ринкової діяльності сформувала тверду впевненість, якщо підприємство отримало сертифікат відповідності системи управління якістю міжнародним стандартам ISO 9000, воно спроможне стабільно виробляти продукцію з високими якісними характеристиками та відповідної моделі якості.

Більшість фірм світу використовують для цього міжнародні стандарти ISO серії 9000 та похідні від них QS 9000, ISO 14000 тощо. Відповідно до визначення Міжнародної організації з стандартизації (ISO), якість – це сукупність властивостей і характеристик продукту, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Існує також визначення якості продукції, наведене в Держстандарті 15467-79, згідно з яким «якість продукції – сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення» [2].

Система управління якістю підприємства може стати інструментом перемоги в конкурентній боротьбі, враховуючи, що конкурентоспроможність

підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, що знаходить свій вираз у таких показниках, як якість продукції, обсяги виробництва, прибуток тощо. Для забезпечення необхідного рівня якості потрібні не тільки зацікавлені, кваліфіковані працівники, відповідна матеріальна база, але й добре налагоджена система менеджменту якості. Саме на цьому побудований успіх багатьох підприємств [2].

Але одного прагнення забезпечити якість послуг та обслуговування недостатньо – існує потреба грамотного підходу до системи менеджменту якості, так як від цього залежить враження клієнтів про фірму. Це дуже важливо для підвищення іміджу підприємства і, відповідно, залучення нових клієнтів. Тому саме на таких підприємствах важливе, навіть головне, значення набуває якість сервісу, управління якістю обслуговування, менеджмент якості.

Встановлений прямий взаємозв’язок рівня зносу основних засобів та величини прибутку [3] підкреслює залежність обох показників від якості управлінських рішень. На підприємствах в рамках систем управління якістю, що відповідають вимогам стандарту ISO 9001, проводиться аналіз даних стосовно якості продукції та результативності виробничих процесів. Найбільш ефективно запитам ринку, споживача відповідає ідеологія системи Загального управління якістю – TQM (Total Quality Management), технологією якої є міжнародні стандарти ISO серії 9000 [3].

Впровадження та сертифікація систем управління відповідно до вимог національних або міжнародних стандартів у першу чергу дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції вітчизняних виробників. Стандарти серії ISO 9000 є набором вимог, які охоплюють ті напрямки діяльності, які в тій чи іншій мірі все одно виконуються на підприємстві (аналіз контракту, ведення документації, контроль продукції, що випускається). Але ці заходи проводяться безсистемно, епізодично. Стандарти ж вимагають виконання цієї діяльності на систематичній основі, на основі документованих процедур фіксувати результат. Особливістю цих стандартів є добровільність у тому сенсі, що виробник сам

приймає рішення про побудову системи якості відповідно до ISO 9000 чи ні, але, прийнявши таке рішення, стає обов'язковим виконання вимог цих стандартів. Однак для результативного функціонування системи управління якістю та ефективного виробництва якісної продукції стандарт констатує, що підприємство має визначити численні взаємопов’язані роботи (процеси) та керувати ними, а також здійснювати моніторинг, вимірювання і аналіз цих процесів.

Отже, індикаторами оцінювання системи управління якістю підприємства можуть виступати такі показники щодо наявності процесів, вимірювання та аналізу процесів і якості продукції. Стосовно наявності процесів – це: – визначення діяльності кожного виробничого підрозділу як процесу; – взаємозв’язок між підрозділами у вигляді процесів; – наявність процесів усередині підрозділів; – наявність «наскрізних» процесів виробництва.

Стосовно вимірювання та аналізу процесів – це встановлення реальних індикаторів та показників, які характеризують кожний процес (це стосується як процесів управління, так і процесів виробництва) з метою прогнозування, виконання та аналізу діяльності на підприємстві. Що стосується якості продукції, то її потрібно аналізувати на всіх стадіях життєвого циклу: стадії визначення потреб потенційних споживачів щодо якості, стадії проектування, розробки, виготовлення, реалізації та стадії післяпродажного обслуговування [4].

Таким чином, оцінка ефективності функціонування системи якості підприємства повинна розглядатись в двох площинах: оцінка ефективності діяльності підприємства відносно зовнішніх споживачів на ринку та оцінка рівня якості системи управління внутрішніми споживачами. Поєднання результатів оцінювання ефективності надасть необхідну інформацію щодо якісних параметрів діяльності підприємства як комплексу процесів всередині підприємства та взаємодії підприємства як системи з ринком та кожним конкретним споживачем.

Література:

1. Лузан І.В., Луценко І.С. Система управління якістю як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства – Режим доступу : http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-7.pdf
2. Система якості відповідно до норм міжнародних стандартів ISO 9000 [Електронний ресурс] – 2011 — Режим доступу: http://toplutsk.com/articles-article_379.html
3. Гольцев Д.Г. Розрахунок результативності системи управління якістю на підприємстві [Електронний ресурс] – 2011 – Режим доступу: http://gisap.eu/ru/rozrakhunokrezultativnosti-sistemi-upravlinnya-yakistyu-na-pidprієmstvi
4. Шадрін А.Д. Моделювання оцінки якості / А.Д. Шадрін // Стандарти і якість. – 2004. – № 11. – С. 34-43.

Булгакова О. В., *к.е.н,*
доцент кафедри маркетингу, менеджменту
та публічного адміністрування
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

РИЗИКИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг завжди є витратною статтею бюджету компанії, тому, розподіляючи його, необхідно прораховувати можливі ризики. Інноваційний маркетинг - це, з одного боку, велика частка ризику, але з іншого - більш висока віддача не тільки коштів а й споживчої уваги та зміцнення лідерського положення підприємства на ринку у разі вибору ефективних інструментів та політики. Реалізація заходів інноваційного маркетинг здатні вивести компанію на новий щабель розвитку, допомогти зайняти нову нішу, що забезпечить ефективність вкладень в систему маркетингу підприємства. З іншого боку, дуже ризиковано вкладати весь бюджет на реалізацію інноваційного маркетингу, тому що це створює такі ризики, які здатні звести нанівець будь-які зусилля підприємства на споживчому ринку.

Маркетингова оцінка інноваційної діяльності підприємства є важливою умовою успіху проведених заходів. Одна з основних умов впровадження інновацій – наявність ефективної системи маркетингу, яка здійснює зв’язок

підприємства з кінцевими споживачами для постійного виявлення нових вимог покупців, що висуваються до якості вироблених товарів і послуг. Ф. Котлер зазначав, що маркетинг як елемент філософії, з одного боку, і як комплексна система дій, з іншого повинен бути спрямованим в інноваційний розвиток промислових підприємств [2]. За рахунок об'єднання понять «інновації» і «маркетинг», за допомогою застосування на всіх етапах створення інноваційного продукту маркетингових досліджень можна вивести таку дефініцію як «інноваційний маркетинг».

Інноваційний маркетинг є частиною стратегічного плану підприємства. Є кілька можливих напрямів, в яких може здійснюватися інноваційний маркетинг. Одне з них - створення такого товару або послуги, які передбачать очікування клієнтів. У цьому випадку потрібно спостерігати за споживачем і визначити, що допомогло б покращити його життя або просто принесло б йому задоволення. [2].

Сприйняття споживачами будь-яких маркетингових зусиль підприємства на ринку є тим індикатором, який забезпечить ефективність роботи підприємства та відображає зміни у запитах споживачів на ринку. Використання інноваційного маркетингу спрямовується на актуалізацію випереджальних запитів споживачів або таких, які споживач ще не усвідомлює. Тут криється найбільший ризик інноваційного маркетингу, оскільки застосування нових форм і методів комунікацій до яких споживач може бути не готовим створить ситуацію виникнення «сліпої інформації» або ситуацію «відторгнення інформації». Це найбільш ризиковані ситуації втрати комунікації зі споживачем.

Зміна споживчої поведінки формує нові моделі пошуку інформації про способи задоволення бажань. Одночасно з цим інноваційний маркетинг прагне змінювати споживчу поведінку таким чином, щоб максимально повно задовольнити бажання споживача, навіть ті, які не пов'язані з безпосереднім об'єктом або ситуацією споживання.

Інновації - це якраз про передбачення бажань. Людина не завжди знає і може сформулювати те, що їй потрібно. Необхідно запропонувати новий продукт, покупець спробує його і дасть оцінку. Одним з основних принципів інноваційного маркетингу є створення нового товару або зміна технології виробництва вже існуючого до такої міри, щоб результатом став якісно новий продукт. Продукт не обов'язково повинен володіти всіма атрибутами, важливими для клієнта, але мати хоча б одну унікальну характеристику, що представляє цінність для цільової аудиторії. В індустріально розвинених країнах маркетингова концепція розвитку фірми займає почесне місце вже протягом десятиліть.

Таким чином, ризик впровадження інноваційного маркетингу в діяльності підприємства існує через неможливість чіткого прогнозування поведінки споживачів та неможливості точного розуміння всього спектру бажань сучасного споживача. Попри таку ступінь невизначеності та недостатності інформації все більше підприємств намагаються застосовувати інноваційний маркетинг в своїй діяльності.

Література:

1. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. – 192 с.

2. Нянько В.М., Паляниця В.А. Особливості розвитку інноваційного маркетингу на підприємстві / всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка» - 6 (44), 2013р – С. 212 – 217.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / под ред. С.Г. Божук. / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с. 15. Короткова Т.Л. Концепция инновационного маркетинга высокотехнологичной продукции / Т.Л. Короткова, А.В. Власов // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 1 (33). – С. 279-282.

Козлова В. В., *студентка*
Науковий керівник: Булгакова О. В.,
к.е.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі
ВНЗ «Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗРІЗАНИХ КВІТІВ В УКРАЇНІ

Мало хто з нас замислювався звідки ж пішла традиція зривати квітку та дарувати її дорогій людині. Існує міф, що першим хто подарував квітку був Адам. Однак доказів цього вчинку немає, відомо, що ця традиція дуже давня.

Більшість осіб жіночої статі не вважає «свято» святом, якщо їй не подарували квіти. Жодне свято чи трагічний день на думку багатьох з нас не може обійтися без квітів. Ми навіть притримуємося якихось правил та тенденцій, коли та що нам дарувати.

У 17 столітті вперше було запропоновано асоціювати квіти з певним символом. Одними із перших це були Голландці, які вважали тюльпани символом багатства та знатності. На території України культу квітів ніколи не було. Так дівчата полюбляли збирати лісові та польові квіти, для того щоб сплести з них вінки. У Древній Русі дарувати квіти жінкам було не прийнято, оскільки зрізані квіти вважалися «мертвими». Зірвану квітку, вплетений у вінок, використовувався тільки в ритуальних цілях: під час весілля або Купальських ігрищ. Одними з перших жінок, які стали отримувати квіткові букети, були актриси. Захоплені шанувальники їх таланту дарували їм квіти, тим самим прагнули висловити своє захоплення і визнання [1].

У 19 столітті мову квітів використовували у тих випадках, коли потрібно було виразити свої почуття таємно, наприклад квіти груші – міцна дружба, в християнській релігії лілія біла - чеснота та цнотливість, блідо-бузкова троянда - любов з першого погляду [2]. У країнах Європи немає ніяких забобонів щодо кількості квіток, а от в країнах минулого СССР на свята дарують лише непарне число квітів. На похорони покладають квіти у парній кількості, зазвичай це гвоздики, які з самого дитинства асоціюються в нас з Днем Перемоги,

ветеранами, парадами на площах.

Основні проблемні аспекти, що відбуваються на вітчизняному ринку зрізаних квітів:

– Не розвинена культура споживання квітів. Культура споживання - це єдиний комплекс уявлень про продукт і ритуалів щодо його використання, який є соціальною нормою для певної групи людей. Для деяких з нас культура споживання квітів – це просто якийсь набір склепінь і правил, що незрозуміло звідки взявся. Всі ці байки, міфи та древні історії не дуже та й важливі сучасному споживачу.

– Переважна частина продукції – імпортна. Через бажання українських оптовиків заробити якомога більше грошей, вони закуповують партії квітів на Голландській біржі, де собівартість троянди нижча, ніж вітчизняної, навіть з урахуванням її перевезення. Але дуже часто при цьому страждає якість свіжозрізаної продукції, більшість квітів, яка мала бути в напівроспуску, надходить повністю розпущеною.

– Недостатні об’єми вирощування квітів вітчизняного ринку.

– Вузький асортимент, через не освоєння сучасних технологій вирощування. Відсутність інвестицій в розвиток квітникарства та наукові дослідження у цій галузі.

– Дуже велика кількість недобросовісних продавців, які хочуть наживитися, будь-якими способами намагаються продати далеко не свіжі квіти. До таких способів відносять: підрізання стебла, обрив підсохлих або потемнілих пелюсток та квіток, видалення тичинок, зачищення гнилих стебел ножем; охолодження в холодильнику; додавання різних хімічних речовин; формування букетів, замотування квіток в яскравий папір або целофан; додавання як свіжих, так і зів’ялих квіток у великі композиції; нанесення барвників та блискіток на зів’ялі квіти; прикріплення за допомогою зубочистки та клейкого скотчу квітки, що відламалася від стебла; стягування резинками бутонів тюльпанів щоб затримати їх розпускання тощо.

– Відсутність у продавців документів, що підтверджують фітосанітарний стан продукції.

– Відсутня повна база нормативних документів щодо якості квітів. Відмова від радянських держстандартів (ГОСТ), дуже повільний процес переходу на європейські стандарти та гармонізації ДСТУ. Створені сприятливі умови для монополізації виробництва іноземними компаніями.

– Нестабільна економічна та соціальна ситуація в державі, безробіття та низькі зарплати.

В умовах масового суспільства, коли відбувається знеособлення людей за допомогою однакових речей, людині властиво прагнення виділитися. Особливо це пов’язано з розвитком різноманітних соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook, Twitter тощо, де ми усі любимо похизуватися перед іншими. Для того щоб створити достойну культуру споживання необхідно переорієнтуватися на духовний розвиток та важливість людини, що може вплинути і на виникнення в суспільстві ідей, концепцій. При переході на більш толерантне споживання сам процес споживання стає більш спокійним. Вибір товару здійснюється осмисллено, відсутня постійний поспіх за модою, страх відстати від інших, і як наслідок - людина отримує більше задоволення від використання продукції [3].

Основним фактором успіху в умовах насиченого товарного ринку та переважаючої нецінової конкуренції є саме висока якість вирощуваних квітів. Стандартизація є одним з найважливіших елементів сучасного механізму контролю якості продукції, робіт і послуг. Вона впливає на поліпшення якості продукції за допомогою комплексної розробки стандартів щодо сировини, матеріалів, оснащення та готової продукції, а також через встановлення у стандартах технічних вимог та показників якості [4].

На даний момент в Україні діють лише 12 сучасних нормативних документів, які є не доступними для користувачів, це технічні умови щодо якості зрізаних квітів, у тому числі: Айстри (ДСТУ 8459:2015); Гвоздики ремонтантні галузисті (ДСТУ 8460:2015) Гербери (ДСТУ 8461:2015);

Гіпеасгруми (ДСТУ 8462:2015); Гладіолуси (ДСТУ 8463:2015); Кали (ДСТУ 8464:2015); Нарциси (ДСТУ 8465:2015); Півонії (ДСТУ 8466:2015); Фрезії (ДСТУ 8467:2015); Хризантеми (ДСТУ 8554:2015); Тюльпани (ДСТУ 8555:2015); Лілії (ДСТУ 8559:2015) [5].

На офіційному веб-сайті ДП «УкрНДНЦ» вказано, що у разі відсутності стандарту на заміну скасованого ГОСТ, можна застосовувати не чинний стандарт, за умови добровільності застосування стандарту, але з метою мати будь-яку інструкцію, правила тощо, які упорядковують діяльність у той чи іншій сфері, якщо на нього не передбачається робити посилання у відповідній сфері діяльності [6].

Отже, основними недоліками ринку квітів в Україні є відсутність сталої культури споживання квітів, нестандартизованість продукції, невідповідність ціни якості, дефіцит кваліфікованих фахівців, вузький асортимент квіткової продукції, відсутність інвестицій, високий рівень іміджу імпортної продукції; відсутність сучасних технологій (більшість з них привезена з іноземних країн).

Література

1. SciencePop./ Цветочникам на заметку: все о традиции дарить цветы и не только. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://sciencepop.ru/tsvetochnikam-na-zametku-vse-o-traditsii-darit-tsvety-i-ne-tolko/
2. Мова квітів. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BA%D0%B2%D1%96%D1%82%D1%96%D0%B2
3. Н. Г. Хорошкевич. // В лаборатории ученого. // Культура потребления в «обществе потребления» и перспективы ее развития - 10.09.2013 – с.209-215 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/24013/1/iurp-2014-123-24.pdf
4. Стандартизація як спосіб забезпечення якості продукції, що випускається, виконуваних робіт і послуг, що надаються. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://articlekz.com/article/14899
5. Каталог НД України. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://csm.kiev.ua/nd/nd.php?z=%D0%B7%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%96&st=0&b=1
6. Офіційний сайт ДП «УкрНДНЦ». // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://uas.org.ua/ua/pitannya-vidpovidi/

Коновал А. В., *студентка*
Науковий керівник: Булгакова О.В., к.е.н., доц.
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

ПРОБЛЕМИ МЕХАНІЗАЦІЇ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

Сучасна ринкова стратегія розвитку економіки передбачає збалансований розвиток усіх галузей господарства – як галузей матеріального виробництва, так і їх інфраструктури. До галузей інфраструктури складського господарства відносять такі галузі, які забезпечують зберігання та доставку продукції. Складське господарство є найважливішою частиною будь-якого підприємства, оскільки безпосередньо впливає на хід виробничих процесів. Значна кількість матеріальних цінностей проходить саме через склади, тому вони відіграють значну роль в організації підприємства. Спостерігаючи за організацією роботи на складах оптової торгівлі, проаналізувавши можна побачити, що немає достатньої механізації і переважає ручна робота. Для початку слід розібратися що собою представляєе механізація та власне оптова торгівля. [1]

Оптова торгівля - це торгівля товарами з наступним їх перепродажем або професійним використанням.

Механізація — заміна ручних засобів праці машинами і механізмами. На підприємствах оптової торгівлі навантажувально-розвантажувальні, транспортні і складські роботи складаються з основних і допоміжних операцій.

До основних операцій можна віднести захоплення вантажу або подачу його на механізм, піднімання, переміщення й видачу вантажу, укладання його в штабель або на стелаж. [2]

Допоміжні операції не входять у процеси підіймання і переміщення, за стропування або відстропування сформованих пакетів, накладання і знаття затискних пристосувань, направлення і відпряжка вантажів при підніманні і укладанні, кріпленні вантажів, укладанні, прибиранні підкладок, установлення

зрівнювальних містків при навантаженні або розвантаженні засобів зовнішнього транспорту.

Більшість оптових складів, що ми можемо досліджувати використовують застарілу форму розміщення, укладання, прийняття та відпускання товарів. При будь-якій висоті складських приміщень вантажу, зазвичай, вкладаються на висоту зросту людини, тобто переважає ручна праця, на більшості складів немає підйомно-транспортного обладнання, стелажів, сучасної складської техніки. [2]

За ступенем механізації робіт розрізняють:

-механізовані (з частковою або комплексною механізацією окремих операцій чи технологічних процесів)

- автоматизовані, засновані на комплексній механізації складських операцій, у тому числі автоматизованому управлінні складським технологічним процесом.

Комплексно-механізованим це процес, при якому ручна праця на основних та на допоміжних операціях, транспортних і складських роботах замінюється роботою машин і механізмів, а вручну здійснюється лише керування ними.

Від застосування окремих машин і епізодичних технічних рішень стосовно механізації окремих складських операцій необхідно перейти до створення та запровадження системи машин, що забезпечують механізацію та автоматизацію процесів на всіх етапах технологічного циклу руху вантажів. [3]

Створення системи машин передбачає набір та встановлення механізмів та обладнання різної продуктивності щодо окремих ділянок обробки вантажів. Комплексна механізація передбачає, що основні та допоміжні операції по всьому матеріальному потоку, механізоване навантаження і розвантаження вантажів і контейнерів, виконуються комплексом механізмів і машин з мінімальною кількістю перевантажень, причому основні й допоміжні операції взаємозв’язані за продуктивністю та забезпечують заданий темп і продуктивність (терміни) усього процесу. Обов’язковою умовою цього процесу

є збереження первісної якості вантажу. Керування механізмами і машинами виконується вручну. [3]

Рівень комплексної механізації вантажнорозвантажувальних робіт визначається часткою (%) механізованого по основних і допоміжних операціях обсягу вантажопереробки в загальному обсязі вантажопереробки [3]. Рівень механізації виробництва оцінюється за допомогою показників: − коефіцієнт механізації виробництва; − коефіцієнт механізації робіт; − коефіцієнт механізації праці. Під час проведення певного аналізу, за допомогою даних коефіцієнтів механізації можливе визначення рівня механізації окремих робочих місць і різноманітних видів робіт як для всього комплексу робіт у цілому, так і окремих структурних підрозділів. [3]

Автоматизація — вищий ступінь навантажувально-розвантажувальних робіт, застосування технічних засобів і систем керування, за яких основні і допоміжні операції виконуються машинами і механізмами автоматично без присутності людини (мова йде про окремі операції у виробничо-транспортних логістичних системах).

Основна задача автоматизації — підвищення продуктивності НР робіт за рахунок ліквідації ручної праці від безпосередньої участі в процесах отримання, перетворення, передачі і використання енергії, матеріалів чи інформації.

Людина виконує функції «контролінгу» поточної лінії або комплексів. Процес скорочення ручної праці залежить від науково обґрунтованого прогнозування механізації. Вдосконалюючи засоби, що вже існують з підпорядкуванням їх техніко-економічних і експлуатаційних показників в інтересах виконання технологічного процесу в цілому. [3] Від застосування окремих машин та епізодичних технічних рішень з механізації лише окремих операцій необхідно переходити до створення й упровадження системи машин, які будуть забезпечувати механізацію та автоматизацію процесів на всіх етапах технологічного циклу товаропросування.

Для підвищення та вдосконалення механізації робіт на оптових складах необхідно налагоджувати виробництво цільових транспортерів, підвісних контеєрів з криволінійною трасою, підйомників безперервної дії та ручних візків з гідроприводом. На великих складах з однорідним асортиментом доцільно впроваджувати автоматичні лінії обробки вантажів з використанням системи конвеєрів і автоматичних міжстелажних штабелерів з програмним керуванням.

Висновок. Маючи механізовану роботу на складських приміщеннях оптової торгівлі, можна значно полегшити та оптимізувати роботу як для працюючих людей так і для керівництва.

Література:

1. Момоток М.М. організація складського господарства на сучасному етапі / "управління розвитком", ¹ 8 (171) 2014 - С. 117 - 119

2. Манжосов Г. П. Современный склад: организация и технология / г. п. манжосов. – М. : КиА Центр, 2003. – 220 с.

3. Полтавець М. А., Омельченко О. Д. Наукові основи комплексної механізації та автоматизації навантажувально-розвантажувальних транспортно-складських робіт при взаємодії з рухомим складом та макрологістичні системи поточних ліній і комплексів/ Наукоємні технології № 3 (31), 2016 - С. 308 - 314

Булгакова О. В., *к.е.н,*
Доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Кошова К., ***с****тудентка*
Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

МОДЕЛІ ЯКОСТІ ХОЛОДИЛЬНИКІВ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Побутові пристрої сьогодні є тим товаром, який має складні технічні характеристики , вимагають певних правил експлуатації та енергетичних ресурсів для повноцінного функціонування. Але, поряд з цим, саме вони дозволяють сучасному споживачу покращувати власний побут, гарантувати безпеку життя та створювати умови для постійного власного розвитку.

Холодильник є таким побутовим товаром, без якого наразі неможливо уявити повноцінного та безпечного життя сучасної людини. Тому до розуміння якісних характеристик холодильників та до методів визначення відповідності якості та вимогам споживачів прикута увага спеціалістів.

Визначення рівня якості холодильників - це комплексна процедура, оскільки модель якості холодильника поєднує вимоги до експлуатаційної якості, якості виготовлення та рівня електричної, хімічної, біологічної та екологічної безпеки.

Модель високої якості передбачає не просто відповідність нормативним вимогам, а надає споживачу цілу низку переваг щодо економії електроенергії, запобігання виникнення небезпечних ситуацій тощо. До такої групи холодильників сьогодні відносять продукцію торговельних марок AEG, Bosch, Electrolux, Samsung, Hitachi, Liebherr. Найчастіше ці пристрої коштують вище середнього, проте вони максимально надійні і якісні. Виробники приділяють увагу збірці і матеріалами виготовлення.

Достатнім рівнем якості на ринку відрізняються холодильники таких популярних марок як Samsung, LG, Beko, Candy, Gorenje, Indesit, Hotpoint-Ariston, Snaige, Siemens, Sharp, Whirpool, Zanussi. У цих виробників значний модельний ряд холодильників з високою та різноманітною функціональністю і надійністю з програмною сервісною підтримкою. Цінова політика досить гнучка, можна вибрати холодильник практично на будь-який смак і бюджет: від маленьких для дачі до трикамерних для великої родини.

До групи бюджетних холодильників із базовою моделлю якості можна віднести прилади маловідомих китайських і місцевих брендів: Ardo, Delfa, Daewoo, Kaiser, Liberton, Nord, Freggia, Saturn, West, Shivaki, Vestfrost, Атлант. Слід зазначити, що частина з них - невеликі і недорогі моделі для невеликих квартир, дач. А деякі - вже за ціною можуть зрівнятися з холодильниками найпопулярніших марок. У певних брендів великий відсоток браку: це пов'язано із застарілим виробництвом і збіркою. Моделі холодильнику не модернізувалися протягом 10 років. Основні проблеми: псуються гумові

ущільнювачі дверей, іноді лопаються полки від зовсім невеликих навантажень. Багато моделей зі значним рівнем шуму та вібрації, причому іноді виробник навмисно занижує значення рівня шуму [1].

Щодо вітчизняного виробництва, «Nord» є найбільшим виробником побутової техніки у Східній Європі. Вони випускають бюджетну, але досить якісну продукцію. У зв'язку із ситуацією у східній частині України компанія вимушена була заморозити виробництво, але в невдовзі перенесено до Китаю. Зараз випускають та продають новий модельний ряд холодильників «Cold freshness» на території України, новий модельний ряд холодильників з системою Total No FROST і високоефективним класом енергоспоживання А++. Розширення асортименту морозильних скринь об'ємом від 60 до 300 л. Початок продажів нового модельного ряду холодильників «Cold freshness» на території України [2].

Вони пропонує великий асортимент якісної побутової техніки та техніки для бізнесу та застосовує найвищі стандарти якості, що підтверджено сертифікатами якості Європейського союзу ISO 9001: 2008, міжнародної системи сертифікації TÜV Thüringen, різними дипломами, нагородами та призами. У виробництві застосовується тільки екологічно чисті матеріали, безпечні для природи і людини. Вони відповідають найвищим екологічним нормам, вимогам директив Європейського Союзу RoHS і REACH. Техніка ТМ NORD експортується в країни Європи і Азії.

Товар даного виробника має досить затребувані функції. Хоча гарантійний термін використання даного товару складає всього два роки, він є найбільш надійним в плані виконання своїх функцій, і досить довговічним та високотехнологічним товаром. Холодильники «Nord» мають різноманітний приємний сучасний дизайн і виконується у різній кольоровій гаммі. Але засилля товарів закордонного виробництва на ринках України висунуло жорсткі умови до підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції та її виробників. У табл. 1 наведена порівняльна технічна характеристика холодильника NORD B 239 S з аналогічними холодильниками але

закордонного виробництва SAMSUNG RB34N5440SA/UA і LG GA-B429SMCZ [3].

Таблиця 1. Порівняльна характеристика 2камерних холодильників,що продаються на вітчизняному ринку

Найменування показника	**Одиниця виміру**	**NORD B 239 S**	**SAMSUNG RB34N5440SA/UA**	**LG GA-B429SMCZ**
Загальний (брутто) об'єм холодильника	дм 3	265	355	354
Загальний (брутто) об'єм морозильної камери	дм 3	77	108	79
Корисний об'єм морозильної камери	дм 3	69	98	79
Корисний об'єм холодильної камери	дм 3	184	246	223
Річне споживання електроенергії	кВт / год	248	314	221
Ефективність заморожування	кг / добу	2 кг/24 ч	12 кг/24 ч	9.3 кг/24 ч
Рівень шуму	дБ	38	37	39
Клас енергоспоживання		A+	A+	A++
Розміри (висота / ширина / глибина)	мм	180x54.5x58	192x59.5x67.5	190.7x59.5x64.3
Маса	кг	55	70 кг	70 к
Ціна	грн.	7 199	14 449	13 099

Дані про NORD B 239 S говорять про відносно високий рівень якості холодильника та його високу технологічність. SAMSUNG RB34N5440SA/UA і LG GA-B429SMCZ показують більш високий рівень технічних характеристик,

ніж NORD B 239 S, але в той же час, обидва вони мають набагато більші габарити і значно дорожче. Крім того . SAMSUNG RB34N5440SA/UA споживає набагато більше електроенергії, а їх загальний обсяг рази перевищує корисний, в той час як у NORD B 239 S різниця між загальним і корисним об'ємом відносно мінімальна [4].

Висновок. На ринку холодильників представлені товари із різним рівнем якості та відповідають різним моделям споживчої якості. Переважно холодильники провідних світових виробників пропонують на ринку високий рівень якості з підвищеними можливостями запобігання виникнення споживчого ризику різного походження. Виробникам холодильників слід звертати увагу не тільки на відповідність мінімальним технічним вимогам, а спрямовувати увагу на попередження виникнення споживчого ризику, що дозволить сформувати нову модель якості такого необхідного товару як холодильник.

Література:

1. Виробництво побутової техніки в Україні: проблеми конкурентоздатності та перспективи розвитку [Електронне джерело] – Режим доступу: http://referat.repetitor.ua

2.Група Норд [Електронне джерело] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org

3.Комплексне дослідження ринку холодильника NORD [Електронне джерело] – Режим доступу: http://ua-referat.com

4. Маркетингова програма компанії «Nord» [Електронне джерело] – Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru

Федоришина А. В., *студентка*
Науковий керівник: Булгакова О. В., к.е.н., доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

РИНОК БІОПАЛИВА В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ПЕРСПЕКТИВИ

На сьогодні в Україні є потенціал для розвитку власного ринку біопалива як стратегічно важливого сектору економіки, який набуває особливого

значення в умовах нестабільності світової економіки, зростання цін на традиційні енергоносії та енергозалежності країн від імпорту вуглеводів. Україна має всі необхідні умови щоб виробляти та реалізовувати біодизель, вільні площі під вирощування зернових, олійних і спеціальних культур, науковий, технічний та кадровий потенціал для виробництва біопалив, зростаюча внутрішня потреба в біодизелі та біогазі. Все це дозволяє швидко нарощувати потужності з його виробництва. Біопаливо сьогодні розглядається в Україні як вагома альтернатива традиційному пальному. Вважається, що його виготовлення в найближчі роки буде максимально вигідним для української економіки.

Біопаливо – це органічне паливо, яке отримують зі сировини рослинного або тваринного походження, а також із відходів промислового виробництва. Являється відновлюваним ресурсом, який може виробляти енергію без завдання шкоди довколишньому середовищу. На відміну від інших видів палива, таких як нафта чи вугілля, які виникли в результаті геологічних процесів, біопаливо виробляється на основі сучасних біологічних взаємодій.

Сировиною для виробництва біодизеля в основному служать жирні, рідше ефірні олії різноманітних рослин та водоростей, тваринні жири, рибний жир, використана харчова рослинна олія. Основною сировиною в світі являються рослинні олії. Наприклад, в Європі - ріпак, в США - соя, в Канаді - канола (різновид ріпака), в Індонезії та Філіппінах - пальмова та кокосова олія, в Індії - ятрофа, в Африці - соя та ятрофа, в Бразилії – касторова олія.

За своєю структурою рослинні олії мало чим відрізняються одна від одної і різняться переважно вмістом вуглецю та рівнем насиченості жирних кислот [1].

Організація виробництва біопалива в Україні є перспективним напрямом для зменшення енергетичної залежності від постачальників нафти та природного газу. Використання біопалива зменшує антропогенне навантаження на довкілля, зберігає природні ресурси за рахунок переробки відновлювальної сільськогосподарської сировини та відходів переробних галузей

агропромислового комплексу. Наведено фактори, які сприяють виробництву біопалив.

До переваг біологічного палива можна віднести наступні критерії:

- Відновлюваність і циклічність ресурсів. Враховуючи обмеженість інших видів палива, біологічне має циклічний характер, і тому можна стверджувати, що воно ніколи не скінчиться. Діяльність людини завжди матиме продукти відходу, тож таким чином створюється відмінна основа для виробництва. Особливо «багатим» на сировину являється сільське господарство, адже гній, рештки рослин та продукти життєдіяльності тварин постійно утворюються під час робочого процесу.
- Скорочення викидів парникових газів, вплив на атмосферу. Викопне паливо (вугіль, нафта) під час процесу горіння викидає в повітря значну кількість вуглекислого газу. Такі маніпуляції сприяють утворенню озонових дір в атмосфері, впливають на розвиток глобального потепління у світі, погіршують якість повітря. Як зазначають дослідники, на відміну від викопного палива, біологічне здатне зменшити кількість викидів парникових газів до показника 65%. Також варто зазначити, що під час вирощування культур для біологічного палива відбувається поглинання оксид вуглецю, що задовільно впливає на стан атмосфери і повітря в цілому.

Україна має великі перспективи промислового виробництва паливного етанолу, оскільки є потужним виробником харчового спирту [2].

Лідерами і найбільш підходящими регіонами для розвитку даного бізнесу вважаються Полісся і деякі райони Західної України. Головна перевага цих місць - доступність сировини. Основою для виробництва біопалива є ріпак і відходи деревопереробки. Виробляти тверде паливо вигідніше і простіше в регіонах, багатих лісовими насадженнями, - такими є Поліссі та масиви навколо Карпат. 70% всього виробленого в Україну біопалива припадає на ці області.

Процес виробництва біопалива для свого ефективного функціонування потребує певних умов: наявності сировинної бази, певної технології перероблення сировини та виготовлення готового продукту, а також ринку

збуту продукції. Біопаливо є достатньо специфічним виробництвом, адже одним із завдань, що на нього покладається, є підвищення екологічної безпеки, пов'язаної з використанням енергії, тобто зниження екодеструктивного впливу на навколишнє природне середовище. Ця тема потребує подальшого дослідження у частині:

– визначення оптимального варіанта виготовлення біопалива з урахуванням територіального та сировинного фактора;

– вибір оптимальної технології виробництва;

– створення ринку біологічного палива (самостійного ринку біопалива або використання біопалива як складової інших видів палива);

– визначення форми регулювання галузі та підтримки інноваційної діяльності тощо.

Ринок біопалива в Україні знаходиться на стадії формування, але сировинне забезпечення цього ринку має досить перспективні напрямки розвитку. Тому для його становлення необхідно прийняти відповідні законодавчі акти, створити потужну інфраструктуру та розробити організаційно-технологічну модель його виробництва.

Одже, вирішення цієї проблеми призведе до покращення ситуації в аграрному секторі України, а також сприятиме вирішенню економічних, соціальних та екологічних проблем, а також досягненню національних стратегічних цілей.

Література:

1. Калетнік Г.М., В.М. Пришляк Біопаливо: ефективність його виробництва та споживання в АПК України: Навч. Посіб. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 312с.

2. Рибак Л.Х., Білозора В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку виробництва біопалива в Україні / Л.Х. Рибак., В.В. Білозора // [Електронний ресурс]: www.nbuv.gov.ua

Матюшевька К. М., *студентка*
Науковий керівник: Булгакова О. В. к.е.н.,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

РОЗВИТОК НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ ЯУ ФАКТОР СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ УКРАЇНИ

Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів України є запорукою підвищення загального рівня якості життя, створення умов для науково-технічного прогресу та прискорення процесу інтеграції до світового ринку. Передумовою такого розвитку є стабільне функціонування видобувних галузей, зокрема нафтогазового комплексу оскільки саме цей фактор є вирішальним у створенні конкурентоздатної вітчизняної продукції, яка володіє високими споживними якостями за конкурентними на світовому ринку цінами.

Світова практика показала, що в разі реалізації великих нафтогазових проектів близько 80% від загального обсягу робіт припадає на частку постачальників для нафтогазового комплексу: металообробка, обслуговування, транспортування та інші компанії; постачальників устаткування і металоконструкцій, будівельних матеріалів, спецодягу, а також науково-дослідних і навчальних закладів та багатьох інших. Основним ефектом розвитку нафтогазового комплексу є «гірські», «переробні», «інженерні» регіони.

Україна належить до групи країн, яка, використовує власні ресурси, але задовольняє лише невелику частину внутрішнього попиту на паливно-енергетичні ресурси. Це демонструє значну залежність від імпортних поставок енергії, що є вкрай негативним фактором для розвитку економіки та позначається на стійкості внутрішніх підприємств. Тож, при високому рівні споживання газу і нафти внутрішніми споживачами сьогодні констатуємо

задоволення потреб у вуглеводнях в результаті внутрішнього виробництва дуже невелике. В середньому Україна виробляє близько 21 млрд. $м^3$ газу з річним попитом в 75-80 млрд. $м^3$. Таким чином, Україна може самостійно забезпечити себе газом тільки на чверть [1].

Така ситуація є негативною для підприємств комплексу виробництва споживчих товарів. Найбільш негативним цей фактор є в діяльності виробників багатьох непродовольчих товарів, де вуглеводні є основним сировинним компонентом.

Аналогічна ситуація спостерігається і у видобутку нафти. З огляду на потребу в 30 млн. т., Україна виробляє лише 2,3 млн. т., що становить всього 8%. В даний час в Україні працює 350 родовищ: нафта – 78 родовищ; газ – 89 родовищ; газовий конденсат – 111 родовищ; нафтової конденсат – 59 родовищ; газ-нафта і газ-газ – 13 родовищ. З точки зору величини запасів: великих - 5; середній - 26; малі - 319. Тож маючи значну кількість родовищ, більшість з них за обсягами належать до досить малих, і їх частка в загальному обсязі видобутку вуглеводнів низька. [2].

Характерною рисою українського нафтогазового комплексу є відсутність конкуренції серед підприємств цієї галузі. Практично весь видобуток нафти і газу контролюється безпосередньо державою в особі НАК «Нафтогаз України» яка продає нафтопродукти споживачам. З одного боку, це позитивний момент, оскільки держава має стратегічний сектор економіки, дозволяючи йому повністю регулювати всі відносини в цій галузі, починаючи від розробки індивідуальних проектів нових родовищ до збереження старих полів для продажу продукції населенню. Однак, з іншого боку, такий контроль не завжди сприяє розвитку цих суб'єктів, оскільки вони обмежені в процесі прийняття рішень, зокрема щодо модернізації і інвестиції. [2]

Таким чином, можна згрупувати проблеми нафтогазових об'єктів для поліпшення роботи всієї нафтогазової галузі. По-перше, Україна посідає одне з останніх місць в світі з нафтопереробки, та майже не має технологій з глибокої переробки нафти. Глибока переборка нафти здатна вирішувати цілу низку

проблем щодо отримання широкого переліку сировинних компонентів, отримання палив різного спрямування та забезпечить вирішення екологічних питань із захисту навколишнього середовища під час використання палива [2].

По-друге, період технічного і технологічного потенціалу нафтогазової галузі майже закінчився, спостерігається масове виведення з експлуатації об'єктів нафтогазової галузі. Зниження амортизації основних фондів в нафтовій промисловості становить 60%, в газовій промисловості - понад 57%. Найбільш значними технологічними проблемами є висока ступінь зносу нафтогазового обладнання і технології зворотного виробництва, що часто призводить до поломки обладнання . Недоліки технологічного характеру пов'язані не тільки з видобутком вуглеводнів, а також розвідувальних робіт. Проблема полягає у значному відставанні вітчизняних технологій і технічних можливостей.

Забезпечення достатнього рівня розвитку суб'єктів нафтогазового комплексу є необхідною умовою сталого розвитку будь-якої країни, оскільки крім чисто комерційної діяльності суб'єкти цього комплексу відіграють важливу соціальну роль, забезпечуючи населення, установи та муніципальні споживачі з природним газом. Серед іншого, основними проблемами розвитку українських підприємств нафтогазового комплексу є: виснаження нафтових і газових родовищ, старіння матеріально-технічної бази видобутку нафти і газу, висока собівартість видобутку нафти і газу, низький рівень інноваційної та інвестиційної діяльності [1].

Вирішення цих проблем є нагальними не тільки для нафтогазової галузі, від цього залежить і розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів, тож можна виділити наступні основні пропозиції для перспективного розвитку суб'єктів нафтогазового комплексу, які спрямовані на забезпечення економічної стабільності та енергетичної безпеки вітчизняних виробників і країни в цілому:

- розширення розвідувальних робіт, відкриття нових родовищ, створення резервів і освоєння мінеральних ресурсів в районах видобутку вуглеводнів;

•застосування нових ефективних технологій для видобутку нафти і газу, розробка нових методів підвищення нафтовіддачі, інтенсифікація розробки родовищ;

•введення гнучкої системи оподаткування, диференційованого податку в залежності від рентабельності компанії або диференційованих ставок податку на видобуток корисних копалин на певних критеріях;

•розробка родовищ міжнародного значення, пошук партнерів, іноземних компаній з передовими технологіями розвідки і видобутку нафти і газу.

Для досягнення позитивних результатів в цій області потрібно рішення важливих завдань. Вони включають стимулювання інноваційних процесів та пошук джерел їх фінансування. В майбутньому нафтогазова промисловість стане однією з галузей з надзвичайно високою концентрацією капіталу і виробництва. Необхідною умовою стратегічного інноваційного прориву в українському нафтогазовому комплексі є створення відповідного механізму його реалізації, який формується за довгостроковими прогнозами соціально-економічного, інноваційного та технологічного розвитку, довгострокової інноваційної політики та енергетичної стратегії. У разі створення сприятливого інвестиційного клімату в країні, до 2030 року Україна зможе досягти рівня повного виробництва власного газу за рахунок енергоефективності та збільшення виробництва звичайних і нетрадиційних ресурсів.

Література:

1. Бурлака, В.Г. (2012). Стратегія розвитку нафтового сектора України - Київ, НАУ, 356 с.

2. "Нафтогаз України". [Електроний ресурс] // Режим доступу: http://www.naftogaz.com

Гармаш С. В., *старший викладач*
кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

ВСЕБІЧНА ДЕГРАДАЦІЯ ЯК НОВИЙ ВИТОК «РОЗВИТКУ» УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ (ЗНАЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО РЕСУРСУ)

Проблемам системної кризи, яка стала притаманним явищем для українського суспільства, присвячено багато праць, промов та ін. Особливо ці питання починають загострюватися напередодні річниць та чергових виборів, але менш за все аналізуються причини та можливі шляхи виходу українського суспільства з цього ганебного становища.

Україна - найбідніша країна Європи! Такий вирок було винесено країні Міжнародним валютним фондом, оскільки політика дешевої робочої сили та побудова сировинної моделі економіки призвели до зубожіння широких верств працездатного населення та масової трудової міграції.

«Замість модернізації промисловості, інвестування у заміну зношеного та застарілого устаткування вітчизняних підприємств власники-роботодавці примудряються отримувати надприбутки попри високу матеріалоємність та енергоємність виробництва – шляхом скорочення витрат на заробітну плату найманого працівника. Кожен четвертий найманий працівник в Україні перебуває за межею бідності! Таке ганебне явище, як бідність серед тих, хто працює, просто не має виправдання з позиції європейської практики. За даними ООН, в Україні 63% українців є бідними. При цьому має місце кричуща майнова поляризація суспільства, розрив між доходами 10% найбідніших і 10% найбагатших критично надвеликий, так званий децільний коефіцієнт – 1:40»[1]. А поняття середнього класу в країні майже відсутнє.

При цьому Україні буде надано черговий кредит МВФ на 3,9 млрд. дол., які «менеджери» нашої країни декларують направити на роботи зі зниження

інфляції, консолідації бюджетних коштів та на проведення реформ. Вочевидь, що боргове ярмо все міцніше затягують на шиї майбутнього країни, але це особливо не бентежить правлячі олігархічні клани, оскільки «свої» мільярди вони виймуть навіть з бюджету країни.

«Ми були бідними, нас зробили жебраками, а такого цинічного пограбування можновладцями країна ще не знала» [2]. «Оскільки в нашій країні поняття «влада», «бізнес» та «кримінал» давно та надовго стали тотожними поняттями, то перш за все, персональну відповідальність повинні нести ті, хто цинічно наживався і продовжує наживатися за рахунок інтересів країни» [3, 18]. Але це знову ж таки малоймовірно, оскільки «кишенькові» інституції державної влади настільки корумповані та насичені політикою непотизму, що їхня моральна деградація приймається апріорі [4].

«Можновладцям та олігархам дуже пощастило, що терплячі українці мало страйкують і вдовольняються жалюгідними копійками. Роботодавці – жадібні та соціально безвідповідальні. Держава в результаті зрощення влади і крупного капіталу втратила функції незалежного соціального арбітра та обслуговує корисливі інтереси олігархічних кланів. Протягом останнього часу в Україні відбувається лише профанація та імітація реформування системи оплати праці»[1]. Слід додати, що більшість населення давно вже зрозуміло, що покладатися у теперішній ситуації залишається тільки на себе, а «імітація реформ» своєю ціллю має лише стрімке збагачення можновладців.

«Перспективи України становляться все більш сумними. Скорочення населення, перш за все, працездатної його частини, вимирання, утеча висококваліфікованих спеціалістів – все це може стати чи не більш серйозним, ніж війна. Адже мова йдеться про… людський потенціал у широкому сенсі, який включає як наявність самих людей, так і… необхідні професійні, інтелектуальні і морально-психологічні якості. За різними оцінками за межами України працюють від 5 до 10 мільйонів співгромадян. Еміграція… молодих, працездатних і кваліфікованих громадян тільки зростає. … біля 35% українців хотіли б залишити країну. Владно-олігархічній верхівки України масова

еміграція вигідна. По-перше, знижується соціальне напруження за рахунок виїзду за кордон активної частини суспільства. По-друге, Україна отримує від трудових мігрантів значні валютні надходження, які підтримують розвалену економіку країни, забезпечують олігархату можливість подальшого підвищення цін і тарифів, а також виводу капіталу за кордон, … знижують соціальну напруженість завдяки мінімальній стабілізації економіки. За даними Всеукраїнської асоціації компаній з міжнародного працевлаштування, щорічні надходження від трудових мігрантів складають 5-7% ВВП» [5].

У такій ситуації дуже зручно все списувати на зовнішнього ворога, але розкрадання та розвал країни відбувається з середини. І мова йдеться, перш за все, про морально-етичний вимір українців. Наприклад, дефіцит Пенсійного фонду – біля 50% або 140-152 млрд. грн. щорічно. Причини: скорочення працездатного населення (відтік за кордон) та тіньова економіка (50% працездатного населення працює у тіньовому секторі). Мова вже скоро йтиметься про спроможність держави взагалі виплачувати пенсії [5].

Погіршення демографічної ситуації, коли смертність українців перевищує народжуваність, - ще одна з причин зубожіння країни. Кожний рік з мапи країни зникає місто рівне за чисельністю населення Тернополю або Хмельницькому [5]. «З-за масового виїзду українців за кордон в Україні не розвиваються нові галузі, не впроваджуються інноваційні проекти. Влада нічого не робить, щоб українці не виїжджали. Вона спостерігає тільки за фінансовими потоками. В Україні це в основному пов’язано з енергетикою, оскілки там взагалі нічого не контролюється. В наявності величезні монопольні тарифи як для населення, так і для промисловості» [5].

Складається враження, що територію планомірно звільняють від її населення. Цьому сприяють і так звані «реформи» у сфері медицини (злочин перед теперішнім) та освіті (злочин перед майбутнім країни). «В українській владі серед «еліт» відбувається моральна ерозія. В Україні відбувається соціальне, економічне і моральне руйнування. Це – вкрай негативна ситуація. … гірше те, що при владі знаходяться люди, яким все байдуже. … українців в

Україні становиться все менше і менше, з країни уходить головний економічний ресурс – людський. Дуже важко сказати хто в таких умовах залишиться жити в цій країні. І що буде з Україною, якщо звідси виїдуть активні, розумні і працелюбні люди. Складно говорити і про те, якою буде етнічна структура населення, якою при таких умовах буде влада, якою - мораль» [5].

Література:

1. Павловський А. Проблеми реформування оплати праці в Україні. 06.11.2018 [Електронний ресурс] // Джерело: http://hvylya.net/analytics/economics/problemi-reformuvannya-oplati-pratsi-v-ukrayini.html

2. Гармаш С. В. Реформування економіки чи подальше пограбування країни (значущість людського чинника) / С. В. Гармаш // Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 28 листопада 2017 р. – Львів : Львівський інститут МАУП, 2017. – С. 104-107.

3. Гармаш С. В. Відсутність персональної відповідальності як мотиватор безладдя та беззаконня / С. В. Гармаш // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність : тр. 5-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 20 грудня 2014 р. / ред. П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2014. – С. 18-19.

4. Гармаш С. В. Роль непотизма в системе разрушающих факторов человеческого капитала / С. В. Гармаш // Science and education: trends and prospects : coll. of sci. art. – New York : Yunona Publishing, 2018. – P. 84-90.

5. Карпец А. Мрачные перспективы Украины: эмиграция, деградация, распад? 23.01.2018 [Електронний ресурс] // Джерело: https://fraza.ua/analytics/266116-mrachnye-perspektivy-ukrainy-emigratsija-degradatsija-raspad-

Абрамов М. Д., *магістрант*
Ігнашкіна Т. Б., *к.е.н., доцент*
кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України, м. Дніпро

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОГРАМИ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В УМОВАХ ПАО «ІНТЕРПАЙП НТЗ»

За нинішнього економічного стану нашої держави та й всього світу в цілому, значна роль у створенні національного продукту належить суб'єктам господарювання, як малим, середнім, так і великим. Кожен з них обирає сферу діяльності, визначає стратегічні цілі й тактичні завдання для їх реалізації, але всіх їх об'єднує прагнення вести діяльність ефективно, раціонально розпоряджатися власними ресурсами, щоб мати позитивний результат у вигляді збільшення прибутку, підвищення конкурентоспроможності, зростання вартості підприємства.

Особливе значення сьогодні приділяється питанням ефективності фінансового управління. Зміст фінансового менеджменту полягає в ефективності використання ресурсів для досягнення стратегічних і тактичних цілей виробництва.

Під ресурсами в широкому сенсі слова розуміють основні елементи виробничого потенціалу, які має в розпорядженні система і які використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку. Система будь-якого рівня охоплює природні, технічні, технологічні, кадрові, просторові, часові, структурно-організаційні, інформаційні, фінансові, нематеріальні ресурси [1]. У більш вузькому сенсі поняття ресурсів охоплює лише ті матеріальні потоки що підлягають подальшому перетворенню.

Обмеженість виробничих ресурсів, стрімке зростання цін на них обумовлює необхідність розробки і впровадження довго- і короткострокових програм ресурсозбереження. Цей напрям діяльності є особливо актуальним для нашої країни в цілому і кожного її суб'єкта.

При всій різноманітності визначень терміну «ресурсозбереження», суть його формулюється фахівцями практично однаково. Наведемо лише одне з таких визначень. Ресурсозбереження – це зменшення витрат сировинних ресурсів, використовуваних в промисловості, при збереженні або збільшенні кількості кінцевої продукції [2].

Одним із способів економії ресурсів є модернізація техніко-технологічної бази виробництва. При виробництві машин і обладнання значна кількість металу втрачається у вигляді відходів. Окрім цього, має місце й надлишкова їх вага. Як наслідок, маємо високий рівень матеріаломісткості продукції. Удосконалення технології переробки металів, зменшення ваги готових виробів дозволить набагато скоротити витрату рудної сировини. Економія води можлива при впровадженні оборотних систем водопостачання і т. д. Нові технології, крім того, дозволяють замінювати більш дефіцитні ресурси на менш дефіцитні, зокрема, скловолокно замінює дефіцитну мідь, пластик – залізо і алюміній.

З огляду на постійне зростання цін на основні паливо-енергетичні ресурси, залежність країни від імпорту палива, нераціональне в багатьох випадках їх використання, високу енергоємність валового внутрішнього продукту, не менш важливим напрямом ресурсозбереження є економія саме цих ресурсів. У 2017р. обсяги імпорту природного газу становили 3227,9 млн дол. США, інших видів палива (вугілля, нафта, продукти нафтопереробки, дизпаливо, бензин автомобільний) – 10809,6 млн дол. США [3]. У загальній структурі імпорту це становить майже 30%. Енергоємність ВВП значно вища ніж у провідних західних країнах.

Проблема ресурсозбереження є актуальною й для ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ», основною діяльністю якого є виробництво трубної та колісної продукції. Аналіз матеріаломісткості продукції заводу в динаміці за 2013-2017 роки свідчить про досить високий її рівень та стійку тенденцію до зростання. Так, у цей період аналізований показник становив 73,5-81,6 коп. на 1 грн. реалізованої продукції, а середньорічний темп його зростання знаходився на рівні 102,6%.

Перевитрати матеріальних ресурсів за рахунок фактору матеріаломісткості досягли найбільшої величини у 2016р. порівняно 2015р. (майже 632 млн грн). У 2017р. відносно минулого року у кількісному вимірі негативний вплив цього фактору був декілька меншим (448 млн грн.), але все одно досить значним.

Наведені результати свідчать про необхідність зниження матеріаломісткості і, в першу чергу, за рахунок пошуку і реалізації внутрішніх резервів виробництва. Одним з таких шляхів є впровадження проектів ресурсозбереження. Аналіз матеріалів підприємства показав, що у відношенні економії матеріальних ресурсів суттєві резерви має трубопрокатний цех №4 (ТПЦ-4), серед яких переважають такі, що потребують інвестицій, хоча є й проекти без інвестиційних витрат. По цьому цеху сформовано програму ресурсозбереження, яка містить загалом 8 проектів. З них 2 проекти передбачають удосконалення процесу прокатки без залучення додаткових коштів і спрямовані на економію металу за рахунок зниження відходів на 5-10%. За умови їх впровадження можна отримати приблизно 120 грн /т труб (до 1,5%). Річний економічний ефект становитиме 21,9 млн грн.

Інші 6 проектів є інвестиційними і спрямовані на зниження витрат природного газу за рахунок удосконалення режимів нагріву металу, модернізації нагрівальних печей, встановлення обладнання для утилізації теплоти продуктів згоряння, які передбачається реалізувати на дільниці нагріву заготівок та дільниці нагріву труб. На реалізацію цих проектів потрібні інвестиції у розмірі 32 млн грн. За оцінками фахівців підприємства економія природного газу досягатиме 15-20%, що в натуральних одиницях виміру складе більш ніж 7,5 млн. $м^3$.

Економічну ефективність інвестиційних проектів із заощадження палива визначено з використанням добре відомих і широко застосовуваних у міжнародній і вітчизняній практиці сучасних методів, що засновані на концепції вартості грошей у часі. В результаті розрахунків отримано такі показники ефективності: чиста сучасна вартість (NPV) 55,1 млн грн, дисконтований строк окупності (DPB) – біля 1,5 років, індекс прибутковості –

2,72 грн/грн. Як бачимо, усі показники свідчать про економічну доцільність впровадження проектів з економії природного газу.

Реалізація комплексної програми ресурсозбереження в умовах ТПЦ-4 дозволить знизити матеріаломісткість продукції цеха з 84,9 до 82,3 коп. на 1 грн реалізованої продукції (відносне зниження 3,0%), отримати додатковий прибуток у розмірі 51,2 млн грн. (приріст 39,1%), підвищити рентабельність продукції до 8,8% (збільшення на 2,6 процентних пункти).

За інших рівних умов відбудеться й покращення показників діяльності досліджуваного підприємства в цілому: матеріаломісткість знизиться на 1,1%, зростання прибутку складе 6,1%, рентабельності 1,3 процентних пункти.

Більш суттєві результати можуть бути отримані підприємством за умови розробки та реалізації ним стратегічного плану ресурсозбереження.

Література

1. Енциклопедичний словник з державного управління [Електронний ресурс] / Укл.: Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. – К.: НАДУ, 2010. – 820с. – Режим доступу: http://academy.gov.ua /NMKD/library_nadu/ Encycloped_vydanniy /14ff57eb-06bd-4b2b-8bfb-ead7f286d5dd.pdf

2. Економічний аналіз: Навч. посіб./ За ред. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2007. – 560 с.

3. Аналітична доповідь до щорічного послання Президента України до Верховної ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році / Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ, 2018. – 1316 с.

Шкапенко Т. О., *студентка,*
спеціальність «Публічне управління та адміністрування»,
Білоцерківський національний аграрний університет

ЗВЕРНЕННЯ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ ЯК ПІДСТАВА ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПОЗАПЛАНОВОЇ ПЕРЕВІРКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ НА ПРЕДМЕТ ДОТРИМАННЯ ВИМОГ ПРИРОДООХОРОННОГО ЗАКОНОДАВСТВА

В період економічних реформ і бурхливого індустріального розвитку сталось різке погіршення якості природного довкілля, що змусило більшість держав, у тому числі і Україну, замислитись про проблеми екології і важливість їх негайного вирішення [1, ст. 11]. На початку нового тисячоліття населення планети продовжує існувати в умовах екологічної кризи. Охорона довкілля та раціональне використання природних ресурсів є невід'ємною частиною процесу суспільного розвитку української держави, адже природні ресурси є основою життєдіяльності населення та економіки держави, тому забезпечення їх збереження, відтворення та невиснажливого використання є однією з основних передумов сталого соціально-економічного розвитку країни[2, с.317-318].

Раціональне використання природних ресурсів як складової навколишнього середовища є нагальною потребою нашої держави. Досвід передових країн свідчить, що ефективне управління природоохоронною діяльністю дає можливість для подальшого соціально-економічного розвитку з мінімальним впливом на навколишнє природне середовище[3, с.92]. Управлінська діяльність є загальною функцією для усіх гілок влади. Відповідно, контрольно-наглядова діяльність, будучи частиною управлінської діяльності, також властива усім гілкам влади. Контроль (нагляд) як функція державного управління загалом та органів виконавчої влади зокрема здійснюється у тісному взаємозв'язку з іншими управлінськими функціями[4].

Правові та організаційні засади, основні принципи і порядок здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, повноваження органів державного нагляду (контролю), їх посадових осіб і права, обов'язки та відповідальність суб'єктів господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю) визначаються положеннями Закону України «Про основні засади здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05.04.2007 р. № 877-V[5].

При цьому, у строк до 31.12.2018 даний Закон реалізовується в частині, що не суперечить вимогам Закону України «Про тимчасові особливості

здійснення заходів державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності»[6].

Законом України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» визначено, що державний нагляд (контроль) – діяльність уповноважених законом центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, органів місцевого самоврядування в межах повноважень, передбачених законом, щодо виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання й забезпечення інтересів суспільства, зокрема належної якості продукції, робіт і послуг, прийнятного рівня небезпеки для населення, навколишнього природного середовища. В силу приписів абз.3 ст.1 цього ж Закону державний нагляд (контроль) може бути реалізований шляхом здійснення позапланової перевірки.

Державним органом, що реалізовує повноваження контрольно-наглядового органу з питань охорони навколишнього природного середовища є Держекоінспекція України (п.1. Положення про Державну екологічну інспекцію України, затвердженого Постановою Кабінетом Міністрів України від 19.04.2017 №275[7]).

Право на безпечне для життя і здоров'я довкілля (ст.50 Конституції України[8]), а також право на звернення (ст.40 Конституції України, Закон України «Про звернення громадян»[9]), гарантують можливість подачі особами-заявниками повідомлень про кожен відомий (виявлений) ними факт порушення суб'єктами господарювання природоохоронного законодавства.

Виходячи із положень преамбули Закону України «Про звернення громадян» правова норма, якою регулюється можливість пересилання звернення за належністю, може бути приведена у дію виключно щодо звернення громадян, оскільки звернення інших осіб не є предметом регулювання цього Закону. Однією із законодавчо визначених вимог до звернення є обов'язковість викладення заявником суті порушеного питання, зауваження, пропозиції, заяви чи скарги, прохання чи вимоги (ч.7 ст.5 Закону України «Про звернення громадян»). Доцільно також відмітити, що вимоги

стосовно форми та змісту звернення громадян є предметом регулювання ст.5 Закону України «Про звернення громадян». В межах ч.7 ст.5 цього Закону законодавцем встановлено вичерпний перелік вимог, за умови дотримання яких адресат зобов'язується вжити заходи щодо розгляду звернення по суті.

Зміст вказаної правової норми узгоджується із абз.6 ст.3 Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» за яким до числа основних принципів державного нагляду (контролю) вітчизняним законодавцем віднесено, в тому числі, принцип об'єктивності та неупередженості здійснення державного нагляду (контролю), неприпустимості проведення перевірок суб'єктів господарювання за анонімними та іншими безпідставними заявами, а також невідворотності відповідальності осіб за подання таких заяв. До речі останнє, на даний час, залишається поза межами правового регулювання.

Однак практична реалізація вказаних вимог чинного законодавства ускладнюється через низку об'єктивних та суб'єктивних факторів. Частими є випадки, коли заявником не наводяться достатні обґрунтування (не додаються докази), які б свідчили про негативний вплив господарської діяльності відповідного суб'єкта господарювання на природні ресурси як об'єкти правової охорони (ст.5 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища»), внаслідок чого звернення носить загальний описовий характер.

Недостатнє приділення особами уваги щодо правильності подання та оформлення звернень усуває підстави для правомірності здійснення на підставі останніх заходів державного нагляду (контролю), а відтак і вжиття дієвих заходів реагування на порушення у сфері навколишнього природного середовища.

Низький рівень правової обізнаності заявників обумовлює надсилання останніми звернень до органів, що не уповноважені розглядати питання, які стали підставою для звернення. У таких випадках вітчизняний законодавець у ч.8 ст.5 Закону України «Про звернення громадян» зобов'язує орган державної влади, орган місцевого самоврядування, підприємство, установу, організацію

до яких подано звернення, оформлене без дотримання зазначених вимог, повернути таке звернення заявнику з відповідними роз'ясненнями не пізніш як через десять днів від дня його надходження, крім випадків, передбачених частиною першою статті 7 цього Закону. Так, в межах ст.7 Закону України «Про звернення громадян» закріплено правовий механізм щодо заборони відмови в прийнятті та розгляді звернення є гарантією від протиправного самоусунення органами державної влади від виконання своїх повноважень.

Пошук шляхів спрямованих на усунення визначених недоліків забезпечить підвищення рівня екологічної свідомості громадян, результативності взаємодії населення та держави в особі її органів щодо збереження оточуючого довкілля.

Література:

1. Іванова Т. В. Державне управління сталим екологічним розвитком України та її регіонів у системі раціонального природокористування : теорія, методологія, перспективні напрями // Т. В. Іванова / [монографія] – Донецьк: Юго-Восток, 2011.– 400 с.
2. Остапчук Т.М. Основні пріоритети охорони довкілля і раціонального використання природних ресурсів / Т. М. Остапчук // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. - 2014. - Вип. 1. - С. 317-322.
3. Якушев Д. Сучасні тенденції державної екологічної політики в Україні в контексті концепції сталого розвитку / Д. Якушев // Державне управління та місцеве самоврядування. - 2016. - Вип. 4. - С. 92-97.
4. Павлик І. Відмінність понять «державний контроль» і «державний нагляд»: нормативно-правовий аспект / І. Павлик// Науковий вісник. «Демократичне врядування». – 2017. Вип. 20.
5. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України, 05.04.2007 р. № 877-V [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16
6. Про тимчасові особливості здійснення заходів державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України , 03.11.2016 № 1728-VIII [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1728-19
7. Положення про Державну інспекцію України : Постанова Кабінету Міністрів України, 19.04.2017, № 275 [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D0%BF

8. Конституція України : Закон України, 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80
9. Про звернення громадян: Закон України, 02.10.1996 № 393/96-ВР [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80

Ченцова Ю. П.,*доцент кафедри*
економіки та менеджменту,
Західнодонбаський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ПАРК ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ РЕГІОНУ

В сучасних умовах перед регіонами України постає ряд проблем, повязаних з уповільненням темпів економічного розвитку та недостатньою інвестиційною активністю. У багатьох промислових регіонах інвестиційно непривабливі підприємства практично не мають перспектив для відновлення виробничого потенціалу. Разом з тим їх виробничі майданчики, а також території, вільні від забудови, можуть стати за умови створення індустріальних (промислових) парків стартовими майданчиками для відновлення економічного потенціалу територій.

Індустріальний парк – це облаштована відповідною інфраструктурою територія, в межах якої її учасники можуть здійснювати господарську діяльність у науково-дослідній сфері, сферах промислового виробництва, інформації і телекомунікацій.

Західний Донбас – один з промислових регіонів, який має всі необхідні умови для створення нової індустріальної структури. Ще до початку промислового освоєння вугільних запасів і формування вуглевидобувного комплексу в регіоні, зокрема в Павлограді (який є столицею Західного Донбасу) сформувався значний промисловий потенціал, який складався здебільшого з підприємств оборонного комплексу. Одним з найбільших підприємств є

Павлоградський механічний завод. На жаль, за останні десятиліття потужності підприємства не використовувались, в занедбаному стані є територія випробувального полігону, який є частиною комплексу заводу. Саме площі цього підприємства стали базовими для відкриття індустріального парку «Павлоград».

Метою створення індустріального парку є формування ефективного механізму надання преференцій інвесторам у вигляді підготовлених промислових територій для розміщення об'єктів інноваційної сфери, промисловості, будівництва, логістики й супутнього сервісу, підвищення якості життя населення через поліпшення інвестиційного й інноваційного клімату, забезпечення зайнятості працездатного населення.

Сучасна індустріальна структура має стати дієвим та ефективним механізмом із залучення інвестицій в економіку області, забезпечення сприятливих умов для функціонування та розвитку промислових підприємств, поліпшення інвестиційного іміджу області, забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності території, створення нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджетів, розвитку сучасної виробничої та логістичної інфраструктури.

Створення індустріального парку дозволить реалізувати ряд завдань, а саме:

- сприяти створенню промислових зон;
- стимулювати інвестиційну діяльність;
- створити систему стимулів для залучення вітчизняних та іноземних інвесторів у розвиток венчурних інноваційних фірм і проектів;
- розвивати інфраструктуру;
- стимулювати розвиток небазових галузей з метою диверсифікації економіки регіону;
- створити нові робочі місця.

Конкурентними перевагами індустріального парку є географічна близькість ринків збуту і трудових ресурсів, транспортна доступність,

інтеграція декількох видів транспорту, забезпеченість енергетичними ресурсами, близькість житла і соціальної інфраструктури, можливість розширення виробництва, передові інженерні рішення тощо.

Пріоритетними напрямами діяльності для визначення функціонального призначення індустріального парку «Павлоград» є нові виробництва з використанням екологічних, енергозберігаючих, інноваційних технологій в широкому спектрі галузей, зокрема: машинобудуванні, виготовленні будматеріалів, логістичній діяльності, легкій та переробній промисловості.

Створення індустріального парку є надзвичайно актуальним для регіону, оскільки це можливість залучити інвесторів, оптимізувати бюджетні витрати на інфраструктуру, диверсифікувати економіку регіону, а головне – створити умови для ефективного використання кадрового потенціалу території.

Література:

1. Індустріальні парки – крок до покращення інвестиційного клімату [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// www.ukrproject.gov.ua/node/25.
2. Концепція індустріального парку «Павлоград». Затверджено розпорядженням голови облдержадміністрації 13.12.2017 № Р-871/0/3-16

Лещух І. В., *к.е.н., молодший науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»,*
Біль М.М., *к.держ.упр., старший науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»,*
Попадинець Н. М., *к.е.н., старший науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»*

ЕНДОГЕННИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ: ЗМІСТ І СТРУКТУРА

Пріоритет децентралізації у системі реформ в Україні визначає необхідність якісних наукових досліджень різних аспектів соціально-економічних та управлінських змін. Оскільки в результаті децентралізації посилюється функціональність територіальних громад, актуалізується необхідність забезпечення їх спроможності та самодостатності. З огляду на це, питання ендогенного потенціалу територіальної громади має високе практичне

значення. Для розуміння прикладних особливостей його формування і використання, необхідно розкрити його зміст.

Дане дослідження покликане розвинути теоретичні засади дослідження категорії потенціалу та визначити структуру ендогенного потенціалу територіальної громади як важливого об'єкта прикладних досліджень в Україні. Воно розвиває ідеї вітчизняних учених, які вивчали різні потенційні категорії в економічній галузі знань (О. Дем'янчук – фінансовий потенціал, С. Лешанич – економічний потенціал, М. Пітюлич – інвестиційний потенціал, П. Перерва – виробничий потенціал, Е. Лібанова – людський потенціал, Н. Коленда – соціальний потенціал, О. Кубішина – трудовий потенціал, Б. Данилишин – природно-ресурсний потенціал та ін.).

Термін «*потенціал*» набув широкого використання у наукових дослідженнях економічного, соціологічного, географічного, державно-управлінського змісту. Поняття потенціалу є універсальним та набуло пікового використання в 90-х роках XX століття [1]. Його міждисциплінарний характер забезпечив формування понятійно-термінологічної диференціації залежно від сфери застосування.

У перекладі з латині термін «потенціал» означає «сила», «міць» [2, с. 26]. У доповнення етимології потенціалу існує дуже багато підходів до розгляду його змісту:

1) суб'єктні можливості, що можуть трансформуватись у дію або ні, від чого буде залежати ефективність потенціалу;

2) наявні сили, що можуть бути застосовані вже або при потребі;

3) запас – те, що може бути застосованим на перспективу при потребі;

4) здатність виконання певних завдань і досягнення цілей;

5) здатність створення згідно поставлених цілей і потреб.

Кожен з підходів є актуальним у застосуванні залежно від цілей наукового дослідження.

У табл. 1 опишемо класифікацію *видів потенціалу*. Її можна доповнювати. Згідно цілей нашого дослідження, буде зосереджено увагу на ендогенному потенціалі у відношенні до територіальних громад.

Таблиця 1

Види потенціалу як актуальні об’єкти досліджень
економічної галузі знань

з/п	Критерій	Види	Основні підвиди	Специфічні підвиди
	Об’єкт	Економічний (факторів виробництва)	- виробничий - природно-ресурсний - підприємницький - організаційно-управлінський - інфраструктурний - інноваційний	- потенціал економічного зростання - потенціал інклюзивного зростання - потенціал сталого розвитку, екологічний
		Людський	- трудовий - соціальний - демографічний - освітній - інтелектуальний	- міграційний - гуманітарний
	Суб’єкт	У людському вимірі	- людини - домогосподарства - колективу - соціальної групи	- креативний
		В інституційному вимірі	- підприємства, організації та їх об’єднань - сфери діяльності (галузі економіки, публічного управління, громадської діяльності)	- державного управління - культурний
		У функціо-нальному вимірі	- системи - процесу - явища	- потенціал спроможності системи
		У просторовому вимірі	- поселення - регіону - країни - світу - інтеграційного утворення	- територіальної громади
	Фаза функціону-вання	- формування - використання - відтворення - розвитку		
	Напрям фор-мування і дії	- зовнішній - внутрішній - екзогенний - ендогенний		
	Стан вико-ристання	- реалізований (капіталізований, активний) - нереалізований (акумульований, пасивний, втрачений)		

Джерело: узагальнено авторами

Терміни *«екзогенний» та «ендогенний»* мають геологічне походження. «Екзогенний» позначає процеси, які відбуваються або утворюються під впливом зовнішніх сил на поверхні Землі; «ендогенний» виникає, діє всередині чогось, пояснюється внутрішніми причинами [3]. Доволі часто даними термінами українські вчені підміняють «зовнішній» і «внутрішній». Це не зовсім вірно, адже екзогенність відображає зовнішні детермінації з характеристикою змін, які вони спричинили. Тобто екзогенність охоплює характер впливу зовнішніх чинників разом з наслідками – реакцією об'єкту впливу. Відповідно ендогенність відображає внутрішні впливи на об'єкт та характер його змін.

Зміст екзогенності та ендогенності змінює розуміння *екзогенного та ендогенного потенціалу*. Це не просто зовнішні (залучені) і внутрішні ресурси об'єкта, але й його здатність їх використовувати, що відображається зміною його стану та якості самого потенціалу.

Таким чином, дослідження екзогенного та ендогенного потенціалу потребує ширшого підходу. Вживання даного поняття надає переваги глибинного розгляду якісних характеристик використання потенціалу на рівні актуальних об'єктів. Одним з таких для України в нинішніх умовах децентралізацій є територіальна громада. Вкотре піднімається питання якості використання потенціалу територіальних громад і забезпечення їх спроможності та самодостатності. У даному контексті дуже важливим є з'ясування змісту і структури їх ендогенного потенціалу.

Дослідження сутності категорії «ендогенний потенціал територіальної громади» дозволяє зробити висновок про неоднозначність її трактування в науковій літературі, а також відсутність єдиного підходу до структурування зазначеного поняття.

Аналіз існуючих теоретичних підходів дозволив визначити наступні структурні складові ендогенного потенціалу територіальної громади (рис. 1). При цьому, слід наголосити на динамічності характеру та функціональній залежності зазначених складових елементів.

Рис. 1. Структурно-логічна схема ендогенного потенціалу територіальної громади*

Джерело: побудовано авторами

Отже, ендогенний потенціал територіальної громади як соціально-економічна категорія має свою складну ієрархічну структуру, компонентну основу якої складають фінансово-економічний та людський потенціали. Їх формування та реалізація відбувається під впливом фінансово-економічних, соціальних, політичних, організаційно-інституційних умов, а також детермінант внутрішнього і зовнішнього середовища. Враховуючи той факт, що в сучасних умовах економіки знань та підвищення в ній ролі людини саме на рівні територіальної громади може відбуватися максимальна реалізація як національного, так і регіонального (місцевого) ендогенного потенціалу, перспективою подальших досліджень буде розвиток методичних підходів до

оцінювання ендогенного потенціалу територіальних громад з позиції визначення їх спроможності.

Література:

1. Google Books Ngram Viewer [Electronic resource]. – Mode of access : https://books.google.com/ngrams/graph?content=Potential&year_start=1800&year_end=2000&corpus=15&smoothing=3&share=&direct_url=t1%3B%2CPotential%3B%2Cc0#t1%3B%2CPotential%3B%2Cc1

2. Нечитайло У. П. Аналіз сучасних підходів до визначення інвестиційного потенціалу регіону / У. П. Нечитайло // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 15. – С. 25–29.

3. Словопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://slovopedia.org.ua/32/53397/30732.html

Бондаренко О. Р., Козлова В. В., *студенти*
Науковий керівник: Бондарчук М. Є.,
асистент кафедри підприємництва і торгівлі
ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

СТАН ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

Олійно-жирова промисловість України є однією з найбільш ефективних секторів аграрного виробництва. Потужності переробних підприємств щорічно зростають, а високий коефіцієнт використання потужностей (80-90%) є підтвердженням прогресуючого зростання світового олійного ринку [1].

Галузь виробництва і реалізації рослинної олії залежить від кількості посівних площ певної технічної культури. За обсягом посівних площ олійні культури поступаються лише зерновим (пшениці та ячменю). Серед усіх технічних культур домінуюче місце у вирощуванні займає соняшник. Його вирощування в Україні як і раніше залишається наймаржинальнішим серед інших сільськогосподарських культур і становить понад 60%.

Природні ресурси України дозволяють успішно займатися вирощуванням соняшнику, а активний розвиток олійної галузі і насиченість ринку сучасними переробними потужностями дозволяють займати з експорту соняшникової олії лідируюче положення в світі - 57 % (рис. 1) [2].

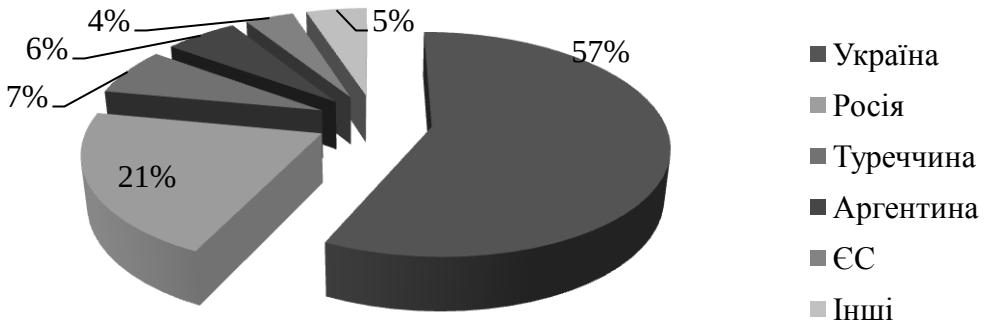


Рисунок 1 - Частка України у світовому експорті соняшникової олії, 2017 р.

У виробництві соняшникової олії спостерігається щорічна тенденція до збільшення обсягів даної продукції (рис. 2) [3]. Лише у 2015 р. виробництво знизилося на 17% в порівнянні з попереднім роком. На дане зниження вплинуло, як зменшення посівних площ соняшнику, так і його врожайність. Однак, після 2015 р. виробництво соняшникової олії почало зростати і у 2017 р. показало приріст майже 20% порівнюючи з 2016 р.

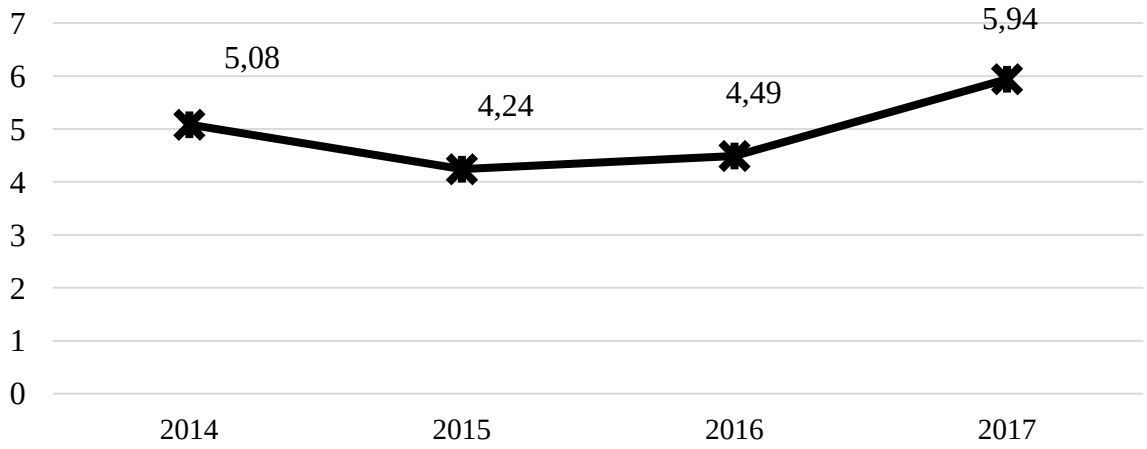


Рисунок 2 - Динаміка виробництва соняшникової олії в 2014-2017 рр., млн. т.

Протягом 2014-2017 рр. основними імпортерами соняшникової олії в Україну були Російська Федерація, Нідерланди, Німеччина, Словаччина та Чехія. За даними Державної фіскальної служби України імпорт соняшникової олії протягом 2014-2017 рр. значно зменшився, а саме на 91,85%. Причиною такого спаду є нестабільна економіко-політична ситуація в країні, що пов’язана з антитерористичною операцією на сході України та агресією Російської

Федерації. У 2014 р. вартість імпорту соняшникової олії Росії становила 2,3 млн. дол. США, у 2017 році – 0,055 млн. дол. США, у 2018 році імпорт взагалі не відбувався. [3].

В середньому за 2014-2017 рр. 90% виробленої соняшникової олії в Україні експортується, і цей показник зростає з кожним роком (рис. 3). Основними країнами для експорту виступали Індія, Китай, Іран, Іспанія.

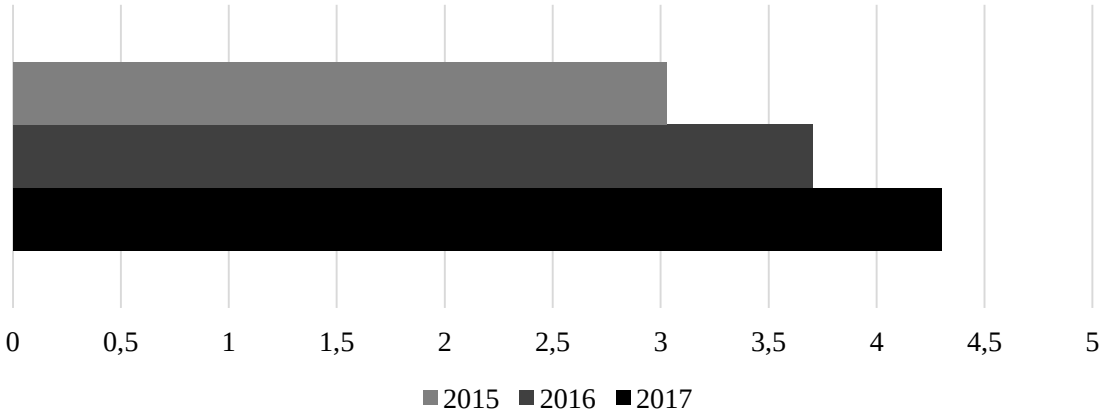


Рисунок 3 - Динаміка експорту соняшникової олії з України в 2015-2017 рр., млн дол. США

За даними, наведеними на рис. 5 видно, що експорт соняшникової олії у 2017 році зріс на 16% порівняно з 2016 р., що у вартісних одиницях становить 597 млн дол. США.

Лідерство України на світовому ринку соняшникової олії – це щоденний виклик для переробних підприємств. Для утримання першості необхідно створювати високотехнологічні виробництва та швидко реагувати на зміни ринку.

Література:

1. Бойко, С.М. Експортний потенціал ринку насіння соняшнику та продуктів його переробки в Україні/ С.М. Бойко : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.02.03 / Національний аграрний ун-т. — К., 2005. — 26 с.

2. Анализ рынка растительного масла Украины: краткий обзор 2018 года [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://marketing.rbc.ua/news/27.07.2018/10039

3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/ms/f3

Устюгова Ж. В., *викладач ККМГ*
ТНУ ім. В.І. Вернадського, м.Київ

ФІНАНСУВАННЯ ПРІОРІТЕТНИХ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЖИТЛОВОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Згідно офіційного статистичного звіту [1] про кінцеве енергоспоживання в Україні (без урахування АР Крим та зони проведення АТО) за 2007 – 2016 роки загальне кінцеве енергоспоживання домогосподарств у 2016 році склало 17586 тис. т.н.е., що на 1032 тис. т.н.е. більше, ніж у попередньому, 2015 році. У загальній структурі кінцевого енергоспоживання в Україні частка енергоспоживання домогосподарств в умовах енергодефіцитного енергетичного балансу у 2015 році становила 32, 6%, а у 2016 році зросла до 34,1%. Для порівняння – питома вага загального енергоспоживання промисловості за вказані роки становила відповідно 32,3% та 29,0% [1].

Таким чином, питання енергоефективності набуває неабиякого значення, особливо у житловому секторі нашої країни. Про важливість цього питання свідчать також дані статистичного звіту про постачання та використання енергії у 2017 році. Зокрема, у розрізі відпуску теплоенергії за всіма джерелами постачання енергії у 2017 році загальний обсяг відпуску теплоенергії у порівнянні з 2016 роком зменшився на 5,7% і становив 93,3 млн. Гкал., при чому втрати в тепломережах енергосистем у 2017 році склали більше 10% - 9,4 млн. Гкал. [5]. При чому, обсяг втрат найбільше вражає у порівнянні із обсягом витрат на комунально-господарські потреби: згідно з тими ж даними [5], у загальній структурі використання теплоенергії вони становили 24%.

У вирішенні завдань підвищення енергоефективності житлового сектору на поточний момент здійснена уже значна низка кроків: не перший рік триває співпраця із міжнародними фінансовими установами по розв’язанню цих задач, держава відшкодовує значну частку витрат по утепленню житлових будинків, (так звані «теплі кредити»). Зокрема, лише у 2016 році закінчили свою дію

наступні проекти [4]:

- Проект ЄС/ЄБРР «Технічна допомога українським муніципалітетам» обсягом € 5 млн. та тривалістю 8 років (2008-2016рр.), що був спрямований на модернізацію галузі водопостачання і водовідведення, централізованого опалення, транспорту в містах Рівне, Львів, Житомир, Енергодар та Івано-Франківськ;
- Проект Світового банку «Україна – проект з підвищення енергоефективності» обсягом $ 200 млн. діяв впродовж 2011-2016 рр., метою якого стало поліпшення енергетичної ефективності промислових і комерційних компаній, муніципалітетів, підприємств комунального сектору та енергосервісних компаній;
- Проект «Енергоефективність у громадах» Німецького товариства міжнародного співробітництва (GIZ) сумою у € 4 млн. протягом 2013-2016 рр. надавав підтримку 5 об'єднанням громад (консорціумам) у Дніпропетровській та Полтавській областях, м. Чернівці, м. Луганськ, м. Житомир.

У 2017 році також було завершено трирічний проект Швейцарського бюро співробітництва (SDC) «Енергетична ефективність – Житомир» обсягом $ 16,1 млн., спрямований на удосконалення муніципальної енергетичної інфраструктури та поширення використання поновлюваних джерел енергії.

У поточному, 2018 році на державному та муніципальному рівнях продовжується співпраця з Агентством Швеції з міжнародного розвитку «Енергетична ефективність» з метою збільшення енергетичної ефективності і зниженні викидів у довкілля обсягом € 16,1 млн. Окрім цього, Фонд Східноєвропейського партнерства з енергоефективності та довкілля (E5P) продовжує виділяти гранти на такі пріоритетні сфери: централізоване опалення, інші проекти з енергетичної ефективності, екологічні проекти на рівні муніципалітетів. Європейський банк реконструкції та розвитку об'єднав ці потоки та з весни 2016 року розпочав нову програму під назвою «iQenergy» в рамках якої уже освоєно ₴ 1 млрд. [7], що були витрачені на енергоаудит, облік,

контроль витрат тепла; встановлення вікон, теплоізоляції та ефективної вентиляції, що дозволяє знизити рівень енерговитрат; налагодження ефективної системи опалення, встановлення сучасних твердопаливних котлів та освоєння альтернативних джерел енергії (сонячна енергетика, вітроенергетика, біогазові установки та теплові насоси).

З Міжнародним банком реконструкції та розвитку діє співпраця за двома програмами (по $ 30 млн. кожна): «Розвиток міської інфраструктури-2» та «Підвищення енергоефективності у секторі централізованого теплопостачання» на 20 років під гарантії уряду [6].

Така тісна співпраця, зокрема, дає державі можливість компенсувати приватним домогосподарствам та ОСББ «теплі кредити», що спрямовані на скорочення енергоспоживання у житловому секторі. Кредити можна взяти в уповноважених банках (ПАТ «Державний Ощадний банк України», ПАТ АБ Укргазбанк та ПАТ КБ Приватбанк) й за умови використання їх на купівлю визначеного енергоефективного обладнання, матеріалів та робіт, отримати відшкодування, що у 2018 році визначено на рівні [8]:

- 20 % – на придбання сучасних енергоефективних негазових котлів (35 % для тих позичальників, що отримують субсидії на комунальні послуги);
- 35 % – для утеплення індивідуального житла;
- від 40 % до 70 % – для ОСББ на утеплення багатоповерхівок.

На ці потреби у 2018 році Кабінетом Міністрів України було виділено ₴ 400 млн, з яких ₴ 190 млн. – саме для ОСББ. З початку дії програми «теплих кредитів» у жовтні 2014 р. цією можливістю скористалося понад 400 тисяч позичальників, що залучили більше ₴ 5 млрд. Однак, цього не достатньо, оскільки показник питомого енергоспоживання в Україні у 2-3 рази вищий ніж відповідний показник у розвинутих країнах ЄС і за результатами оцінки експертів загальна потреба в інвестиціях у термомодернізацію житлового фонду становить більше ніж ₴ 830 млрд [2].

Враховуючи набутий під час реалізації вищезазначених проектів досвід та

важливість енергоефективності для забезпечення енергетичної незалежності країни, сьогодні завершується робота по створенню Фонду енергоефективності. Створення таких фондів передбачено Директивою 2012/27/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 25 жовтня 2012 р.

Джерелами коштів для вітчизняного Фонду енергоефективності у 2018 році є: ₴ 1 600 млн. з державного бюджету, €50 млн. від ЄС та €14 млн – окремо від Німеччини[2]. Основними реципієнтами коштів є ОСББ, що у своїй співпраці з Фондом при проведенні заходів з підвищення енергоефективності мають здійснити низку кроків:

1. Прийняття рішення ОСББ щодо доцільності приєднання до однієї з програм Фонду енергоефективності;
2. Проведення енергоаудиту та обґрунтування заходів й орієнтовної вартості заходів підвищення енергоефективності;
3. Оформлення, подача заявки до Фонду на відшкодування витрат за проектом;
4. За необхідності також оформлюється заявка до банку на отримання кредиту для покриття витрат на проектом;
5. Розробка комплекту технічних документів для проведення всіх стадій будівельних робіт та видача першої частини гранту Фонду;
6. Здійснення всього комплексу будівельних, монтажних та налагоджувальних робіт з термомодернізації;
7. Верифікація робіт та отримання решти гранту.

За оцінками експертів потенціал скорочення споживання газу в Україні після реалізації проектів лише за участю Фонду енергоефективності складає 10 млрд.м^3 [3]. В цілому ж реалізація багатовекторних заходів з підвищення енергоефективності дозволить підвищити енергетичну незалежність та економічну безпеку країни, знизити рівень техногенного навантаження на навколишнє природне середовище та негативні соціальні наслідки для населення.

Література:

1. Кінцеве енергоспоживання в Україні за 2007 - 2016 роки. Статистичний звіт. - [Електронний документ]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/ operativ/ operativ2016/sg/ekolog/ukr/k_ensp_u.html
2. Концепція впровадження механізмів стабільного фінансування заходів з енергоефективності (створення Фонду енергоефективності). - [Електронний документ]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/489-2016-%D1%80#n8
3. *Матеріали IV форуму енергоефективного партнерства – 2018. «ЕСКО: Успіхи та перспективи. Нові механізми сталого фінансування енергоефективності місцевих громад» (27.04.2018). м. Київ.* - [Електронний документ]. – Режим доступу : http://saee.gov.ua/uk/events/previews/2261
4. Можливості для розвитку громад. Довідник міжнародних проектів і програм у сфері децентралізації та регіональної політики, що реалізуються в України. – [Електронний документ]. – Режим доступу : http://www.auc.org.ua/sites/default/files/ library/dd_1_1.pdf
5. Постачання та використання енергії у 2017 році. Статистичний документ. - [Електронний документ]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/ operativ2018/energ/pve/pve2017.zip
6. Устюгова Ж.В. Шляхи фінансування заходів з впровадження проектів енергоефективності на муніципальному рівні в Україні. / Ж.В. Устюгова, О.С. Наконечна. // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток креативного публічного управління» (08.04.2016) – К. : Академія муніципального управління., 2014. - С. 106-108.
7. Програма фінансування енергоефективності в житловому секторі України «IQ energy». - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.iqenergy.org.ua/
8. Державна підтримка енергозбереження. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://saee.gov.ua/uk/consumers/derzh-pidtrymka-energozabespechenya

Пернарівська О. О., *студентка,*
Науковий керівник: Руженський М. М., к. е. н., доцент
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

ДІАГНОСТИКА КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ЕКОНОМІЦІ КРАЇНИ

Всебічна оцінка ризику розвитку кризових явищ в економіці країни вимагає ретельного розгляду загальної макроекономічної та соціальної ситуації. Як правило, якісний підхід до вимірювання країнного ризику передбачає аналіз шести груп чинників[1]:

1) соціальний добробут та стратегія розвитку;
2) макроекономічні;
3) зовнішня заборгованість;
4) внутрішнє фінансове становище;
5) оцінка прозорості управління;
6) оцінка політичної стабільності.

Основні показниками соціального добробуту є:

Основні економічні показники:

• географічне розташування, площа території;

• наявність природних ресурсів і сировинна незалежність;

• інфраструктура (порти, телекомунікації, дороги, енергетика, транспорт)

Соціальні показники:

• зростання населення, середня тривалість життя;

• рівень безробіття;

• середній вік та статева структура населення;

• охорона здоров'я;

• освіченість і державні видатки на освіту;

• бідність і розподіл доходів;

• ВВП на душу населення.

Макроекономічні та політичні чинники для аналізу країнного ризику:

1. Внутрішні оцінки економіки: національні рахунки, динаміка і структура ВВП, тіньова економіка, заощадження та інвестиції, структура торгівлі.

2. Макроекономічні показники: внутрішня інфляція (ІСЦ і дефлятор ВВП), реальний ефективний обмінний курс, ринковий курс, дефіцит державного бюджету, зростання грошової маси, реальні процентні ставки.

3. Нормативно-правова база (митний, податковий, трудовий кодекси).

4. Платіжний баланс: торговельний баланс, сальдо рахунку поточних операцій, міжнародні резервні активи, прямі іноземні інвестиції, коефіцієнти

ліквідності (коефіцієнт покриття імпорту, сальдо поточних операцій / ВВП), структура і склад зовнішніх запозичень.

Аналіз платоспроможності країни здійснюється на основі таких показників[3]:

• Борг / ВВП

• Обслуговування боргу (платежі по боргу / експорт)

• Чистий зовнішній борг / експорт

• Процентні платежі / експорт

• Борг / Експорт

• Рахунок поточних операцій / ВВП

• Борг / Офіційні резервні активи

• Офіційні резервні активи / Імпорт

• Короткостроковий борг / Офіційні резервні активи

• Короткостроковий борг / Прострочена заборгованість

• Середній термін погашення зовнішніх зобов'язань.

Чинниками внутрішнього фінансового становища є:

• розвиток банківської системи та її ефективність;

• рівень та динаміка процентних ставок;

• фінансова лібералізація (грошова маса / національний доход);

• стан фондового ринку та його ефективність (капіталізація, курси, прозорість);

• кредитна система і роль ринку цінних паперів в забезпеченні корпоративного фінансування;

• міжбанківський ринок та вторинний ринок державних цінних паперів;

• розвиток фінансових інструментів і фінансових інновацій;

• інституціональний розвиток та структурні реформи;

• юридичні обмеження на рух капіталу;

• пруденційний нагляд та система страхування вкладів.

Сьогодні, щоб отримати доступ до зовнішніх фінансових ринків країни з перехідною економікою мають продемонструвати, що вони дотримуються

високої прозорості і стандартів управління. Одним з ключових аспектів інвестиційного клімату є оцінка політичної стабільності, а також прозорість та ефективність правової та судової системи.

Виокремлюють декілька основних підходів до оцінки політичної стабільності. Перший підхід полягає в так званому «великому турі», коли направляється група фахівців для вивчення соціально-політичної ситуації і для виявлення ризиків і можливостей шляхом вражень з перших рук. Другий підхід передбачає оцінку політичної стабільності, спираючись на "стару гвардію", тобто досвідчених експертів, представників наукових та дипломатичних кіл. Третій підхід полягає в опитуваннях експертів і їх узагальненні методом Дельфі. Ще один підхід полягає в моделюванні політичного ризику. Ця методика передбачає виявлення зв'язків між соціальними та політичними змінами, які призводять до потрясінь.

Оцінка ризику розвитку кризових явищ в економіці країни включає аналіз статей і сальдо платіжного і торгового балансів країни, обсягу і структури зовнішнього боргу і розміру золотовалютних резервів. Значна величина останніх свідчить про здатність країни обслуговувати зовнішній борг, а також регулювати коливання обмінного курсу національної валюти. Стабільність національної валюти і здатність держави обслуговувати свій зовнішній борг залежать від великої кількості факторів, найважливішими з яких є: темп інфляції, політика у сфері валютного регулювання і управління резервами, грошово-кредитна і бюджетна політика, структура експорту та імпорту, захисні і стимулюючі заходи по зовнішній торгівлі, рівень світових цін на сировину (особливо на нафту), природно-кліматичні умови і т. д. Необхідно враховувати і можливості країни по наповненню валютних резервів шляхом запозичень за кордоном, зокрема у таких спеціально створених міжнародних організацій, як Міжнародний валютний фонд і Світовий банк, урядів іноземних держав, на міжнародних фінансових ринках та у недержавних інституційних інвесторів.

Для експрес-оцінки платоспроможності країни використовують декілька ключових показників[2].

Коефіцієнт обслуговування боргу (debt-service ratio) розраховується за певний період часу таким чином:

(Процентні платежі + Амортизація основної суми боргу) / експортна виручка *(1)*

Коефіцієнт обслуговування боргу відображає ліквідність країни-позичальника. Якщо значення цього показника нижче 10%, це вважається доброю ознакою, однак перевищення ним критичного рівня в 25-30% вже свідчить про неблагополучне економічне становище. Для отримання більш повної картини необхідно проводити деталізований аналіз структури боргу в розрізі кредиторів, валют, обсягів і термінів здійснення виплат, а також вивчення можливостей рефінансування боргу.

Коефіцієнт обслуговування боргу має низку недоліків, таких, наприклад, як велика волатильність знаменника в порівнянні з чисельником у формулі (1), а також залежність від офіційної статистики, яка може бути схильна до значних спотворень і публікуватися з запізненням. Крім того, цей показник відображає тільки поточну спроможність держави обслуговувати свій борг. Для усунення статичності рекомендується розраховувати відношення сальдо поточного рахунку платіжного балансу до коефіцієнта обслуговування боргу і відстежувати його динаміку [2].

Нижче наведено ще один коефіцієнт, використовуваний для оцінки платоспроможності країн-позичальників:

(Довгостроковий зовнішній борг-Ліквідні іноземні активи)/ВНП, *(2)*

де під довгостроковим зовнішнім боргом розуміється заборгованість із строком до погашення понад один рік.

Тривожною ознакою є значення цього показника, яке перевищує 50%, а допустимий рівень становить 30% і нижче.

Література:

1. Bouchet, Michel Henry. Country risk assessment / Michel Henry Bouchet, Ephraim Clark, and Bertrand Groslambert//Режим доступу: www.amazon.com/Country-Risk-Assessment.../0470845007

2. Энциклопедия финансового риск-менеджмента / под ред. А. А. Лобанова и А. В. Чугунова. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 786 с.
3. Renato Donatello Riberio. Country risk analysis//Режим доступу: www.gwu.edu/~ibi/minerva/spring2001/renato.ribeiro.pdf

Мамчин М. М., *к. екон. н., доцент,*
Національний університет «Львівська політехніка»
Фуртак І. І, *к.н.держ.упр., доцент,*
Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького
Паробецька І. М., *к.біол.н., доцент,*
Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

МЕХАНІЗМИ МАРКЕТИНГУ В ІНТЕГРУЮЧІЙ МОДЕЛІ МЕДИЦИНИ

Вертикально інтегрована система лікувально-профілактичних установ (ЛПУ) різних рівнів передбачає організацію усіх видів медичної допомоги в єдиному медичному комплексі з організацією «внутрішнього» ринку медичних послуг і пріоритетом первинної ланки охорони здоров'я. Головні відмінності такого підходу - це принцип договірних відносин між єдиним замовником і об'єднаної мережею ЛПУ на основі фіксованого поособового нормативу; договірні відносини всередині замкнутого комплексу ЛПУ; проведення економічних і організаційних заходів з управління структурою надання допомоги. Об'єктом фінансування є не окрема госпітальне установа, поліклініка або центр ПМСД, а весь комплекс медичних установ. Принцип розрахунку з кожним установою за наданий вид допомоги поступається місцем принципу фінансування комплексу взаємопов'язаних установ на основі поособового нормативу. Інтегрована система ЛПУ отримує фінансування на одного жителя на основі попереднього платежу, тобто незалежно від обсягу наданих детальних послуг. А оскільки поособовий норматив, по суті, є, тарифом, то фінансування виявиться фіксованим. У такій системі організації та фінансування медичної допомоги вирішальну роль набуває управління

собівартістю послуг за законами внутрішнього ринку в рамках єдиного медичного комплексу, який інтегрував свої можливостіз застосуванням ІТ.

Робота в такій системі потребують оптимізації обсягів медичної допомоги, постійного пошуку шляхів для зниження необґрунтованих витрат. При цьому фінансовий інтерес постачальників послуг буде полягати в раціональному управлінні їх собівартістю, а не в наданні більшої кількості послуг як при системі "оплати за послугу". Система управління собівартістю через поособовий норматив вимагає зниження обсягу послуг і вартості на одного пацієнта, однак, при цьому, повинні зберегтися якість допомоги і задоволеність пацієнта, зокрема онкохворих. В результаті з'являється можливість поєднати загальну зацікавленість всього комплексу ЛПУ в підвищенні якості та економічної ефективності надання медичної допомоги з відповідальністю і економічною зацікавленістю кожної ланки - сімейних лікарів, поліклінік, госпітальних відділень, параклінічні служби, аптеки тощо. Кожна з них, крім власного інтересу в розширенні обсягу наданих послуг і збільшення доходу даної установи, повинно бути зацікавлене також в ефективному функціонуванні всього комплексу. Загальний дохід установи або його підрозділу складається з доходу, отримуваного від надання послуг своїми силами, і економії, яка виникає в результаті оптимізації структури надання медичної допомоги. Причому поособовий норматив фінансування може використовуватися як для всього комплексу послуг, що надаються, так і для окремих спеціальностей і груп діагнозів всередині інтегрованої системи. В цьому випадку єдиними фінансовими зобов'язаннями зв'язуються всі установи і служби, які беруть участь у профілактиці, діагностиці та лікуванні певної групи захворювань. При цьому інтегруючу медичну допомогу визначають як медичну допомогу, максимально орієнтовану до потреб пацієнта, яка надається на основі тісної взаємодії і координації між постачальниками первинної та спеціалізованої медичної допомоги, з чітким розподілом обов'язків і спільною відповідальністю за кінцевий результат з широким використанням ІТ.

Принцип формування поособового нормативу - включення в нього витрат на всі взаємопов'язані види допомоги. До складу поособового нормативу доцільно включати витрати на зовнішні джерела надання допомоги, наприклад, за скеруваннями в обласні установи. Ланки надання медичної допомоги ведуть переговори про розподіл поособового нормативу. Кожне з них бере на себе певні зобов'язання щодо обсягу послуг, що надаються і поділу фінансових ризиків з іншими ланками. Відносини між ними будуються на основі договору. У ньому вказуються види послуг, що надаються, визначаються фінансові зобов'язання сторін. Тому організації охорони здоров'я мають всі стимули, в тому числі і фінансовий, для вкладення коштів в здоров'я пацієнта, в удосконалення методів ранньої діагностики захворювань та інші профілактичні заходи. На "вході" в цю систему діють певні умови забезпечення якості. Головне з них - інформація про емпірично доведену кращу клінічну практику, що включає клінічні та економічні показники. Засновані на цій інформації клінічні протоколи та керівництва рекомендують медичні втручання з найбільшою клініко-економічною ефективністю. Щоб скоординувати надання медичних послуг незалежно від того, хто і де їх надає, учасники використовують локальні клінічні протоколи (медичні маршрути пацієнтів), складені на основі фактичних даних з урахуванням передових методів роботи. Всі члени міждисциплінарних груп, включаючи сімейних лікарів, повинні слідувати цим протоколам і обґрунтовувати причини можливих відхилень. У протоколах чітко визначені вимоги до кваліфікації, необхідної для виконання кожної медичної процедури. Завдяки цим вимогам навички, зокрема щодо застосування ІТ, всіх учасників групи використовуються найбільш ефективно для реалізації механізму «гроші йдуть за пацієнтом» як при вертикальній, так і при горизонтальній інтеграції для ефективного надання медичних послуг.

Література:

1. Інтегруюча модель системи охорони здоров’я і механізми її реалізації та основні засади створення служби управління медичними послугами. Свідоцтво № 70353 про реєстрацію авторського права від 09.02.2017. Державна

служба інтелектуальної власності України / Фуртак І.І., Голунов А.І., Фуртак І.І., Балута І.А., Фуртак А.І., Фуртак А.І.- Заяв. № 70949 від 13.12.2016.

Шаптала Д. О., *магістрант групи 760м,*
Науковій керівник Задоя В.О., к.е.н.,доцент кафедри
економіки та менеджменту (Дніпропетровського національного
університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна)

ЩОДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ІНОВАЦІЙНОГО СЕРЕДЕВИЩА РЕГІОНУ

Інноваційний розвиток є основою для формування ефективної економіки країни. Безпосередніми учасниками інноваційного процесу повинні стати об'єкти державної регіональної економічної політики, тобто територіальні утворення, в межах яких здійснюється державне управління і місцеве самоврядування.

Інноваційне середовище регіону сприяє комерціалізації нововведень та їх подальшому впровадженню в їх економічну структуру. На соціально-економічні та науково-технічні регіональні програми впливає наявність затвердженої стратегії інноваційного розвитку території.

Стратегія інноваційного розвитку територій України повинна відображати пріоритети розвитку науки і технологій, виробничого потенціалу, окремих складових діяльності підприємств та бути орієнтована на результати.

Одним із критеріїв розвитку інноваційної системи – є інтегральна оцінка стану розвитку інноваційної системи, що широко застосовується на міжнародному рівні.

Достатньо відомі міжнародні рейтингові агентства, що оцінюють технологічний та інноваційний потенціал різних країн світу: Bloomberg (Bloomberg Innovation Index), WIPO (Global Innovation Index), VEF (Global Competitiveness Index), EIS (Innovation Union Scoreboard) - визначили основні індекси і нашої країни.

Згідно з доповіддю “Глобальний індекс інновацій 2017”, підготованою спільно Корнельським університетом, школою бізнесу INSEAD і Всесвітньою

організацією інтелектуальної власності (ВОІВ), Глобальний індекс інновацій (ГІІ) 2017 охоплює 127 економік світу й використовує 82 показники по цілому ряду тем.

Очолюють рейтинг країн-новаторів Швейцарія, Швеція, Нідерланди, США і Великобританія, а Україна посідає – 50 позицію, що є найвищим показником за період 2010-2017 рр. Відносно минулого року Україна піднялася на 6 пунктів, що обумовлено високим коефіцієнтом інноваційної ефективності (співвідношенням отриманого результату до інноваційних ресурсів) (рис. 1) [1].

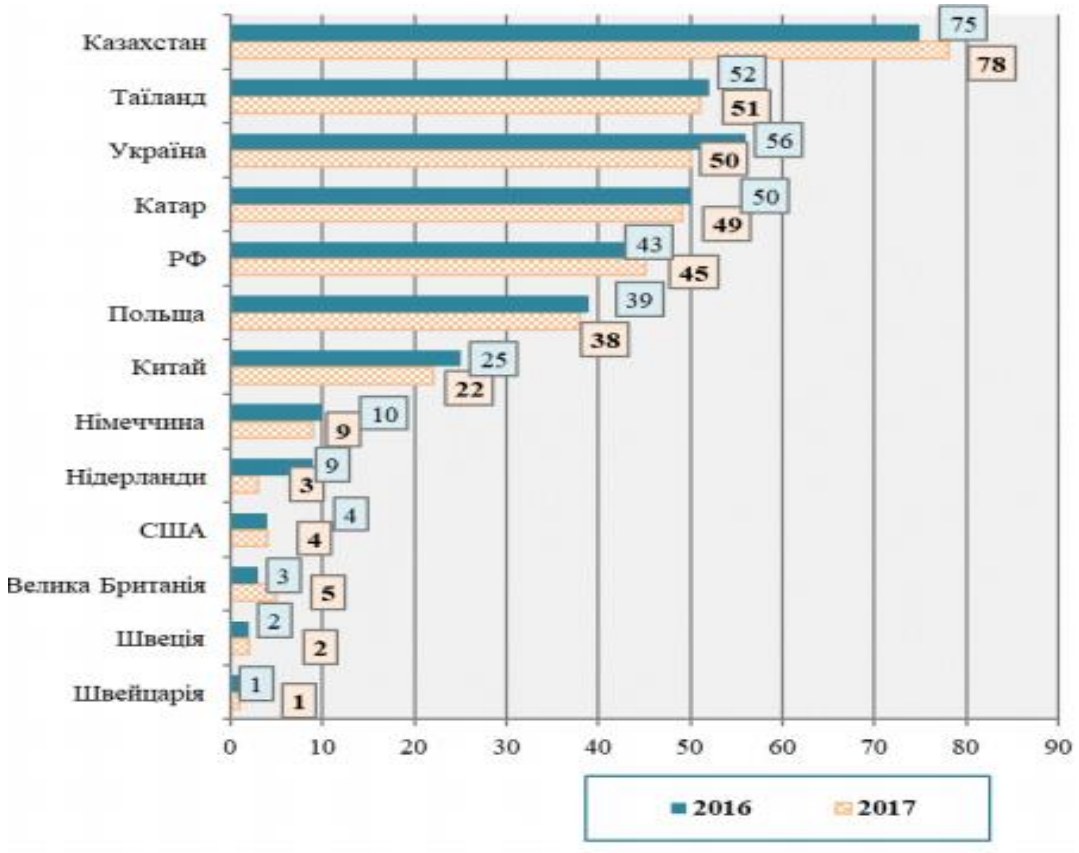


Рисунок 1 - Динаміка ГІІ по країнах за 2016-2017 рр.

Також потрібно відмітити, що позитивну динаміку заявок на винаходи та інновації по регіонам. У 2017 році високою залишалася активність заявників м. Києва, Харківської та Вінницької областей, але кількість заявок від них скоротилася на 7,2%, 3,6% та 30,0% відповідно. Водночас, майже на 17% та 14% зросла активність заявників Дніпропетровської та Одеської областей. Загалом, заявниками зазначених регіонів подано більше 7,1 тис. заявок, або

63,3% загальної кількості заявок на винаходи і корисні моделі, поданих національними заявниками у 2017 році [2].

Аналізуючи останні дослідження стосовно створення інноваційного середовища регіону, потрібно відмітити ряд суттєвих факторів, які необхідно враховувати в цьому процесі: специфіка регіону, наявність достатніх ресурсів, місце і пріоритет даного регіону у програмах державного розвитку, науковий, технічний та технологічний потенціал, наявність моделі інноваційного розвитку.

Література:

1. The Global Innovation Index 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2018. – 178 с

УДК 330.341.1:332.122

Яшов М. Є., *магістрант групи 753м,*
Науковій керівник Задоя В.О., к.е.н.,доцент кафедри економіки та менеджменту (Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна)

ЩОДО ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Поліпшення якості продукції і послуг, підвищення ефективності та конкурентоздатності підприємства на сучасному етапі розвитку ринку неможливе без активізації інноваційної діяльності організації. Удосконалення будь-якої соціально-економічної, наукової, технічної або технологічної системи проводиться через зміни всіх її елементів та складових. Таким чином формується модель інноваційного розвитку, що є нагальним завдання сучасних підприємств реального сектору економіки, незалежно від форми власності та галузі діяльності.

Усвідомлення та визначення наявних проблем повинно стати першим кроком шляху розробки сучасного механізму управління інноваційним розвитком виробничої системи.

В Україні сформовані чіткі механізми реалізації інноваційної політики, є достатньо розвинута нормативно-правова база, що є основою для здійснення ефективної інноваційної політики. В період з 1991 по 2006 рр. були прийняті та діють дотепер Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність", Закон України "Про інноваційну діяльність" та Закон України "Про державне регулювання у сфері трансферу технологій".

В подальшому було затверджено ряд нормативно-правових актів та різноманітних програм і стратегій інноваційного розвитку держави. Особливо необхідно відмітити Програму розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні, яка була затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. № 389 та «Стратегію інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», розробленої на виконання Постанови Верховної Ради України від 17 лютого 2009 р. № 965-VI.

В країнах Європейського союзу також впроваджувались подібні програми, які благо приємно впливали на припинення стагнації в реальному секторі економіки та підвищенню ступеня інноваційної активності підприємств малого та середнього бізнесу. Серед них – програма «Manufuture» («Машинобудування майбутнього»), яка переросла в проект «FactoriesoftheFuture» («Підприємства майбутнього»).

Характеризуючи стан розвитку інноваційного середовища в період 2012–2014 рр. можливо відмітити наступне: частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю, за рекомендованими видами економічної діяльності становила 14,6%, у т.ч. здійснювали технологічні інновації – 9,5% (5,2% – продуктові та 7,2% – процесові), нетехнологічні – 8,6% (4,7% – організаційні та 6,4% - маркетингові) [1].

Кризові явища в глобальній та вітчизняній економіці призвели до зменшення рівень інноваційної активності промислових підприємств.

Статистио-економічний аналіз свідчить про те, що питома вага інноваційно орієнтованих вітчизняних підприємств за період з 2010 по 2015 роки збільшилася з 13,8% до 17,3 %. У 2015 році нараховувалось більше 43409

промислових підприємств, що складає 6,95 % від їх загальної кількості. За статистичними даними за 2010 рік понад 1462 промислових підприємств займалися інноваційною діяльністю або 13,8 %, з 2011 року можна побачити збільшення кількості підприємств, що займалися інноваційною діяльністю на 2,4 % і обсяг інноваційно активних підприємств становив 16,2%, у 2012 та 2013 роках спостерігаємо тенденцію збільшення інноваційної активності, яка зменшується до кінця 2014 року. У 2014 році інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1609 підприємств, або 16,1% з розглянутих промислових підприємств. З них 1206 підприємств фінансували інноваційну діяльність, а 1208 підприємств впроваджували Економічний форум 2/2017 19 інновації. а у 2015 році – 824 крупних промислових підприємств або 17,3 % [2-3].

Розвиток інноваційного середовища в Україні відповідає вибраному вектору, спрямованому на європейський шлях розвитку. Необхідною передумовою для цього є розроблення відповідної державної стратегії, яку в ході необхідної суспільної дискусії підтримають основні зацікавлені сторони. Така стратегія в разі її ухвалення Верховною Радою дозволить створити децентралізовані структури прийняття рішень, які, тим не менше, працюватимуть на досягнення спільної мети – забезпечення динамічного та гармонійного соціально-економічного розвитку країни.

Література:

3. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Корнух // Ефективна економіка. – 2013. – № 12.
4. Віннікова І.І. Аналіз інноваційної активності промислових підприємств України. / Віннікова І.І. // Економіка та держава – 2015. – № 8– С. 47-53.
5. Наукова та інноваційна діяльність у 2015 році: статистичний збірник. — К.: ДП "Інформаційно-видавничий центр Держстату України", 2014 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm

Кір'ян О. І. *к.е.н.*
доц. кафедри менеджменту
Українська інженерно-педагогічна академія

ОСВІТНІ НАВИЧКИ КЕРІВНОГО СКЛАДУ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ

Процес сучасної керівної діяльності передбачає вміння одночасного виконання значної кількості різноманітних функцій, утримування уваги на декількох проектах, задачах, співробітниках. Він ускладнюється тим, що інформаційне та правове забезпечення трудової діяльності постійно оновлюється та ускладнюється. Особливо це стосується діяльності працівників в державному секторі. В той же час більшість авторів (Л.Бутрин, М.Галатюк, Г.Костюк, О.Скоблікова, А.Хуторський та багато ін.) розглядають здатність до навчання більшою мірою в контексті навчального процесу учнів навчальних закладів, тоді як сучасний світ, сучасна система управління потребує її від усіх осіб, задіяних в суспільній діяльності.

Керівники організацій, що здійснюють державне та регіональне управління, повинні, на наш погляд, з одного боку, забезпечувати ефективну діяльність власної організації, з іншого – формувати продуктивну ґрунтовну співпрацю держави та суспільства, учасників економічних та соціальних відносин, і при цьому дотримуватись безпеки держави та регіону у внутрішньому та зовнішньому середовищі, забезпечувати сталий розвиток та збагачення бюджету. Все це вимагає швидкої адекватної реакції на розмаїття змін в правовому полі, суспільстві, зовнішньому оточенні тощо. Досягти потрібної компетентності, на наш погляд, можливо лише за умов постійного навчання керівників державної служби, засвоєння ними нових знань у відповідних сферах, здатності вивчати нові прийоми та методи праці й керування підлеглими, спілкування з зовнішнім середовищем, обробки та передачі інформації, формування управлінських рішень тощо. Тому ґрунтовно

можна вважати, що наявність у керівного складу державних службовців високого рівня навчально-пізнавальних та інформаційних компетентностей стає нагальною потребою забезпечення сталого розвитку держави.

Визначення двох основних компетентностей наступне: «Навчально-пізнавальна – це сукупність компетентностей у сфері самостійної пізнавальної діяльності, що включає елементи логічної, методологічної, евристичної, загальнонавчальної діяльності, співвіднесеної з реальними об'єктами, які пізнаються. Інформаційна – за допомогою реальних об'єктів (телефон, комп'ютер, принтер, тощо) й інформаційних технологій (аудіо-, відеозапис, електронна пошта, ЗМІ, Інтернет) формуються вміння самостійно шукати, аналізувати та відбирати необхідну інформацію, організовувати, перетворювати, зберігати та передавати її» [1]. Розглянемо їх основний зміст, який, на наш погляд, повинен бути в наявності у кожного керівника.

1. Опрацювання та відбір нової інформації. Керівник державного сектору одночасно опрацьовує інформацію щодо статистичних даних відповідно до виконуємих функцій (динаміку змін населення за групами, стан економічних та ін. показників тощо). Крім того, він здійснює моніторинг законодавчої бази щодо внесених змін, нових нормативних рекомендацій, роз’яснень. Для ефективної діяльності в цьому напрямку необхідно постійно вивчати право, законодавство, логіку, статистику тощо. В разі відсутності вміння опрацьовувати значні обсяги інформації, не достатньо повне розуміння опрацьованої інформації, відсутність знань щодо змісту діючої та попередньої законодавчої бази керівник не в змозі зрозуміти інформацію та визначитись з подальшими процесами її обробки та застосування. Розуміння вивчаємої інформації потребує значного словникового запасу в різних сферах життєдіяльності для усвідомлення отриманого матеріалу в повному обсязі в тому контексті, в якому його подали автори стосовно окремої проблематики або щодо глобального питання.

2. Узагальнення та адаптація отриманої інформації. Спираючись на

п.1 та накази вищого керівництва організації, необхідно поєднати всю оновлену інформаційно-правову базу та привести її в єдине інформаційне поле. Ефективність цього процесу керівнику забезпечить вивчення механізму здійснення наукових досліджень, реалізації елементів менеджменту. Відсутність здатності до узагальнення та адаптації призведе до накопичення оновлених даних без відокремлення застарілих, плутанини і прийняття не ефективних рішень, видачу громіздких, стратегічно помилкових завдань. У керівника повинна бути гарна пам’ять для утримання вже наявної комплексної інформації, здатність до декомпозиції проблеми та систематизації складових (з метою убезпечення оновлення бази матеріалів в потрібному обсязі, що скорочує розмір змін до мінімально необхідного). В іншому випадку виконавці отримають не узгоджений матеріал, різні вимоги до однотипних завдань.

3. Формування управлінських рішень та критеріїв праці. Згідно п.2 потрібно сформулювати та надати підлеглим нові завдання, вказівки, ознайомити з новою інформацією, звернути увагу на вилучення застарілої нормативно-правової інформації тощо. При цьому надання інструктивного матеріалу може і повинно здійснюватись з застосуванням всього доступного розмаїття каналів передачі. Це формує 2 напрямки обов’язків:

3.1. Керівник змушений вивчити особливості всіх каналів передачі інформації, розумітися на їх особливостях та вміти їх застосовувати, кожного разу визначати найбільш ефективний для передачі певного матеріалу. Крім того, він повинен постійно оновлювати знання механізму прийняття управлінських рішень, управління персоналом та ін. Для узгодження процесів та уникнення проблем керівник повинен володіти новітніми нормативно (законодавчо) дозволеними формами діловодства. Остання складова є особливо значущою і перетинається з п.1, бо державний службовець будь-якого рангу в межах своїх обов’язків здійснює або контроль, або консультування інших членів суспільства. Відсутність навичок та здатності прийняття рішень призводить до постійної не

ефективної роботи підлеглого персоналу, погіршення показників діяльності всієї організації та підпорядкованого державного сектору.

3.2. Керівник повинен володіти інформацією, знаннями щодо переліку та змісту всієї нормативної та інформаційної бази, яку використовує сам та його підлеглі та громадськість в підзвітному секторі життєдіяльності. Лише в цьому випадку він буде здатен внести всі необхідні зміни в зміст її складових в повному обсязі. Інакше в виконавчому колі будуть одночасно присутні матеріали з різними вимогами, показниками, завданнями тощо. Це призведе до хаосу, можливих помилок в життєдіяльності окремих організацій т громади в цілому, спровокує в подальшому застосування не обґрунтованих штрафних санкцій, позовів та ін.

Вищевказане доводить, що навчання [2], особливо керівника державного сектору, повинно бути постійним та всебічним, бо «прогалини» в даному питанні негативно впливають не тільки на самого керівника та підпорядкований колектив, але й на цілу сферу державного сектора, до якої він має безпосереднє відношення, тобто, і на прибутковість регіону та держави в цілому.

Література:

1. А. Хуторської. Ключові освітні компетентності. URL: http://osvita.ua/school/method/2340/ (дата звернення: 07.11.2018)

2. Васильєва Н.Г. Формування самоосвітніх умінь, навичок і основних професійних компетенцій у студентів ВНЗ у процесі безперервної освіти // Н.Г.Васильєва // Проблеми інженерно-педагогічної освіти: збірник наук. пр. : Вип. 54-55/ Укр. інж.-пед. акад.; голов. ред. О. Е. Коваленко. - Харків: УІПА, 2017. - 392 с. URL: http://repo.uipa.edu.ua/jspui/handle/123456789/5636 (дата звернення: 24.11.2018)

Корінь М. В., *к.е.н.,*
доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПАТ «УКРЗАЛІЗНИЦЯ»

Реформаційні процеси, що наразі мають місце на залізничному транспорті України, спрямовані на активне включення українських залізниць в систему транс'європейських транспортних зв'язків та забезпечення реалізації вигідного для країни транзитного потенціалу. Однак, попри численні заходи щодо входження ПАТ «Укрзалізниця» в європейський транспортний простір наразі в галузі наявні численні асиметрії розвитку, що обмежують можливість її повноцінної інтеграції в Європу. В значній мірі наявні асиметрії зумовлені технологічною відсталістю залізничного транспорту від рівня розвитку європейських залізниць, що відбивається в нагромадженні фізично і морально зношеного рухомого складу, залізничної інфраструктури, контактної мережі, засобів зв'язку тощо.

Особливу загрозу фактор технологічної відсталості становить для безпеки та привабливості перевезень, а відповідно й операційної ефективності галузі в умовах її переходу до моделі управління активами за бізнес-вертикалями. Адже згідно зі Стратегією розвитку ПАТ «Українська залізниця» кожна бізнес-вертикаль буде створення на основі фондів, що наразі експлуатуються у відповідних підрозділах, а це наперед означає збереження низького рівня ефективності компанії.

Згідно з статистичними даними вже наразі вичерпали свій експлуатаційний ресурс більше 90 % фондів галузі [1]. Аналіз поточного стану вантажного рухомого складу дозволив встановити, що наразі парк вантажних вагонів зношений на 90 %, парк вантажних електровозів – на 88 %, а парк тепловозів і взагалі на 100 % [2]. Досить складною є ситуація і з рухомими складом, призначених для пасажирських перевезень. Зокрема, середній термін

експлуатації усього парку пасажирських вагонів наразі становить 27,5 років, а рівень зношеності – 87 %. Із загальної кількості електропоїздів робочий парк нараховує лише 37 %, а дизель-поїздів і взагалі лише 5 %. Масштабної модернізації потребує й залізнична інфраструктура, фізичний знос якої перевищує 60 %, у тому числі об'єктів колійного господарства – 86 % [3].

Згідно зі Стратегією розвитку ПАТ «Українська залізниця» до 2021 року наразі відбуваються зміни в системі корпоративного управління галуззю, що пов'язанні з формуванням 5 бізнес-вертикалей, що націлені на обслуговування окремих сегментів ринку, а саме: бізнес-вертикаль вантажні перевезень, бізнес-вертикаль пасажирські перевезення, інфраструктура, послуги тяги, виробництво та сервіс [1]. Враховуючи те, що нові бізнес-вертикалі формуються на базі діючих сфер діяльності залізничного транспорту і відповідно, їх створення буде відбуватися шляхом передачі на баланс наразі наявних в галузі основних фондів, то вважаємо за необхідне зупинитися на характеристиці основних напрямків реалізації модернізаційних перетворень у кожній бізнес-вертикалі.

Перша бізнес-вертикаль «Вантажні перевезення та логістика», діяльність якої пов'язана з надання логістичних послуг та послуг в сфері вантажних перевезень. Враховуючи існуюче становище сфери вантажних перевезень, основними напрямки модернізації даної бізнес-вертикалі варто визначити:

- оновлення парку вантажних вагонів шляхом придбання та проведення капітального ремонту існуючих моделей, налагодження спільних виробництв вагонів з провідними закордонними компаніями;
- формування і розвиток ефективної збалансованої термінально-складської мережі на всій території України шляхом створення вантажопереробних терміналів, мультимодальних термінальних комплексів багатоцільового призначення, що надають широкий спектр складських, митних та супроводжуючих послуг;

- розширення портфелю транспортних послуг за рахунок переходу до інтегрованих послуг з перевезення вантажів «від дверей до дверей» за принципом «одного вікна»;

- впровадження інформаційно-телекомунікаційних систем обслуговування, в тому числі програм з обміну інформацією, баз роботи з клієнтами та програм автоматизованого розподілу парку вантажних вагонів між клієнтами тощо;

- запуск нових контейнерних та контрейлерних поїздів, мультимодальних транспортних маршрутів, в тому числі участь у проектах розбудови нових сухопутних маршрутів;

- будівництво окремих залізничних ліній для обслуговування вантажних перевезень тощо.

До основних напрямків модернізації бізнес-вертикалі «Пасажирські перевезення» варто віднести:

- оновлення парку пасажирських вагонів за рахунок придбання нових типів вагонів та збільшення парку рейкових автобусів, придбання та проведення капітального ремонту моторвагонного рухомого складу;

- відновлення інфраструктури вокзальних комплексів, будівництво сучасних багатофункціональних транспортно-пересадочних центрів як регіонального, так і міжнародного значення;

- розширення спектру послуг за рахунок організації руху туристичних поїздів, впровадження мультимодальних пасажирських перевезень, розвитку каналів продажів (збільшення кількості автоматів з продажу квитків, приєднання до пан'європейської системи продажу та глобальних систем бронювання, розвиток кейнтерингу тощо);

- оснащення приміського рухомого складу мобільними терміналами обліку і контролю проїзних документів;

- введення системи «соціального замовлення» з боку регіональних органів влади шляхом визначення попиту на перевезення з боку пільгових

категорій для кожного окремого маршруту та встановлення на цій основі фактичної потреби в субсидіюванні;

- будівництво нових залізничних ліній, розрахованих високошвидкісний рух пасажирських поїздів між ключовими пасажирськими хабами;

- впровадження сучасних клірингових технологій, забезпечення максимальної механізації робіт з екіпірування поїздів тощо.

Модернізація бізнес-вертикалі «Інфраструктура» має проводитися за такими напрямками:

- забезпечення своєчасного проведення капітальних та поточних ремонтів колії, інженерних споруд, тягових підстанцій та контактної мережі, перехід на систему ремонтного обслуговування залежно від фактичного стану;

- закупівля нового технічного обладнання, технологій та машин для виконання колійних робіт, віддаленої діагностики стану інфраструктури, робіт з обслуговування контактної мережі, пристроїв електропостачання тощо;

- проведення подальшої електрифікації ділянок залізниць з розширення їх провізних здатностей, а також ;

- впровадження енергоефективних технологій, в першу чергу за рахунок придбання живильних установок, дизель-генераторів, трансформаторів нового типу, радіостанцій, введення в експлуатацію швидкодіючих елегазових вимикачів для тягових підстанціях, пультів управління, системи мікропроцесорного кодового управління, панелей живлення тощо;

- введення автоматизованих систем управління на великих полігонах основних напрямків мережі за рахунок впровадження й спорудження кабельних волоконно-оптичних ліній зв’язку та встановлення цифрового устаткування тощо.

Основними напрямками модернізації бізнес-вертикалі «Послуги тяги» необхідно визначити:

- оновлення парку тягового рухомого складу шляхом придбання нових двосистемних електровозів, односистемних вантажних постійного і змінного

струму, а також магістральних вантажних тепловозів і гібридних маневрових тепловозів;

- проведення ремоторизації тягового рухомого складу сучасними силовими установками маневрових та магістральних тепловозів;

- оснащення тягового рухомого складу системами автоматизованого контролю рівня використання палива та технічного стану локомотиву;

- впровадження автоматизованої системи планування роботи тягового рухомого складу тощо.

Бізнес-вертикаль «Виробництво та сервіс» може бути модернізовано шляхом:

- уведення сучасних технологій ремонту тягового рухомого складу, в першу чергу високотехнологічного та енергозберігаючого обладнання, технологій ощадливого виробництва, автоматизації виробничих процесів з ремонту рухомого складу;

- впровадження системи ремонту тягового рухомого складу залежно від його технічного стану;

- створення спільних з провідними закордонними компаніями виробництв з ремонту та виготовлення запасних частин і в цілому нового рухомого складу тощо.

Література:

1 Основні аспекти стратегії розвитку ПАТ «Укрзалізниця» 2017-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uz.gov.ua/about/general_information/. – Назва з екрана.

2 Обговорення довгострокової стратегії зміни тарифів на вантажні перевезення ПАТ «Укрзалізниця» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/451909/. – Назва з екрана.

3 Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mtu.gov.ua/ . – Назва з екрана.

Баркалова А. В., *студентка кафедри Обліку та аудиту*
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Козлова В. Я., *к.е.н.,доцент кафедри Обліку та аудиту*
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

РОЛЬ ПДФО У ФОРМУВАННІ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Податок на доходи фізичних осіб (далі ПДФО) – це примусовий платіж фізичної особи, що стягується органами державної влади з метою фінансового забезпечення діяльності держави, з доходів фізичних осіб згідно розділу IV Податкового кодексу України.

Платниками ПДФО відповідно до ст. 162 Податкового кодексу України:

- фізична особа — резидент, яка отримує доходи як із джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи;
- фізична особа — нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні;
- податковий агент.

Не є платником податку нерезидент, який отримує доходи з джерела їх походження в Україні і має дипломатичні привілеї та імунітет, встановлені чинним міжнародним договором України, щодо доходів, які він отримує безпосередньо від провадження дипломатичної чи прирівняної до неї таким міжнародним договором діяльності.

Об'єктом оподаткування резидента є**:**

- загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід;
- доходи із джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання);
- іноземні доходи — доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України.

Об'єктом оподаткування нерезидента є:

- загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід із джерела його походження в Україні;
- доходи із джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання). [1]

З 01.01.2018 року ставка ПДФО становить 18 відсотків бази оподаткування, окрім випадків зазначених у ст. 167 Податкового кодексу України. Такий відсоток оподаткування було встановлено у 2016 році.

У 2015 році застосовувалась ставка 15% у разі, якщо сума відповідного доходу за звітний місяць не перевищує десятикратний розмір мінімальної зарплати, встановленої на 1 січня звітного року; інакше застосовувалась ставка 20% до суми такого перевищення.

До 2015 року існували такі ставки на податок: якщо місячний дохід не перевищує десятикратного розміру мінімальної зарплати, встановленої на 1 січня звітного року, то ставка ПДФО становила 15%, в іншому разі 17% на суму такого перевищення.

Податок на доходи фізичних осіб входить до складу доходів Державного бюджету України, що сплачується (перераховується) згідно з Податковим кодексом України у розмірі 25 відсотків на відповідній території України (крім території міст Києва та Севастополя) та у розмірі 60 відсотків - на території міста Києва відповідно до ст. 29 Бюджетного кодексу України.

Податок на доходи фізичних осіб від оподаткування пасивних доходів у вигляді процентів на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, процентів на вклад (депозит) члена кредитної спілки у кредитній спілці перераховується до Державного бюджету України у повному обсязі

Згідно ст. 64 БК України до складу місцевих бюджетів належить:

- 60 відсотків податку на доходи фізичних осіб (крім податку на доходи фізичних осіб пасивних доходів у вигляді процентів на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, процентів на вклад (депозит) члена кредитної спілки у кредитній спілці);

- 40 відсотків податку на доходи фізичних осіб (крім податку на доходи фізичних осіб пасивних доходів у вигляді процентів на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, процентів на вклад (депозит) члена кредитної спілки у кредитній спілці), що сплачується на території міста Києва та зараховується до бюджету міста Києва;
- 100 відсотків податку на доходи фізичних осіб (крім податку на доходи фізичних осіб пасивних доходів у вигляді процентів на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок, процентів на вклад (депозит) члена кредитної спілки у кредитній спілці), що сплачується на території міста Севастополя та зараховується до бюджету міста Севастополя. [2]

Податок та збір на доходи фізичних осіб є стабільним джерелом наповнення бюджетів, і в кризові роки його надходження не схильні до зменшення як у номінальному виразі, так і у ВВП. У рамках фінансової децентралізації, яка відбулася в 2015 році, ПДФО є основним джерелом горизонтального вирівнювання податкоспроможності бюджетів, які мають прямі відносини з державним бюджетом. Підвищення удвічі з 1 січня 2017 року мінімальної заробітної плати продовжило тенденцію збільшення частки ПДФО у ВВП та його ролі у формуванні дохідної частини бюджетів. [3]

Рис. 1 – Динаміка надходження податку та збору на доходи фізичних осіб та його частка у ВВП

На діаграмі приведена структура доходів Державного бюджету України на 31.12.2017 із якої видно, що найбільшу частку доходів забезпечує Податок на додану вартість (майже 32%), 9,5% доходів складає Податок на фізичних осіб, а третю позицію займають Доходи від власності та підприємницької діяльності.

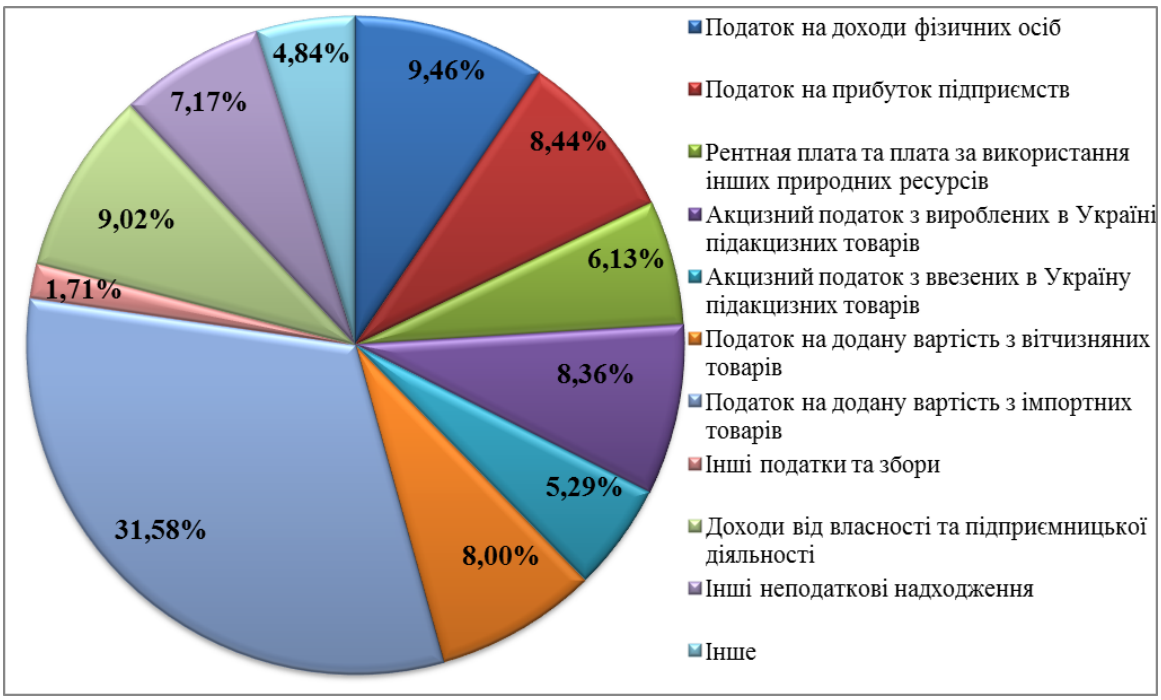


Рис. 2 – Структура доходів Державного бюджету України на 31.12.2017 за найбільш вагомими показниками

Висновок: Податок на доходи фізичних осіб – загальнодержавний податок. Він є одним із найважливіших податків, який виконує соціальну функцію. Згідно з бюджетною класифікацією надходження він є закріпленим джерелом доходів місцевих бюджетів за розташуванням джерела доходу платника податків або його місця реєстрації.

ПДФО є одним із бюджетоформуючих податків і займає друге місце після податку на додану вартість у структурі доходів як Державного, так Зведеного бюджетів. Так на 01.10.2018 частка ПДФО у структурі Зведеного бюджету складала 19,1%, а у структурі Державного бюджету – 9,72%.

На протязі десяти років спостерігається ріст надходжень до бюджету податку на доходи фізичних, а також ріст його частки у структурі

бюджетів різних рівнів, що було спричинене такими факторами як: розширення бази оподаткування ПДФО та впровадження військового збору в 2014 році, встановлення основної ставки оподаткування 18% у 2016 році та збільшення удвічі мінімальної заробітної плати з 01.01.2017.

Література:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (із змінами та доповненнями) //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 13-14, № 15-16, № 17, ст.112 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/nk/
2. Бюджетний кодекс України: від 08.07.2010 р. № 2456-VI (зі змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради. – 2010. – № 50-51. – ст. 572. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
3. ДОХОДИ БЮДЖЕТУ ЗА СІЧЕНЬ – ГРУДЕНЬ 2017 РОКУ // МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/звіт%202017%20рік_032018_ред_погоджений.pdf

Іванюк У. В., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту організацій
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИЙ КРИЗОВИЙ ПЕРІОД ЕКОНОМІКИ

Поглиблення кризових явищ у національній економіках сприяють посиленню недовіри до національної валюти та пошуку інструментів диверсифікації своїх заощаджень. Зокрема, пріоритетними стають іноземна валюта, золото, нерухомість. Розвиток сучасних технологій та виклики сучасності розкривають нові можливості інвестування використовуючи перспективи цифрової економіки.

Цифрова економіка (англ. Digital economy) – економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях. Цифрову економіку також іноді називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою. Все частіше «цифрова економіка» переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування складнішим. Під цифровою економікою розуміють

виробництво, продажі і постачання продуктів через комп'ютерні мережі [2, с. 106-107].

Міжнародна організація OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) та, вчений Томас Мезенбург виділяють три основні компоненти цифрової економіки [6] :

- підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);

- електронний бізнес або e-business бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);

- електронна комерція або e-commerce (дистрибуція товарів через Інтернет).

В свою чергу розвиток цифрової економіки виступає каталізатором використання блокчейну та популяризації інвестування у криптовалюти, кількість яких стрімко зростає (за даними «CoinMarketCap» на 28. 11. 2018 р. в світі існує 2074 видів криптовалют, їх сумарна ринкова капіталізація становить 140 568 014 279 дол. США [5]).

Блокчейн – це багатофункціональна і багаторівнева інформаційна технологія, призначена для обліку різних активів. Потенційно ця технологія охоплює без винятку всі сфери економічної діяльності і має безліч галузей застосування. У їх числі фінанси, економіка і грошові розрахунки, а також операції з матеріальними (нерухомість, автомобілі) і нематеріальними (права голосування, ідеї, репутація, медичні дані) активами. Блокчейн створює нові можливості з пошуку, організації, оцінки і передачі будь-яких дискретних одиниць [4]. Індикатором цифрової зрілості нині є побудова та використання ефективної digital-стратегія, що забезпечує комплексний інтегрований підхід.

В Україні про продовження розвитку цифровізації на державному рівні свідчить прийнята у 2018 році «Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018-2020 роки». Документ передбачає перехід від сировинного типу економіки, яка споживає природні ресурси до високотехнологічних виробництв та ефективних процесів за допомогою IT-технологій та

комунікацій. За прогнозами розвиток цифрової економіки збільшить ВВП у 2019 році на 2,5%, 2020 р. - 3% ,2021 р. – 5% [3].

Концепція [3] також визначає ключові завдання, першочергові сфери, ініціативи та проекти цифровізації України на найближчі 3 роки та закладає основи розвитку в Україні цифрової економіки, а саме:

– розвиток цифрової інфраструктури та цифрових навичок громадян, в тому числі через освіту в цій сфері;

– стимулює розвиток цифрових технологій та створення високотехнічних виробництв .

Розвиток цифрової економіки має великий вплив на ринок праці: змінюється структура зайнятості, виникають нові вимоги до професійних компетенцій, зростає попит на фахівців у галузі ІКТ. Громадяни, зайняті практично в усіх галузях економіки, мають оволодіти цифровими навичками роботи з інформацією із застосуванням сучасних засобів телекомунікацій та програмних продуктів [1].

Висновки. Розвиток вітчизняної цифрової економіки є продовженням тенденції цифровізації світової економіки, рушійними силами якої є: посилення глобалізації та збільшення кількості користувачів Інтернету кожного року, інформаційний «вибух», збільшення популярності використання соціальних мереж (Facebook, Instagram та ін.) з метою просування товарів та послуг в бізнесі. В свою чергу це призводить до суттєвих змін моделей ведення бізнесу та управління підприємствами на основі цифрових технологій, демонетизує та демократизує економіку. Даний процес розвитку має все ж таки неоднозначний характер, з одного боку, це підвищує ефективність економічних процесів у світі, з іншого боку, погіршує деякі показники (зростання безробіття та соціальної нерівності), змінює структуру економіки, може сприяти виникненню загрози безпеки країн (кібератаки, гібридні війни). Беззаперечним залишається лише той факт, що розвиток цифрової економіки дає можливість незалежності та ефективності на світовій арені.

Література:

1. Данніков О.В. Формування сучасної парадигми «цифрових трансформацій» економіки України [Електронний ресурс]: зб. тез доп. учасників ІІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку»., 29-30 березня 2018 року / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» [та ін.]; редкол.: А. М. Колот (голова) [та ін.]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/25416/1/D_138-140.pdf
2. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С. В. Коляденко. // Економіка. Фінанси. Менеджмент. – 2016. – № 6. – С. 105–112 .
3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://issuu.com/mineconomdev/docs/_d810128f89073c
4. Свон М. Блокчейн: Схема новой экономики. М.: Олимп-Бизнес, 2017. 240 с.
5. Coinmarketcap.com / [Electronic resource]. – Access mode: http://coinmarketcap.com/
6. The Concept of a ‘Digital Economy / [Electronic resource]. – Access mode: http://odec.org.uk/theconcept-of-a-digital-economy/

Василечко Н. В., *аспірант*,
Національний інститут стратегічних досліджень

НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ ОФШОРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Зауважимо, що серйозним зовнішнім викликом фінансовій безпеці держави є офшоризація, яка зумовлює звуження податкової бази, анонімність операцій та відмивання нелегального прибутку, збільшення ризиків неконтрольованого відтоку капіталу з України та дестабілізацію національної фінансової системи. За даними Фіскальної служби України, обсяги офшоризації в Україні хоча й скоротилися, проте все ще залишаються істотними. Так, експорт товарів (послуг), пов’язаних з розрахунками через офшорні юрисдикції (понад визначений Розпорядженням Кабінету Міністрів України Про затвердження переліку держав (територій), які відповідають критеріям від 23.02.2011 р. № 143-р, перелік офшорів), у 2014 р. становив 461 млн дол. США,

а імпорт таких товарів (послуг) – близько 800 млн дол. США. Головними територіями – партнерами за такими операціями залишаються Британські Віргінські Острови, Сент-Вінсент і Гренадіни, Маршальські Острови, Сейшельські Острови, Сент-Кітс і Невіс, Беліз, Бермудські Острови [1].

Інший аспект проблеми і гострої необхідності деофшоризації полягає не лише у використанні офшорних юрисдикцій в цілях оптимізації податків, але й для юридичного захисту активів чи приховування структури власності. Такий висновок підтверджується тим, що значна частка іноземних інвестицій, які надходять в Україну, мають т. зв. «сумнівне» походження. Незважаючи на зменшення протягом 2014–2017 рр. частки інвестицій з окремих офшорів до України з 41,3 % до 34,9 %, зокрема, з кіпрської офшорної юрисдикції, роль окремих з них для вітчизняної економіки починає стрімко зростати. Серед країн, що інвестують в економіку України, у 2016–2017 рр. різко зросла активність Люксембургу (збільшилася на 74 % порівняно з докризовим 2013 р.), який входить десятки найбільших податкових офшорів у світі. У зв'язку з цим у 2017 р. Верховна Рада України ратифікувала Конвенцію між Урядом України та Урядом Люксембургу «Про уникнення подвійного оподаткування та запобігання ухиленню від сплати податків на доходи і на капітал» [2].

Отже, для вітчизняних великих підприємств найбільш характерними формами тінізації економічних відносин є наступні. Першочергово, це застосування офшорних юрисдикцій для виведення капіталу за кордон та приховування податкових платежів. Застосовувати офшори для виведення капіталів з держави об'єктивно не можуть суб'єкти малого бізнесу та вітчизняні середні підприємства передусім з причин значно менших обсягів фінансового ресурсу, яким вони розпоряджаються, та високої витратомісткості обслуговування таких операцій.

Натомість, в Україні під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників спостерігаються тенденції щодо надзвичайно значного поширення та зростання рівня використання офшорних зон в цілях ухилення від сплати податків, а також появи та вдосконалення нових засобів приховування активів з

застосуванням іноземних юрисдикцій. Це значно погіршує стан фінансової, а через неї й економічної, безпеки України і такі злочини об'єктивно характерні саме для великих суб'єктів бізнесу.

Сучасні правові та економічні методи державної політики протидії використання бізнесом так званих «податкових гаваней» не забезпечують належної протидії тінізації економіки, адже, адаптувавшись до обмежень, визначених у податковому законодавстві, суб'єкти господарювання реалізують нові схеми прихованого виведення капіталу та оптимізації оподаткування через юрисдикції, що мають сприятливі для таких цілей режими господарської діяльності.

Реалізація завдання системної детінізації економіки, а також європейської інтеграції нашої держави, впровадження цивілізованих «правил гри» та господарювання потребує вивчення та удосконалення методів державного регулювання податкових відносин, забезпечення оптимальних умов ведення бізнесу, в тому числі зовнішньоекономічної діяльності та інвестування, з врахуванням інтересів держави щодо збереження національних ресурсів, зокрема фінансових активів, в межах її територіальної юрисдикції.

Таким чином, органам державного управління потрібно значно активізувати зусилля в напрямі протидії офшоризації оподаткування. Для цього слід реалізувати низку заходів, які мають: (1) бюджетно-фіскальний (посилення податкового навантаження на нерезидентів, які використовують офшорні зони; чітке законодавче встановлення переліку офшорних юрисдикцій; протидія трансфертному ціноутворенню; додаткове оподаткування діяльності суб'єктів, які використовують офшорні юрисдикції; запровадження режимів податкового регулювання резидентів, які використовують офшорні юрисдикції); (2) фінансово-економічний (ширше та більш ефективне використання інструментів банківського валютного контролю; збільшення покарання та удосконалення інструментів контролю за виведенням за кордон капіталу; посилення механізмів валютної безпеки держави; удосконалення фінансово-економічного середовища бізнесу в середині країні; покращення внутрішнього

інвестиційного середовища); (3) організаційно-інформаційний характер (удосконалення системи інституційно-організаційного забезпечення протидії офшоризації; покращення організаційних зв'язків та відносин в межах системи органів з протидії офшоризації; формування прогресивних сучасних організаційних форм та структур протидії незаконному використанню офшорних зон; розвиток інформаційного середовища поінформування державних та суспільних структур про прояви та масштаби офшоризації; популяризація позитивних практик протидії використанню офшорних юрисдикцій для приховування капіталів і податків).

Крім того, з метою упередження неконтрольованого виведення капіталу з України до офшорів та юрисдикцій із низькими ставками оподаткування як чинника забезпечення фінансової безпеки України доцільно удосконалити податкове законодавство відповідно до міжнародних стандартів Організації економічного співробітництва та розвитку, а також практики Європейського Союзу, розробити інституційно-правовий інструмент запровадження статусу іноземних контрольованих компаній через зобов'язання зареєстрованої за кордоном компанії, яка належить українському резидентові, сплачувати податки в Україні у разі, якщо рівень оподаткування у країні реєстрації вдвічі або більше нижчий, ніж вітчизняна ставка податків.

Зокрема, Україні необхідно приєднатися до багатосторонньої угоди про обмін податковою інформацією за єдиним стандартом CRS (Common Reporting Standard), що дасть змогу автоматично обмінюватися інформацією з податковими органами інших держав. Перегляду потребують також і чинні двосторонні угоди нашої держави про уникнення подвійного оподаткування, зокрема щодо їх відповідності принципам модельної конвенції Організації економічного співробітництва та розвитку. В цілях протидії розмивання податкової бази та виведення прибутків важливо імплементувати до вітчизняного законодавства заходи проекту BEPS (Base Erosion and Profit Shifting).

Отже, у секторі суб'єктів великого бізнесу державну системну політику деофшоризації національної економіки як загрози фінансової безпеки держави важливо зорієнтувати на протидію і унеможливлення застосування офшорних юрисдикцій для виведення капіталу та ухилення від оподаткування, прозоре і справедливе відшкодування податку на додану вартість, розміщення державних замовлень, виявлення і легалізацію діяльності альтернативних банківських і платіжних систем, недопущення фіктивних операцій на ринку цінних паперів, адекватну протидію нелегальному імпорту, контрабанді та виробництву фальсифікованих товарів.

Література:

1. Державна фіскальна служба України. – 31.01.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/181657.html.

2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». – К. : НІСД, 2016. – 688 с.

Волошин В. І., *к.е.н., с.н.с.,*
директор, Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень у м. Львові

ГІБРИДНІ РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВИ

Для країн з транзитивною економікою, до яких, попри визнання економіки ринковою, можна віднести й Україну, характерною є несформованість цілісної системи економічної безпеки держави, що зумовлено недосконалістю інституційного середовища, розбалансованістю його структури, переважанням ролі неформальних інститутів над формальними в процесі прийняття управлінських рішень, високим рівнем інтеграції представників влади та бізнесу, надмірною монополізацією окремих ринків, недобросовісною конкуренцією та недостатньою ефективністю функціонуючих ринкових механізмів, що посилює внутрішні та зовнішні загрози економічній безпеці.

Разом з тим, процеси фінансово-економічної та інформаційної глобалізації, прояви агресії з боку країн-лідерів за військовим, політичним, економічним потенціалом призвели до формування і посилення деструктивного впливу гібридних загроз, які зумовили розгортання негативної ланцюгової реакції загострення дисбалансів у економічній системі, зокрема, зменшення обсягів промислового виробництва й АПК, девальвації національної грошової одиниці, підвищення темпів зростання інфляції та зниження купівельної спроможності населення, погіршення коопераційних відносин між суб'єктами внутрішнього ринку зі сходу й інших територій держави, ускладнення фінансового стану підприємств та інвестиційної привабливості територій, зростання внутрішньої міграції і погіршення ситуації на ринку праці.

Гібридні виклики та загрози, зважаючи на широкий спектр джерел їх походження та механізмів поширення, мають здатність набувати характерних ознак свого вияву в залежності від внутрішньої суті, зовнішньої спрямованості та сфери переважаючого впливу. З огляду на це, в економічній площині вказані ризики та загрози як правило розгортаються в кількох основних напрямах.

Передусім це стосується можливого зниження рівня доходів населення, зростання безробіття, поширення бідності, що в кінцевому підсумку призводить до відтоку кваліфікованих кадрів і погіршення якості людського та соціального капіталу, ефективності їх використання тощо.

По-друге, гібридні виклики загрожують економіці погіршенням інвестиційного клімату і потенціалу розвитку бізнесу, що веде до зменшення наповнюваності бюджетів різних рівнів і зростання бюджетних витрат на реалізацію інвестиційних проектів.

По-третє, низка доволі вагомих гібридних загроз для економіки будь-якої держави концентрується у фінансовій сфері, виявляючись у ризиках фінансової нестабільності, інфляції, девальвації курсу національної грошової одиниці, зростанні цін та посиленні цінових диспропорцій, дефіциті кредитних ресурсів, кризі платежів тощо.

По-четверте, неабиякою гібридною загрозою в економічній сфері є монополізація ринків та небезпека посилення структурних диспропорцій, зокрема переважання частки низькотехнологічних, а також енерго- і ресурсовитратних галузей, які генерують депресивні тенденції в економіці, що зазвичай супроводжується сировинною спеціалізації експорту та його низькою диверсифікованістю.

По-п’яте, до групи гібридних економічних ризиків слід віднести посилення імпортозалежності економіки, насамперед від вузького кола постачальників товарів критичного імпорту, зокрема енергоресурсів. Це тягне за собою посилення негативного сальдо торговельного та платіжного балансів, а також чинить додатковий тиск на державний бюджет і загрожує зниженням курсу національної грошової одиниці.

По-шосте, доволі поширеною гібридною загрозою, особливо для трансформаційних і нестабільних економік, є ризик зростання тіньової економіки та корупції, а також торгівлі контрафактною продукцією, що зазвичай супроводжується зниженням безпеки харчових продуктів та якості товарів, а також зростанням протестних настроїв у суспільстві.

По-сьоме, до гібридних ризиків у сфері економічного розвитку слід віднести блокування інновацій, яке породжує брак сучасних виробничих та управлінських технологій, адаптованих до потреб різних галузей економіки, а також відсутність на внутрішньому ринку необхідної кількості наукомісткої та високотехнологічної продукції.

По-восьме, незмінним викликом гібридних протистоянь в економічній сфері виступають техногенні та екологічні ризики, пов’язані з недотримання технологічних процесів, невирішеністю екологічних проблем, марнотратним використанням природних ресурсів тощо.

По-дев’яте, до гібридних загроз в економічній сфері слід віднести посилення нерівномірності регіонального розвитку економіки та просторових диспропорцій, включаючи розширення меж депресивних територій та їх загальної кількості.

По-десяте, незмінним компонентом збільшення економічних ризиків в умовах посилення гібридних загроз є руйнування об'єктів інфраструктури, насамперед зумовлене відсутністю достатньої кількості капіталовкладень у їх розвиток і технологічне переоснащення. Передусім це стосується розбудови та модернізації діючої мережі доріг і транспортно-логістичних хабів, зокрема прикордонних переходів, залізничних і сортувальних станцій, аеропортів, морських портів тощо. Крім того, гібридні ризики в економічній сфері часто пов'язуються з моральним старінням ліній електропередач, водо- та газогонів, недостатньою розвиненістю об'єктів інформаційної, інституційної та маркетингової інфраструктури тощо.

Загалом усі гібридні ризики та загрози в економічній сфері можна поділити на чотири основні групи, відповідно до пріоритетних напрямів їх поширення:

1) фінансово-економічні (пов'язані з фінансовою дестабілізацією економіки, провокуванням фінансових криз, спричиненням фінансової невизначеності, а подекуди і фінансової паніки в країні, що є об'єктом гібридної агресії);

2) організаційно-економічні (пов'язані з руйнуванням системи прийняття економічних рішень в державі, обмеженням їх адекватності, зниженням ефективності управління економікою загалом та її окремими підсистемами зокрема);

3) соціально-економічні (пов'язані з можливим загостренням соціальної ситуації в країні, яка стикається з гібридною агресією проти себе, посиленням соціального невдоволення її мешканців, загостренням протестних настроїв та підбурюванням населення до акцій непокори з метою зміни влади та економічної політики, яка нею проводиться, у потрібному для держави-агресора напрямі);

4) підприємницькі (пов'язані з погіршенням умов для ведення бізнесу, зниженням його прибутковості та конкурентоспроможності, ослабленням захисту прав власності приватних підприємців, спонуканням їх до переходу в

тіньовий сегмент економіки, зниженням якості інвестиційного клімату та руйнуванням інноваційного потенціалу підприємництва).

Характеризуючи кожну з описаних груп гібридних ризиків і загроз для економічної безпеки держави необхідно відзначити тісний і нерозривний взаємозв'язок між ними. Зазвичай ризики, які виникають в одній площині (групі) неодмінно проектуються також і на інші площини, що відбувається в силу функціонування спільних механізмів розвитку для всіх ланок економіки та її підсистем, а саме – ринкового, фінансового, інституційного, інформаційного, соціального та адміністративно-управлінського. При цьому, до числа найбільш вагомих гібридних ризиків і загроз в економічній сфері, які мають домінуючий характер в сучасних умовах європейської інтеграції, слід віднести небезпеку поширення різних форм тіньової економіки та іллегальних економічних операцій, корупцію, опортуністичну поведінку економічних агентів і зниження рівня правової культури суб'єктів підприємництва.

Горбань В. К., *студентка*
факультету економіки і менеджменту
Полтавської державної аграрної академії
Науковий керівник: Калініченко О. В., к.е.н., доцент
Полтавської державної аграрної академії

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ

Одним із найважливіших показників розвитку національної економіки будь-якої країни є пристосована сучасним викликам та впорядкована державна фінансова безпека. Адже, в першу чергу фінансова безпека це ступінь захищеності фінансових інтересів держави, стан фінансової, грошово-кредитної, бюджетної, податкової, валютної, банківської, інвестиційної, митно-тарифної, розрахункової та фондової систем, що характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, спроможністю держави ефективно формувати та раціонально використовувати

фінансові ресурси, достатні для задоволення її потреб, шляхом виконання зобов'язань і забезпечення соціально-економічного розвитку [1].

Сьогодні Україна стикається з великою кількістю зовнішніх та внутрішніх загроз, які негативно впливають на стабільність фінансової системи, стан національної валюти та економіки.

Основні загрози для фінансової безпеки України:

– кібер-тероризм, у т. ч. – фінансовій сфері (наприклад потужний удар вірусу PetyaA, що відчули на собі, зокрема, банківські структури);

– кібер-злочинність;

– зовнішня агресія та сепаратизм на сході країни;

– присутність в економічній системі України структур з капіталом, що походить з країни-агресора;

– вплив світових фінансових коливань та криз на національну економіку країни;

– корупція у владі;

– недостатня ефективність державного регулювання фінансово-кредитної сфери;

– часткова енергетична залежність від країни-агресора.

Отже, система фінансової безпеки відіграє роль надсистеми, одночасно вона є і підсистемою економічної безпеки держави, яка у свою чергу є складовою національної безпеки держави та міжнародної економічної безпеки [1].

Фінансова безпека держави значною мірою визначається характером формування державного та місцевих бюджетів, станом її платіжного балансу, співвідношенням грошей в офіційній і тіньовій економіці, ступенем повернення грошей, що перебувають в обігу, до банків, рухом валютних коштів. Дуже важливим показником стану фінансової безпеки є дефіцит державного бюджету – перевищення обсягів видатків над обсягами його доходів. Рівень дефіциту визначається як відношення обсягу дефіциту до річного обсягу ВВП. Для країн зони євро бюджетний дефіцит не повинен перевищувати 3 %, а для

України, з її невисоким рівнем платоспроможності, – 1 % до ВВП. За період 2007 – 2011 рр. дефіцит державного бюджету у середньому становив 2,3 %. Фактичні значення за період перевищують критичні, що свідчить про розбалансованість фінансової системи та зниження рівня фінансової безпеки через необхідність здійснення запозичень для покриття дефіциту державного бюджету, що збільшує обсяги державного боргу.

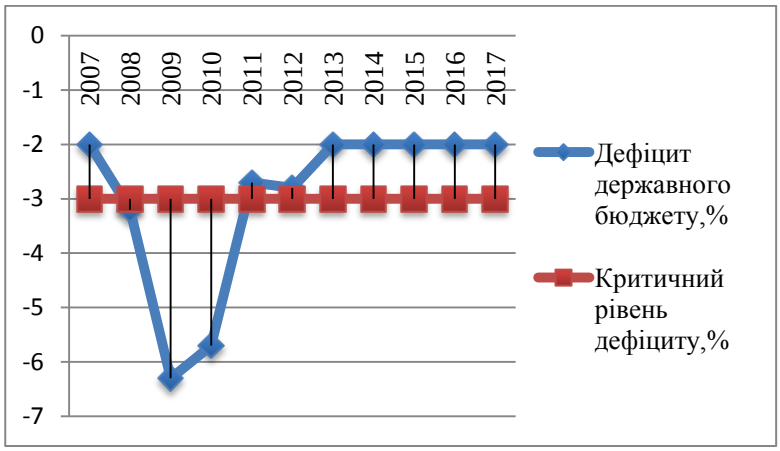


Рис. 1. Дефіцит державного бюджету України, 2007 – 2017 рр.

Джерело: узагальнено автором за даними [4; 5].

Допоміжним показником, який характеризує стан грошово-кредитного сектору, є курс гривні до долара за період, а також індекс зміни курсу валют за рік. За цим індикатором монетарну безпеку можна охарактеризувати протягом останніх років як стабільну [2]. Найбільшу загрозу фінансовій безпеці становили: високий рівень інфляції та зростання дефіциту зовнішньоторговельного балансу до загального обсягу зовнішньої торгівлі. Стан безпеки України протягом періоду спочатку погіршився, сягнувши мінімального значення у 2009 р., що спричинено світовою фінансовою нестабільністю, а до кінця періоду поступово покращувався, проте докризових значень досягли не всі індикатори фінансової безпеки.

Підвищення рівня фінансової безпеки держави потребує системних дій, які мають містити в собі механізми у сфері бюджетної та монетарної політики, фондового ринку, а також у сфері регулювання корпоративного сектору економіки (табл. 1).

Таблиця 1

Основні напрями зміцнення фінансової безпеки України

Банківська безпека	Активізувати роботу в напрямі зміцнення власної капітальної бази банками. Розробити заходи щодо запобігання відтоку депозитів фізичних осіб, відновити довіру населення щодо розміщення коштів на довгостроковій основі. Зменшити ставки за кредитними ресурсами, наближаючи їх до рівня європейських країн. Зменшити присутність іноземного капіталу в банківській системі України
Бюджетна безпека	Проведення оптимальної податкової політики в контексті зростання загального обсягу бюджетних доходів. Рівномірне поєднання внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування бюджетного дефіциту. Удосконалення інструментів залучення до інвестиційної сфери особистих заощаджень приватного сектору та доходів населення країни
Боргова безпека	Зменшити негативне сальдо торговельного балансу України. Підвищити рівень золотовалютних резервів. Використання позикових коштів міжнародних організацій на стимулювання економічного розвитку країни, а не погашення боргів уряду
Валютна та монетарна безпека	Установлення НБУ “плаваючого” валютного курсу національної валюти з метою припинення девальваційних процесів. Спрямування кредитних ресурсів МВФ не на “штучну” підтримку гривні, а на структурні інвестиційні зрушення та реформування економіки, суворий контроль доцільності використання таких коштів. Зменшення питомої ваги готівкових коштів у загальному обсязі грошової маси, що сприятиме зменшенню рівня тонізації економіки. збалансування грошового й товарного ринків, тобто зниження рівня інфляції

Джерело: узагальнено автором за даними [3].

Отже, найбільші загрози фінансовій безпеці України у сфері зовнішньої заборгованості, високої вартості банківських кредитів, значного рівня доларизації національної економіки, зростання тіньового сектору, негативного сальдо платіжного балансу. Подальші дослідження у сфері зміцнення фінансової безпеки держави доцільно спрямувати на обґрунтування механізму управління внутрішніми й зовнішніми ризиками державної фінансової стабільності.

Література:

1. Фінансова безпека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/15931106/finansi/finansova_bezpeka_derz.

2. Фінансова безпека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100006350-finansova-bezpeka-ukrayini-klyuchovi-vikliki-ta-zavdannya.

3. Савицька О. Оцінка та шляхи забезпечення фінансової безпеки України / О. Савицька // Економічний форум. – 2012. – № 3. – С. 17.

4. Основні показники соціально-економічного розвитку України за 2007 – 2017 роки – аналітичні матеріали – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www. ukrstat.gov.ua – офіційний сайт Державного комітету статистики України.

5. Україна в цифрах 2007 – 2017 – статистично-аналітичний випуск – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfi n.gov.ua – Офіційний сайт Міністерства економіки України.

Джакелі Н. С., *студентка*
факультету економіки та менеджменту
Полтавської державної аграрної академії
Науковий керівник : Калініченко О. В., к .е. н., доцент
Полтавської державної аграрної академії

ОСОБЛИВОСТІ ВОЄННОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

Забезпечення воєнної безпеки України є одним з важливих напрямів діяльності держави. Головною метою в даній області є забезпечення можливості адекватного реагування на загрози, які можуть виникнути в XXI ст., при раціональних витратах на національну оборону [1].

Воєнна безпека України як одна з найважливіших складових національної безпеки підтримується складним комплексом політичних, економічних, військових та інших заходів. Переважне значення надається заходам політичного характеру, спрямованим на створення сприятливої для країни зовнішньої та внутрішньої обстановки, зміцнення міжнародного авторитету держави, усунення існуючих і потенційних конфліктних ситуацій [2].

Сила зброї як гарант безпеки повинна бути замінена безумовним виконанням міжнародних правових норм, широкою співпрацею і довірою, відповідністю певним стандартам. Частина цієї концепції, спрямована на запобігання війн невоєнними засобами. Саме така концепція підтримується сучасним керівництвом України.

Воєнна небезпека і воєнні загрози визначаються шляхом оцінки воєнно-політичної обстановки у світі і в регіонах національних інтересів держави: стану та тенденцій розвитку відносин між окремими державами та коаліціями держав, різними політичними силами усередині них, а також рівня боєздатності та перспектив розвитку їх збройних сил [3].

Стратегічна мета забезпечення воєнної безпеки України – створити і підтримувати таке політичне, міжнародне і військово-стратегічне становище країни, яке б виключало можливість для будь-якої держави або союзу держав шляхом будь-яких видів дії послабити роль і значення України як суб'єкта міжнародних відносин, змінити вектор її соціально-економічного розвитку, завдати або створити умови для завдання шкоди її національним інтересам (рис. 1).

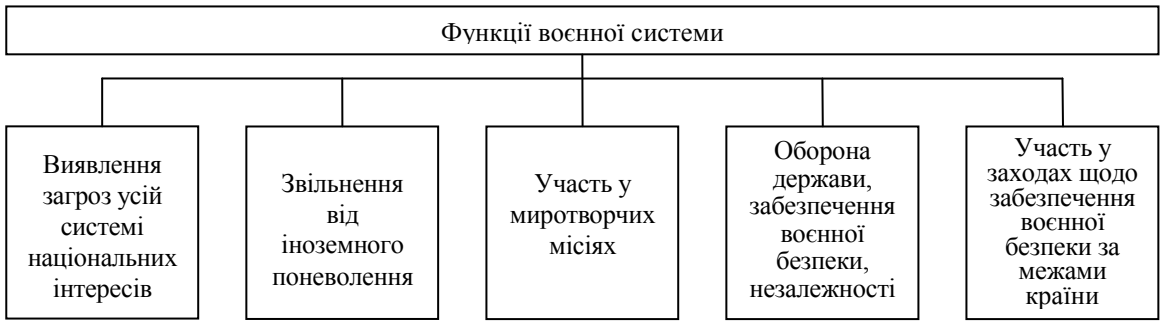


Рис. 1.Основні функції воєнної системи України

Джерело узагальнено автором за даними [1, с. 308; 2; 3; 5]

На сьогодні можна констатувати, що воєнна небезпека для України була реалізована через анексію Російською Федерацією (РФ) у 2014р. Автономної Республіки Крим, що є прямим порушенням територіальної цілісності України, та вкрай небезпечне розгортання за підтримки РФ сепаратистського руху на Сході України. Фактично Україна перебуває зараз у стані війни, особливістю якої є так званий гібридний характер.

З початком агресії РФ в Криму у 2014 р. виявилося, що такий механізм реагування на кризи неспроможний своєчасно створити необхідні умови для розв'язання ситуації, й Україна постала перед фактом анексії Криму і втрати переважної більшості своїх Військово-Морських Сил [2].

Основний спосіб вирішення наведених завдань – глибоке реформування сил оборони України із залученням адекватного фінансового й матеріального ресурсів і за політичної та економічної підтримки країн-партнерів. При цьому необхідно відмовитися від екстенсивного шляху реформування (нарощування кількісних параметрів сил оборони) на користь інтенсивного (збільшення бойових та оперативних спроможностей сил оборони через підвищення їх якісних параметрів) [1].

Отже, загальна чисельність ЗСУ, інших складових сил оборони в умовах мирного часу може залишатися на досягнутому на сьогодні рівні. Це стосується й загальної чисельності традиційних озброєнь (танків, гармат, літаків тощо). Основні зусилля слід зосередити на підвищенні рівня бойової та оперативної підготовки військ з одночасним радикальним оновленням системи управління ними та якісних характеристик озброєння та військової техніки,зокрема принципово нових зразків, розроблених на основі сучасних технологій.

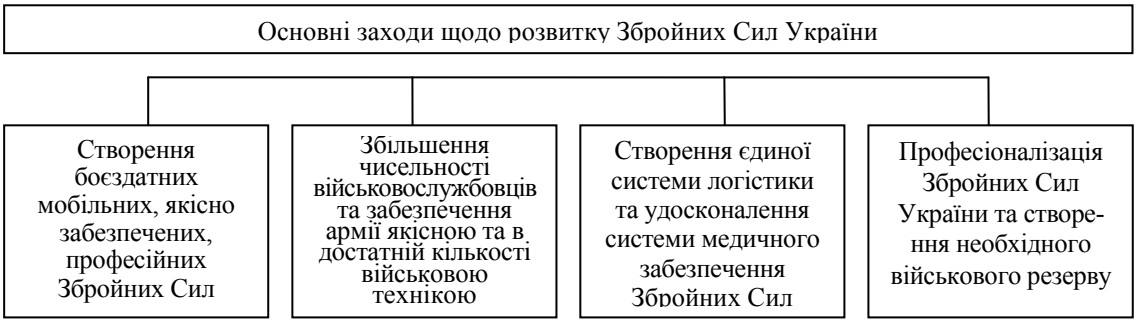


Рис. 2. Основні заходи щодо розвитку Збройних Сил України
Джерело узагальнено автором за даними [1, с. 309; 3; 4]

Збройні сили України забезпечують стримування збройної агресії проти України та відсіч їй, охорону повітряного простору держави та підводного простору у межах територіального моря України а також беруть участь у заходах, спрямованих на боротьбу з тероризмом.

З'єднання, військові частини і підрозділи Збройних сил України відповідно до закону можуть залучатися до здійснення заходів правового режиму воєнного і надзвичайного стану, боротьби з тероризмом і піратством, посилення охорони державного кордону, суверенних прав України в її виключній економічній зоні

і континентального шельфу України та їх правового оформлення, протидії незаконним перевезенням зброї, наркотичних засобів та психотропних речовин, ліквідації надзвичайних ситуацій природного та техногенного характеру, надання військової допомоги іншим державам, а також брати участь у міжнародному військовому співробітництві, міжнародних антитерористичних, анти піратських та інших міжнародних операціях з підтримання миру і безпеки на підставі міжнародних договорів України [3].

Отже, забезпечення воєнної безпеки України є найважливішим напрямом діяльності держави. Стратегічна мета забезпечення воєнної безпеки України – створити і підтримувати таке політичне, міжнародне і військово-стратегічне становище країни, яке б виключало можливість для будь-якої держави або союзу держав шляхом будь-яких видів дії послабити роль і значення України як суб'єкта міжнародних відносин, змінити вектор ЇЇ соціально-економічного розвитку, завдати або створити умови для завдання шкоди її національним інтересам [4].

Література:

1. Ліпкан В.А. Національна і міжнародна безпека / Національна безпека України – Кондор. – 2006. – № 1. – С. 301 – 310.
2. Руснак І.С. Воєнна безпека України у світлі реформування сектора безпеки і оборони / І.С. Руснак – Наука і оборона. – 2015. – № 2. – С. 9 – 14.
3. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki – Воєнна безпека держави.
4. Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=27375.
5. Політологія бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://politics.ellib.org.ua/pages-8329.html.

Подольна А. М., *студентка*
факультету економіки та менеджменту
Полтавської державної аграрної академії
Науковий керівник: Калініченко О. В., к.е.н., доцент
Полтавської державної аграрної академії

АКТУАЛЬНІ ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИВ УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У наш час підвищується цікавість суспільства до питання врегулювання з боку держави питання забезпечення її національної безпеки. У нашій державі розпочався процес євроінтеграції.

Євроінтеграція – це цивілізаційний вибір України, одна з ключових вимог Революції гідності. У системі зовнішньополітичних пріоритетів України вона посідає особливе місце. Загалом це процес модернізації національної економіки,подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій,створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника,вихід на світові ринки,насамперед на ринок ЄС. Як невід'ємна частина Європи Україна орієнтується на діючу в провідних європейських країнах модель соціально-економічного розвитку. На першому засіданні Ради асоціації між Україною та ЄС 15 грудня 2014 р. сторони домовилися про створення вичерпного списку програмних документів в сфері євроінтеграційної політики України (рис. 1).

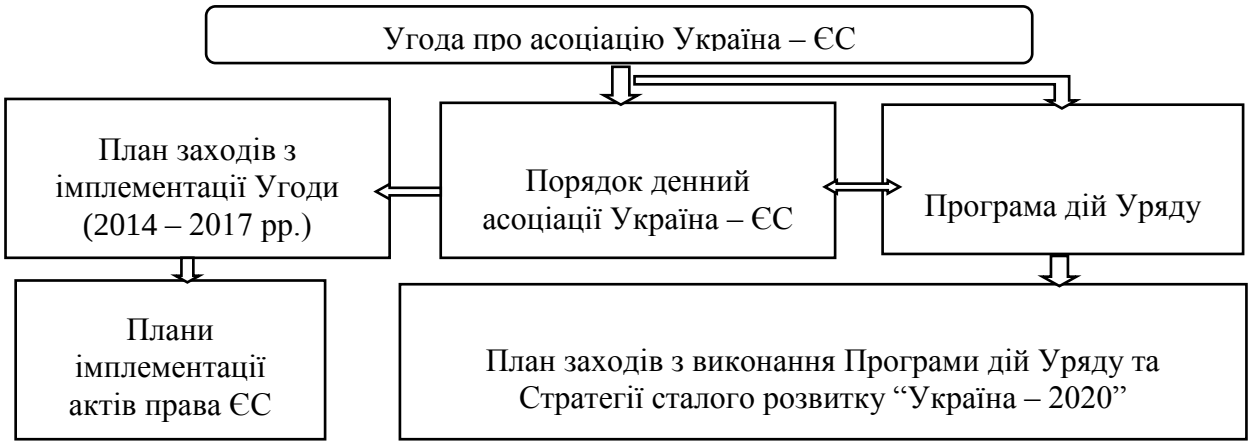


Рис. 1. Програмні документи у сфері євроінтеграційної політики України

Джерело: узагальнено автором за даними [1].

Загалом,в умовах цих докорінних змін у зовнішньому та внутрішньому безпековому середовищі, з урахуванням російської загрози,що має довгостроковий характер, Україна потребує ефективної системи забезпечення національної безпеки,створення якої передбачає Стратегія національної безпеки України [2]. Як це часто буває при внесенні змін до сталого порядку діяльності, виникає низка питань. Задля створення суверенної та інтегрованої в європейську систему цінностей та інститутів державу потрібно подолати на шляху певні загрози.

1. Порушення територіальної цілісності України – тягне за собою порушення суверенітету України, порушення визнаного міжнародним правом кордону України, тобто її існування загалом. У зв'язку з тимчасовою окупацією Автономної Республіки Крим, під загрозою опинилися основоположні права кримських татар. Повсюдно зустрічалися факти порушення прав людини і громадянина на території проведення Антитерористичної операції.

2. Корупція – спричинює явище підпорядкованості державних органів певним конкретним особам або групам осіб, іноземним державам. У суверенній євро інтеграційній державі неприпустимим є підпорядкування органів державної влади певним економічним групам.

3. Сепаратизм – явище, потенційно присутнє в будь-якому державному утворенні. Сепаратизм активізується в певних умовах, під впливом різних груп факторів, пов'язаних із політичною та соціокультурною трансформацією суспільства, істотним ослабленням або посиленням центральної влади. В цілому сепаратизм як прагнення деяких регіонів держави до відокремлення, набуття більшої політичної самостійності, суверенітету є частиною прояву захисної реакції на процеси, які не влаштовують певну частину суспільства в переломні моменти його розвитку.

4. Виснаження фінансових ресурсів держави – зумовило згортання доходів державного та місцевих бюджетів, зменшення добробуту домогосподарств, зростання рівня безробіття. Вимушено скорочуються соціальні видатки

держави та погіршується доступність соціальних благ. Це формує передумови для росту суспільного напруження.

5. Вимушена зовнішня та внутрішня міграція – спричинена бойовими діями на тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей, може призвести до порушення суспільної стійкості населення. Також відбувається перевантаження ринків праці в конкретних регіонах. Як результат – невдоволення з боку постійного місцевого населення. Актуальними залишаються проблеми захисту довкілля та забезпечення енергетичної безпеки.

Отже, інтеграція в європейський політичний, економічний і гуманітарний простір є стратегічним орієнтиром і чинником розвитку України в найближчі роки. Для України інтеграція до Євросоюзу – це рух держави до стандартів діючої демократії та цивілізованого, соціального орієнтованого ринкового господарства. Для того, щоб досягти успіху у процесі євроінтеграції, необхідно подолати вищеперераховані проблеми, адже вони становлять реальну загрозу національній безпеці України.

Література:

1. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/vikonannya-ugodi-pro-asociaciyu/zviti-pro-vikonannya-ugodi-pro-asociaciyu.

2. Проект Стратегії національної безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/287/2015.

Чабанюк О. М., к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Білотіл О., *бакалавр*
Львівський торговельно-економічний університет

НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сталий розвиток господарства – проблема дуже важлива і неоднозначна. Про сталий розвиток можна говорити лише тоді, коли економічне зростання, матеріальне виробництво та споживання, інші види суспільної діяльності

відбуваються в межах, визначених здатністю екологічних систем до відновлення. Засадними принципами стійкого розвитку є екологізація економіки, гуманізація, запровадження певної системи принципових підходів до питань суспільної діяльності. Модель сталого, стійкого розвитку, як і будь-яка соціальна модель, є системою інтегрованих компонентів, їх суттєвих відносин і зв'язків, що відображають основний зміст процесів збалансованого соціально-економічного та екологічного розвитку. Вихідними умовами сталого розвитку можна визнати забезпечення:

- економічного розвитку, що підтримується на основі радикальномодифікованої ринкової системи;
- природно-екологічної стійкості на базі теорії біотичної регуляції навколишнього середовища;
- тісної міжнародної співпраці та кооперації для досягнення цілей стійкого розвитку;
- стійкого соціального розвитку на основі принципу справедливості;
- екологізації суспільної свідомості, що ґрунтується на використанні системи освіти та засобів масової інформації.

У всіх вихідних умовах сталого розвитку йдеться про перехід від стихійності до керованості. Виходячи з цього, можна сформувати модель сталого розвитку з таких основних положень:

- у центрі уваги мають бути люди та їх право на здорове й плідне життя в гармонії з природою;
- охорона довкілля повинна стати невіддільним компонентом процесу розвитку, що не може розглядатися окремо від іншого;
- задоволення потреб у розвитку й збереженні навколишнього середовища;
- розвиток і збереження довкілля має поширюватися не тільки на нинішнє, а й майбутнє покоління;
- зменшення розриву між життєвим рівнем у різних країнах та подолання бідності належить до найважливіших завдань світової спільноти;

– для досягнення стійкого розвитку держави слід вилучати або обмежувати моделі виробництва та споживання, які йому не сприяють.

Отже, усі питання сталого розвитку є дуже актуальними для України. Неузгодженість темпів економічного розвитку і вимог екологічної безпеки, домінування природомістких галузей з високою питомою вагою ресусо- та енергомістких застарілих технологій, сировинна орієнтація експорту, мілітаризація виробництва, відсутність культури праці та споживання тощо призвели до формування техногенного типу економічного розвитку. Для оновлення ціннісних орієнтирів сталого розвитку доцільним є розроблення інноваційних підходів, які стануть поштовхом до реалізації концепції сталого розвитку в наступні десятиліття.

Література:

1. Лоханова Н.О. Інтеграційні процеси в обліку в умовах інституціональних перетворень: Монографія / Н.О. Лоханова. – Херсон : Грінь Д.С., 2012. – 400 с.

2. Жук, В. М. Парадигма бухгалтерського обліку економіки гармонійного розвитку [Текст] / В. М. Жук // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси. Збірник наукових праць. – Луцьк : ЛНТУ. – 2009. – Вип. 6(24). – С. 171-182.

3. Чабанюк О. М. Проблеми рекреації та сталий розвиток економіки // О. М. Чабанюк // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету 11-12 травня 2017 року / [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.] – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – 440 с.

Корда М. О., *студентка ФЕБА*
Науковий керівник: к.е.н., доц. Білявський В.М.
Національного авіаційного університету

СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

В умовах сучасного економічного розвитку в Україні відбуваються постійні політичні та економічні зміни, так в господарській діяльності майже кожного підприємства з'являється певна частка невизначеності. Саме тому, проблема розробки ефективного механізму мотивацій праці на підприємстві набула важливого значення в сучасному громадянському суспільстві. Оскільки, кожен технологічний, виробничий та інноваційний процес на досліджуваному підприємстві, залежить від зацікавленості співробітників останнього, у побудові ефективного механізму мотивацій праці управлінського персоналу.

Необхідно відзначити, що вищезазначений механізм являє собою комплексну систему із зворотнім зв'язком, який охоплює певну сукупність стимулів та мотивів, а також формує у менеджерів відповідну поведінку щодо досягнення, як особистих цілей, так і цілей підприємства загалом. Як відомо, інструменти мотивації працівників бувають різними, проте можна виділити такі групи мотиваційних факторів, як [1, с.63]: неекономічні та економічні.

До першої групи слід віднести, як соціально-психологічний мікроклімат в колективі, так й організаційний спосіб мотивації співробітників підприємства. Організаційна складова, зазвичай, базується на соціальній відповідальності персоналу та його функціональній дисципліні. При цьому підприємства можуть використовувати різноманітні форми дисциплінарного стягнення (зауваження, звільнення та догани) чи винагороди (покращення умов праці, кар'єрне зростання тощо). Конкретизуючи соціально-психологічний принцип мотивації праці персоналу, слід зазначити, що він, в своїй основі, базується на вихованні певних чеснот [2].

Тоді як, до другої групи факторів можна віднести: підвищення матеріального заохочення персоналу за рахунок грошових виплат, що певною мірою залежить від посади яку обіймає співробітник підприємства, його кваліфікації, якості його підготовки та досвіду роботи.

Велика кількість вітчизняних підприємств основну увагу приділяють формуванню організаційних та фінансових важелів впливу на підприємницьку діяльність господарюючих суб'єктів, а неефективно розроблений механізм мотивації управлінського персоналу несе негативний вплив на діяльність підприємства.

Необхідно відзначити, що в сучасних умовах господарювання кожне підприємство може самостійно визначати систему оплати праці, а також форми її реалізації, попередньо зосереджуючи увагу на вплив зовнішніх факторів, на особливості виробничої діяльності та безпосередню господарську діяльність підприємства. Менеджмент підприємства може змінювати структуру доходів управлінського персоналу, шляхом зміни частки прибутку та статей собівартості. Як наслідок, використання різних важелів стимулювання персоналу та налагодження ефективної системи комунікації із допоміжним персоналом, можуть позитивно вплинути на формування якісних і кількісних показників господарської діяльності підприємства. Саме тому менеджменту необхідно приділяти велику увагу капіталізації людського капіталу, про який менеджери згадують в останню чергу, а бо ж не згадують взагалі.

Варто зауважити, що на відміну від традиційного підходу щодо управління персоналом, менеджменту підприємств слід посилити роботу щодо впровадження інновацій [3], шляхом забезпечення необхідних умов для творчого та професійного саморозвитку, а також розпочати застосовування прогресивних підходів мотивації праці на підприємстві. Отже, сучасні підходи до формування ефективного механізму мотивації управлінських кадрів полягають у здійсненні комплексної системи мотивації менеджерів, поетапне та послідовне виконання якої забезпечить бажаний результат у довгостроковій перспективі. Наразі ж сприяти впровадженню цього механізму необхідно через

проведення аудиту (внутрішнього) ефективності діяльності персоналу та розробку мотиваційного механізму управління робітників на підприємстві.

Таким чином, мотиваційний підхід має враховувати переоцінку самої праці та виокремлювати інноваційну трудову діяльність з традиційних видів трудової діяльності. У свою чергу, механізм мотивації праці повинен постійно адаптовуватися задля підвищення творчого потенціалу співробітників. Оскільки, мотивація праці займає наріжне місце в структурі поведінки особистості, а також є однією із основних характеристик, що використовуються для пояснення рушійних сил та діяльності підприємства в цілому.

Література:

1. Білявський В.М. Соціальний пакет як інструмент мотивування персоналу торговельного підприємства / В.М. Білявський // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. — 2007. — № 6. — С. 62–68.
2. Білявський В.М. Соціально-психологічні аспекти управління торговельним підприємством / В.М. Білявський // Економіка : проблеми теорії та практики. — Випуск 204 : Том І. — 2005. — С. 220–231.
3. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Сталий розвиток економіки. — 1’2018. — № 38. — С. 131–140.

Заєць Г. П., *аспірант*
кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

За весь період ринкових перетворень України в трудовій сфері країни відбулися кардинальні зміни. В цілому сформовані макроекономічні умови для розвитку трудової активності населення можна назвати сприятливими. Однак на мікроекономічному рівні проблема розвитку персоналу як і раніше розглядається не як мета, а як засіб вирішення економічних завдань. Багато в чому це обумовлено недостатньою увагою ролі мотиваційного фактору у розвитку персоналу, недосконалістю інструментів впливу на цей процес, що

знижують ефективність управління персоналом при реалізації управлінської функції мотивації. Однак те, що розвиток персоналу може і повинен піддаватися управлінського впливу, не викликає дискусій ні в теоріях, ні на практиці.

Трудовий потенціал невід'ємний від особистості його носія, тому завдання управління ним полягає не тільки в нарощуванні цього потенціалу, з метою стратегічних потреб залізниць, а й у створенні умов для підвищення ефективності і продовження періоду його використання [1]. Остання обставина виступає істотним мотиватором трудової діяльності працівників підприємств залізничного транспорту і, по суті, представляє сукупність прояву трьох умов:

- розвитку працівника, його знань, умінь, навичок, здібностей, які він може використовувати в організації (зростання трудового потенціалу працівника);

- розвитку персоналу, що відбувається під впливом змісту, умов трудової діяльності та організаційного середовища (розвиток трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту);

- покращення роботи залізничних підрозділів, що забезпечується зростанням результативності праці, збільшенням творчої складової працівників, розширенням сфер застосування професійних здібностей працівників транспорту і т.п., що є закономірним наслідком розвитку трудових потенціалів працівника і організації.

Управління трудовим потенціалом працівників як мотиваційним комплексом розкриває наявність причинно-наслідкового зв'язку між мотивами, що виявляються як результат впливу стимулів необхідних для формування у персоналу постійної готовності до різного роду організаційних змін, змін змісту, технологій і методів професійної діяльності [2]. Практична реалізація управління трудовим потенціалом но основі мотиваційних комплексів працівника забезпечується станом організаційної культури і спробами управлінських зусиль по її підтримці.

Сучасна практика розвитку соціально-трудових відносин показує, що на підприємствах публічних та приватних форм власності, число яких превалює серед всіх господарюючих суб'єктів економіки, найсильніше виражена матеріальна мотивація (тобто працівники мають мотив «заробітку»), а мотиви участі в управлінні організацією, її власності, доходах, прибутках і т.п., практично не використовуються на підприємствах державної і муніципальної форм власності та не використовують диференціацію між мотивами заробітку і мотивами участі є ще більш яскраво вираженими.

Іншими словами, мотивація «найманого працівника» пригнічує мотивацію «господаря», а тому працівники не мають прагнення до розвитку і підвищення ефективності роботи, оскільки чим сильніше мотив заробітку, тим слабкіше мотив господаря і прояв інших (нематеріальних чинників) мотивації [3]. Звідси слідує, що підприємства залізничного транспорту при розвитку трудового потенціалу слід ширше використовувати практику співучасті працівників в власності, яка виступає в останні роки одним з найважливіших мотиваторів ефективної трудової діяльності працівників і розвитку трудового потенціалу організації.

Тому доцільно вважати, що кардинальна зміна, оновлення та нарощування трудового потенціалу (тобто розвиток) має розглядатися в якості головної задачі реалізації кадрової стратегії залізниць, як її найважливіший інтелектуальний і професійний ресурс, який забезпечує ефективний соціально-економічний розвиток підприємств залізничного транспорту. Головним напрямком реалізації кадрової стратегії має виступати створення гарантій розвитку особистих трудових потенціалів працівників, свободи використання ними професійних здібностей, створення умов для професійного навчання та підвищення кваліфікації працівників, які мають мотивацію до розвитку та просування по кар'єрним сходам. Звідси випливає, що можливість системи мотивації до розвитку повинна мати комплексний характер і дозволяти організації обирати альтернативні інструменти мотивації

за основними компонентами її формування з чітко визначеним очікуваним результатом від використання цих інструментів.

Отже, з метою забезпечення цілеспрямованості розвитку трудового потенціалу працівників підприємств залізничного транспорту, організації потрібен єдиний, універсальний механізм управління мотивацією до розвитку, який сформулює порядок і зміст управлінських дій, які відповідали меті розвитку трудового потенціалу в організаційному середовищі.

Література:

1. Дикань В.Л. Реформування залізничного транспорту (стратегія перетворень в системі управління галуззю) / В.Л Дикань, Д.І. Бойко // Журнал «Бізнес інформ» // - 2010.-С. 48-50.
2. Токмакова І.В. Мотивація трудової поведінки працівників залізничного транспорту в умовах реформування / І.В. Токмакова // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2013. - №44. – С. 286-289.
3. Токмакова І.В. Стратегічне управління персоналом на підприємствах залізничного транспорту / І.В. Токмакова, А.В. Кузуб // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2016. — № 53. — С. 110 — 114.

Козаченко О.М., *магістрант ФЕБА*
Науковий керівник: к.е.н., доц. Білявський В.М.
Національного авіаційного університету

ХАРАКТЕРИСТИКА СУТНОСТІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

Сьогодні ні в кого не викликає сумнівів, що інновації є основою забезпечення конкурентоспроможності на різних етапах побудови ієрархічної системи управління. Для багатьох підприємств – інновації більше не є чимось недосяжним, а є потребами і засобами підтримки конкурентоспроможності суб’єкта господарювання [1]. Щоб ефективно обслуговувати клієнтів і підтримувати високі конкурентні позиції в бізнесі, підприємства змушені зосередити свою увагу на створенні, оновленні, доступності, якості та використанні інновацій усіма співробітниками підприємства [2]. Тому, наразі ця тема є досить актуальною і потребує подальшого розвитку.

Інновація – це генерація нових ідей і їх впровадження для створення нових продуктів і послуг та отримання конкурентних переваг і досягнення нових висот на ринку. Так саме, управління інноваціями націлене на те, щоб конкретна інформація була використана в правильному контексті, в потрібному місці та в потрібний час для формування визначеної мети. Вона включає в себе ряд елементів, які використовуються на підприємстві для: виявлення, створення, поширення та забезпечення адаптації інформації і передового досвіду. Така практика сприяє підвищенню: рівня продуктивності праці на підприємстві, конкурентних переваг, рівня інновацій, а також постійного вдосконалення структури підприємства.

Слід зазначити, що у наукових колах, наразі немає узгодженої точки зору щодо визначення поняття «управління інноваціями» [3-4]**.** Так, існує точка зору, що під управлінням інноваціями слід розуміти «…сукупність принципів, методів і форм управління інноваційним процесом, інноваційною діяльністю та персоналом, зайнятим цією діяльністю» [3, с.171]. На противагу даній концепції існує й інша, де під цим терміном розуміють – «…сукупність інновації, які пов’язані лише з випуском нових видів продукції» [4, с.54]. Як відомо, цей термін відноситься до процесу створення цінностей для підприємства, за допомогою: створення, поширення, поновлення і правильного застосування інновацій. Його можна визначити, як творчий спосіб використання компетенцій співробітників та інформації у всьому підприємстві. Заслуговує на увагу, спрощене визначення вищезазначеного терміну, під яким слід розуміти «…ефективне використання власних ресурсів для отримання додаткових конкурентних переваг» [1, с.30].

Необхідно відзначити найважливіший аспект управління інноваціями, а саме внутрішнє інноваційне середовище підприємства. Головним у формуванні якого є навики менеджменту підприємства, що мають ефективно організувати процес отримання співробітниками нових знань і вмінь для імплементації їх в виготовлену продукцію. Без цього в процесі виробництва складно досягти

підвищення якісних і кількісних показників діяльності суб'єктів господарювання.

Таким чином, проаналізувавши існуючі підходи до трактування поняття «управління інноваціями», можна констатувати, що з одного боку, це окрема сфера економічної науки і професійної діяльності, яка спрямована на формування, забезпечення та досягнення будь якою оргструктурою інноваційних цілей, а з іншого – саме ці інструменти впливають на шляхи раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів в особистих та виробничих відносинах.

Література:

1. Білявський В.М. Інноваційна діяльність як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, Ю.В. Білявська // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні : матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — С. 30–31.
2. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Сталий розвиток економіки. — 1'2018. — № 38. — С. 131–140.
3. Дудар Т.Г. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.
4. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств : моделі та механізми : монографія / М.Є. Рогоза, К.Ю. Вергал. — П. : РВВ ПУЕТ, 2011. — 136 с.

Пєшкова А.К., *магістрант ФЕБА*
Науковий керівник: к.е.н., доц. Білявський В.М.
Національного авіаційного університету

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах загострення конкурентної боротьби, топ-менеджмент підприємств має зосереджувати свою увагу на раціональній складовій функціонування господарюючих суб'єктів, що впливає на підвищення її ефективності. Наразі, ця діяльність слугує запорукою фінансової привабливості

підприємства. У зв'язку з цим набуває важливого значення комплексна оцінка результатів господарської діяльності підприємства.

Як відомо, в сучасних умовах господарювання використання інтернет-технологій стає все більш поширенішим явищем, яке до того ж динамічно впроваджується в бізнес-процеси підприємства (цей вид комунікацій сприяє пошуку нових ділових партнерів). В умовах глобалізаційних та євро-інтеграційних процесів значення різноманітних маркетингових технологій в інтернет-середовищі суттєво зростає. Тому, найбільш поширеним напрямом оптимізації господарської діяльності підприємства є використання вищезазначених технологій для вдосконалення, як маркетингової, так і логістичної складової операційного процесу, а також організації внутрішніх інформаційних потоків на підприємстві. Застосування інтернет-технологій виводить інформаційну взаємодію постачальників, посередників і споживачів на новий більш якісний рівень (всі ці ознаки дозволяють оптимізувати вхідні і вихідні інформаційні потоки на підприємстві).

Слід зазначити, що інтернет-середовище узагальнило в собі всі найбільш важливі властивості інформаційних систем, тобто за своєю сутністю воно є найбільш динамічно розвиваючеюся системою. Важливою її особливістю є інтерактивність, а саме можливість оперативного реагування на нагальні виклики.

Можна виділити ряд особливостей інтернет-технологій [1, с.20-23]:

- відсутність обмежень у часі і просторі;
- чітко виділені канали доступу;
- досягнення оптимальної прозорості (умови конкурентів можна визначити дуже швидко);
- наявність активних користувачів;
- висока ефективність;
- можливість поділу користувачів і клієнтів на групи;
- можливість проведення статистичного аналізу поведінки клієнтів і користувачів;

- оперативна передача інформації.

Необхідно відзначити, що шляхи підвищення ефективності господарської діяльності підприємства, у своїй основі, передбачають використання певного режиму економії. Так, наприклад, ресурсозберігаючі фактори мають стати вирішальними для задоволення постійно зростаючих потреб споживачів у: паливно-мастильних матеріалах, сировині, енергетичних ресурсах тощо.

У більшості випадків, прагнучи підвищити ефективність господарської діяльності підприємства, менеджмент розраховує отримати максимальний фінансовий результат [2]. Однак, дана умова, не завжди відображає стратегічний план розвитку підприємства. Тому, на наш погляд, менеджменту більш доцільно зосередити свою увагу на підвищенні темпів зростання економіки [3].

Як наслідок, можна зазначити, що підвищення економічної ефективності виробництва передбачає отримання таких результатів, як:

- отриманий фінансовий результат більший, аніж у конкурентів;
- на підприємстві виділяється достатньо ресурсів для впровадження виробничих або управлінських змін;
- темпи зростання фінансових показників будуть вищими в найближчій перспективі, аніж у конкуруючих підприємств.

Такий підхід заохочує менеджмент підприємства здійснити пошук ефективних управлінських рішень, задля підвищення фінансової стабільності та конкурентоспроможності господарюючого суб’єкта.

Таким чином, інтернет-технології можуть розглядатися, як один із актуальних інструментів оптимізації бізнес-процесів на підприємстві, що дозволяє скоротити сукупні витрати: виробників продукції, торговельних підприємств та споживачів, – за умови поліпшення якості товарів і послуг, а також підвищення швидкості поставок товарів. При цьому інтернет-маркетинг є перспективним напрямом діяльності і певною методологічною основою в організації маркетингової діяльності в інформаційному середовищі

підприємства, що дозволяє дослідити всі фактори, що впливають на процес виробництва і просування товарів і послуг від виробника до споживача в умовах конкурентного середовища.

Література:

1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция : учеб. пособ. для вузов / И.Т. Балабанов. – СПб. : Питер, 2001. – 335 с.

2. Білявський В.М. Реалізація інноваційних проектів як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Сталий розвиток економіки. — 1’2018. — № 38. — С. 131–140.

3. Білявський В.М. Реінжиніринг в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / В.М. Білявський // Вісник Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. — 2017. — Вип. 93. — С. 7–17.

Білявський В.М., *к.е.н.,*
доц. кафедри МЗЕДП
Коновальчук М.М., *магістрант ФЕБА*
Національного авіаційного університету

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

В сучасному світі для забезпечення ефективного розвитку територій потрібно застосовувати всю сукупність досліджених в світовій практиці методик та інструментів управлінської діяльності. Для забезпечення успіху організацій в бізнес-середовищі застосовуються інструменти маркетингу. Найважливішим з яких є брендинг території або територіальний брендинг, метою якого є покращення іміджу території, поінформованості мешканців конкретного регіону та країни загалом, приваблення туристів та залучення інвестицій [1].

Необхідно відзначити, що перші спроби маркетингового просування територій з’явилися набагато раніше від самого поняття «територіальний брендинг». Ще із середини XVIII ст. курортні центри Західної Європи використовували технології брендингу для привернення уваги туристів та підвищення власної конкурентоспроможності. У кінці того ж періоду в США

популярними стали рекламні кампанії міст, організацією та проведенням яких займалися місцеві громади з метою посилення інвестиційних та міграційних потоків. У середині минулого сторіччя міста інших частин світу стали активно конкурувати між собою і методи цього протистояння набули наукових та управлінських рис [2, с.44-45].

Досвідчений світовий фахівець в галузі маркетингу С. Анхольт запропонував використовувати комплексний підхід до брендингу територій, а також концепцію конкурентної ідентичності, яка містить такі елементи сучасного брендингу, як: експорт, туризм, бізнес, інвестиції, політику, культуру та населення. Він вважає, що під брендингом території слід розуміти «…систематичний процес узгодження: дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій для реалізації стратегії конкурентної ідентичності [3, с.37].

Рис. 1. Цілі територіального брендингу

Джерело: складено авторами

Розуміння головних цілей брендингу територій, на даному етапі, спонукає державні органи влади та органи місцевого самоврядування і бізнес-середовище приділяти більше уваги розвитку брендів регіонів і цілих країн

(рис. 1). Заслуговує на увагу, що ще зовсім недавно більшість аспектів територіального брендингу були розрізненими ланками в комунікаційних процесах самих різних напрямів. На даному ж етапі спостерігається тенденція до застосування єдиного підходу до створення ідеї просування території, яка буде узгоджуватися з планом розвитку регіону на державному рівні.

Як відомо, фахівець в галузі маркетингу – В.Г. Сікко вважає, що виходячи з принципу циклічності розвитку, найбільш вірогідними кандидатами на брендинг будуть території, які переживають кризу, аніж географічні одиниці, що стабільні в плані економіки, культури, громадянського суспільства [4].

В залежності від впливу нематеріальних чинників формуються певні асоціації, що пов’язані з брендом, а саме: бренд, як продукт; бренд, як підприємство; бренд, як видатна особистість; бренд, як символ.

Слід зазначити, що при цьому формуванні ідентичності бренду слід враховувати, що перш за все необхідно створити певне ядро ідентичності, яке буде характеризувати незмінну сутність бренду та посилить її ідентичність певними запропонованими цінностями.

Як наслідок, формуванню ідентичності бренду сприяє ідентифікація споживача товару і підприємства на ринку та забезпечення стійких конкурентних переваг, за допомогою посилення цінності бренду, який є одним з інструментів, що впливає на підвищення конкурентоспроможності регіону, однак потребує додаткових ресурсів для зниження диференціації та при сприйнятті бренду різними сегментами споживачів.

Таким чином, конкуренція міст, регіонів та країн за ресурси перетворило їх з простих географічних одиниць у товари, які мають свою вартість. Тому, актуальним трендом сьогодення став територіальний брендинг, який є ефективним важелем розвитку регіонів, оскільки сприяє: залученню інвестицій в економіку, розвитку туризму, створенню позитивного образу регіону в очах населення та світової спільноти.

Література:

1. Білявський В.М. Сталий розвиток брендингу території в умовах глобалізації / В.М. Білявський // Виробничий менеджмент : історія і сьогодення» з нагоди 100 річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне і промислове управління» (1916 р.) : матеріали міжнар. наук.-практ. круглого столу. — К. : Нац. ун-т біоресур. і природокор. України, 2016. — С. 17–19.
2. Білявська Ю.В. Place branding, або Навіщо містам бренд / Ю.В. Білявська // Первый в Украине маркетинговый журнал «Маркетинг и реклама».— 2018. — № 5 (260). — С. 41–45.
3. Анхольт С. Брендинг : дорога к мировому рынку : навч. посіб. / С. Анхольт. — М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004. — 272 с.
4. Білявська Ю.В. Внутрішній бренд-менеджмент – невід'ємна частина організаційної культури підприємств торгівлі / Ю.В. Білявська // Університетські наукові записки зб. наук. пр. Хмельницький університет управління та права. — 2013. — № 4 (48) — С. 556–561.

Папуш Г.О., *студентка групи МК-18-М*
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Науковий керівник: Заіка Ю.А., к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

РОЗРОБКА НОВОГО ТОВАРУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

В умовах економічної кризи відбувається зменшення попиту на товари, а також виникає надлишок їх пропозиції. Збут стає складним процесом і призводить до спаду виробництва і збільшення росту безробіття. Зменшення платоспроможності населення погіршує збут. Відбувається зниження цін, прибутку, інвестицій, а також заробітної плати. Все це вказує на те, що товари втрачають свій попит на ринку і потребують випуску нових товарів. Підприємства, метою яких є створення нових товарів вважають найбільш економічно ефективними з боку маркетингу. Тому потрібно більш детально вивчити цю тему.

Актуальність цієї теми визначається в тому, що розробка товару саме в умовах економічної кризи є важким і трудомістким процесом. В даній роботі розглянуто поетапно виробництво товару і виявлено такі проблеми, як аналіз поведінки споживачів, дослідження ринку та впровадження нового продукту.

Новий товар – це товар, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих аналогів зміною споживчих та/або технічних властивостей.

За певними оцінками тільки 10% товарів, що з'являються на ринку, можуть бути віднесені до так званих світових новинок, 20% – товари, нові для фірми; 26% – розширення наявної гами продуктів, 26% оновлені продукти, 7% – зміна позиціонування продукту та 11% – це виробнича інновація [1].

Важливим напрямком при адаптації підприємства до факторів ринкового середовища, які мають здатність швидко змінюватись, є впровадження нового товару. Дуже важливо в ситуації, що склалася розпланувати стратегію. Тобто підприємство має випустити новий товар, тим самим задовольнити потреби покупців.

Виробництво нового товару в умовах низької економіки - це дуже ризиковий напрям діяльності підприємства, що потребує детального аналізу ринку. Слід зазначити, основний інструмент маркетингу - це аналіз поведінки споживачів. В умовах нестабільності мають переваги ті підприємства, які зможуть аналізувати ринок, та знайти більш оптимальні напрямки вирішення проблем [2].

Таким чином, перед початком створення продукту, який задовольнить потреби споживачів, виробникам потрібно перш за все дослідити ринок. Дослідження ринку вимагає адекватних управлінських рішень. Тобто маркетолог в процесі аналізу ринку знаходить інформацію, яка в подальшому зменшує ризики, виникаючі в процесі маркетингу, і допомагає створити нові оригінальні ідеї. У наступному, отримані дані під час дослідження не є готовими рішеннями, а навпаки можуть бути використаними як план дій або заходів самим керівником підприємства. Коли керівники отримують кінцеві результати останнього аудиту, вони їх аналізують та роблять висновки на підставі, яких починається процес розробки нового товару. Розробка продукту включає в себе сім етапів: генерація ідей, відбір ідей, розробка та перевірка концепції товару, проведення економічного аналізу, розробка прототипу товару, ринкове тестування товару, виробництво та реалізація продукції. Мета

кожного етапу – прийняття рішень про доцільність продовження роботи над новим товаром або відмови від нього [3].

Виходячи с цього можна зробити висновок, що підприємствам необхідно орієнтуватися на задоволення потреб споживачів, впроваджуючи на ринок нові товари. Найціннішим активом підприємства є споживач. Саме задоволення потреб споживачів допомагає підприємству бути конкурентоспроможним, тим самим отримувати дохід від своєї діяльності.

Література

1. Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс (основи інноваційного менеджменту) : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2013. –256 с.

2. Азарова А.О., Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Вінниця: ВНТУ, 2016. –115 с.

3. Полторак, В. А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / В. А. Полторак. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 200 с.

Бекіш М. О., *студентка групи УААМ-21,*
Дзюрах Ю. М., *асистент кафедри*
адміністративного та фінансового менеджменту,
Національний університет «Львівська політехніка»

«НА КАВУ ДО ЛЬВОВА» – МІСЦЕВІ КАФЕ ТА КАВ'ЯРНІ ЯК НАЙПРИВАБЛИВІШІ АТРАКЦІЇ

Львів вже давно називають «столицею кави». «У кав'ярняних сутінках достоту живуть цілі групи людей, які творять характерне та специфічне середовище, спрагле на подих Європи, що віє з газетних плахт, спрагле на плітки великого міста, а передусім яскравого життя на хвилях тремтливого світла, в арабеску диму, серед перегуків кельнерів,» – писав у 1910 р. один з перших оспівувачів кав'ярняного побуту Франц Яворський [1, с.15].

Кава у Львові органічно поєднує стародавні традиції приготування напою з новітніми технологіями. Ця тема сьогодні є дуже актуальною, оскільки до Львова з різних куточків Землі приїжджають туристи.

Маркетологи та підприємці створили величезну кавову індустрію, яка кожного року приносить чималі прибутки, а популярність цього напою зростає шаленими темпами. «До Львова на каву», «Кава зі Львова», «Мануфактура кави» чи «Копальна кави» – бренди, які органічно поєднують у собі два ключові слова – «Львів» та «Кава».

При дослідженнях попиту львівських кав'ярень був використаний метод теоретичного узагальнення, а саме опрацювання художніх книг, туристичних путівників та інтернет-джерел, де представлені історія заснування «кав'ярень», відгуки та рецензії щодо відвідуваних місць. Також було проведене опитування серед жителів міста та туристів щодо якості та оригінальності кав'ярень; і вагомим доповненням до цілісної картини дослідження є власні спостереження та дегустація кавових напоїв у різноманітних закладах.

Незважаючи на значну кількість об'єктів дослідження, вдалось визначити п'ять «найтоповіших» закладів міста Лева:

1. Ресторан «Віденська кав’ярня». Це одна з найстаріших кав'ярень міста, рік відкриття – 1829. Заклад пропонує своїм відвідувачам страви австро-угорської кухні. Тут також діяв буфет, де можна було придбати і скуштувати найсмачніший Віденський струдель, рогалики власного виробництва. Цей заклад у різні часи відвідували Михайло Грушевський, Іван Франко, генерал Тарнавський, Станіслав Людкевич, етнографи Володимир Охримович та Володимир Гнатюк. Кав’ярню «Віденську» згадує у своєму творі «Високий Замок» відомий польський письменник-фантаст Станіслав Лем.

2. «Вірменка» – це культова кав’ярня міста, яка існує з 1979 року. Каву тут варять традиційно по-східному, з використанням вже новітніх технологій. Часто гості беруть участь у приготуванні кави в турці. До кави відвідувачам засмакує львівський сирник та натуральні наливки власного виробництва, а також оригінальні лікери «Вірменка»: кавова, тірамісу та шоколадна.

Гарна традиція «Вірменки» – це підвішена кава, тобто купити каву і попередити дівчат, що коли прийде той чи інший товариш, щоб йому її налили. Тепер для цього є дошка, на якій позначатимуться іменні кави.

У Львові вже другий рік у конкурсі Lviv Coffee Festival на найкращу кав’ярню перемагає відома ще з глибоких радянських років «Вірменка», що знаходиться на вулиці Вірменській, яка дотепер продовжує бути улюбленим місцем зустрічі львівської богеми і не тільки [4].

3. Книгарня-кав’ярня «Львівська копальня кави». FEST – це мережа ресторанів та проектів з оригінальними концепціями, заснована 2007 року у Львові. Креативні і проекти у поєднанні з професіною реалізацією робить компанію унікальною. Один з найвідоміших таких проектів – «Львівська копальна кави». Окрім унікальних сортів кави і оригінальних смаколиків, «на десерт» кав’ярня пропонує відвідувачам справжню українську літературу. Також для аматорів екстриму організовано спуск у шахту, де можна попити кави з Бразилії, Італії та інших куточків світу, а також спробувати каву, приготовлену за різними авторськими рецептурами.

4. Кав’ярня «Блек Хані» (Black Honey). Заклад Black Honey буде цікавий шанувальникам альтернативної кави. Тут нема традиційного американо, але пропонують напої, приготовані дещо іншими методами (пуровер, аеропрес, калита, кемікс). У інтер’єрі багато білого кольору, дерева і красивих шрифтів. Особливої уваги заслуговують і холодні напої, для прикладу афогато – напій-десерт – порція експресо з кулькою морозива чи кавовий лимонад, який готують на основі кавового сиропу.

5. Заклад Selfie Coffee Lviv – незвичайна арт-кав’ярня, у якій поєднують каву і селфі. Для приготування «селфі-кави» бариста отримує від клієнтів фото з допомогою будь-якого месенджера на смартфоні, фото сканує спеціальний апарат і переносить його на молочну піну кави. Процес триває приблизно 4 хвилини.

Гастрономічні тури сьогодні користуються шаленою популярністю. Незмінним атрибутом Львова є кава. У місті Лева багато креативних та різноманітних кав'ярень, кожна з яких має свою особливість. Туристи обов'язково захочуть насолодитися запашною кавою у затишному інтер'єрі. Тому вище перелічені кав'ярні – це приклади різнотипових закладів, від

найперших кавоварень із старовинним облаштуванням до сучасних альтернативних закладів із мінімалістичним декором.

Література:

1. Винничук Ю.П. Кнайпи Львова / Ю. Винничук. – Вид. 3-тє, перероб. й допов. – Львів: ПІРАМІДА, 2005. – 289 с.
2. Іваничук Р. Манускрипт з вулиці Руської: історичний роман / Р. Іваничук. – Львів: ЛА «Піраміда», 2011. – 204 с.
3. Муха О. Львів – місто натхнення / О. Муха. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2017. – 448 с.
4. Телеканал ZIK [Електроний ресурс]. – Джерело доступу: https://zik.ua/news/2017/09/25/virmenka_vzhe_drugyy_rik_otrymuie_tytul_naykrashchoi_kavyarni_lvova_1173825].

Лихолат С.М., *к.е.н., доц.,*
доцент кафедри менеджменту
Львівський державний університет внутрішніх справ
Вихопень М.В., *магістр*
Львівський державний університет внутрішніх справ

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Важливою умовою створення та підтримки маркетингової товарної політики є проведення аналізу, що стосується досконалого вивчення ринку, дослідження потреб споживачів, мети виробництва, власних ресурсних можливостей, виробничої програми, системи збуту продукції, за результатами якого здійснюється процедура прийняття рішень. Водночас, до вирішення принципових завдань маркетингової товарної політики необхідно застосовувати стратегічний підхід на кожному обраному рівні господарської діяльності.

Попри те, усі вони повинні бути направленими на розвиток цільового сегменту споживачів, що в перспективі допоможе забезпечити стале конкурентне становище.

Розвиток підприємства як соціально-економічної системи є одним із центральних завдань маркетингової товарної політики. Тому, можна

виокремити три основні групи цілей товарної політики, до яких належать: заміщення ресурсів; створення умов для нарощення обсягів виробництва; забезпечення гарантій збереження підприємства [1,2].

Необхідно зазначити, що механізм формування та реалізації маркетингової товарної політики є складним процесом, який покликаний поєднувати у собі сукупність взаємопов'язаних методів, прийомів та технічних засобів, за рахунок використання яких планується, формується, координується та аналізується структура товарного асортименту у відповідності до динамічної кон'юнктури ринку (див. рис.) .

Рис. Механізм формування та реалізації маркетингової товарної політики

Перш за все, при дослідженні кон'юнктури ринку підприємствам необхідно знати загальну ситуацію на ринку для того, щоб об'єктивно оцінити власні можливості, силу протидії конкурентів і виділити найбільш перспективні

напрямки свого розвитку, які в майбутньому будуть спрямовані на реалізацію сформованих заходів. Маркетингова товарна політика в даному випадку розглядається в контексті збуту товару, що обумовлено широкими можливостями товарної політики і її значущості в досягненні маркетингових та бізнес цілей господарюючого суб'єкта.

Компонентами механізму формування та реалізації маркетингової товарної політики підприємства виступають система взаємопов'язаних цілей, завдань та подій та алгоритм оптимізації асортименту в координатах кількості та часу. Таким чином процес формування та реалізації маркетингової товарної політики можна розглядати зі статичної та динамічної точок зору. Основним моментом після реалізації заходів товарної політики є контроль або оцінка їх виконання з ціллю вияснення того, чи була дана політика якісною та доречною.

Маркетингова товарна політика підприємства вважатиметься якісною, якщо ефективними будуть наступні напрями: рівень використання коштів та рентабельність виробництва, рівень задоволення потреб, відповідність функціонування виробника наявним тенденціям розвитку ринку, рівень використання маркетингового потенціалу товару.

Отже, модель реалізації маркетингової товарної політики підприємства повинна включати в себе суб'єктів, об'єкта, принципи, цілі та заходи для їх досягнення. Вагомим інструментом реалізації маркетингової товарної політики є товарна стратегія підприємства, яка формується в рамках загальної корпоративної стратегії.

Література:

1. Маркетингова товарна політика : підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортєльова ; за ред. Н.О. Криковцевої. — К. : Знання, 2012. — 183 с.
2. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Литвиненко Я.В. – К., 2010. – 294 с.

Заіка Ю.А., *к.е.н.,*
доцент кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Згідно зі світовою статистикою в соціальній мережі знаходиться найбільш платоспроможна аудиторія. Згідно даному факту, можна зробити висновок про те, що публікація реклами в соціальній мережі може стати досить ефективною, якщо правильно побудувати всі етапи взаємодії зі споживачем; привернути увагу до тексту рекламного повідомлення і правильно розрахувати ефективність рекламної кампанії.

Вагомий внесок у розвиток системи оцінки ефективності розміщення реклами в соціальній мережі внесли зарубіжні дослідники і практики, але не було прийнято до уваги важливість розробки оптимального способу правильного підбору потрібної мети рекламної кампанії, тому автором розглянуто і проаналізовано актуальний і цільової вибір рекламної компанії в соціальних мережах усього світу.

Соціальна мережа на сьогоднішній день є досить популярною платформою серед всього населення, а відповідно - досить перспективним майданчиком для рекламодавців [1].

Існують деякі підстави, за якими підприємці не рішуються на створення рекламних публікацій. Найпоширенішими є: присутність занадто великої кількості складних налаштувань, в яких досить складно розібратися без базових знань в інтернет-маркетингу і хоча б невеликого попереднього навчання; нерозуміння з чого починати і як все організувати, щоб не зазнати великих втрат у бюджеті. Якщо з першою причиною розібратися не так складно: в мережі Інтернет є маса безкоштовних онлайн-курсів, навчальних роликів, вебінарів, статей як українських джерел, так і іноземних, то у випадку з іншою

проблемою, потрібен більш серйозний підхід і вміння правильно розпоряджатися фінансами.

Для початку слід розглянути особливості самого розміщення реклами в соціальній мережі. Найголовніше, що потрібно розуміти при створенні такої реклами - це те, що вона цільова. Таргетована реклама - це реклама, яка має на увазі під собою детальну настройку цільової аудиторії, починаючи від віку і географії, закінчуючи інтересами користувачів і видно тільки тим користувачам, які відповідають зазначеним параметрам. Така реклама дозволяє створювати цільову аудиторію на підставі даних особистого профілю користувачів, відміток «подобається» публікацій, сторінок і додатків. Важлива мета даної реклами - «впізнаваність бренду», служить для того, щоб підвищити інтерес споживачів і потенційних клієнтів до рекламованого бренду. За допомогою реклами з такою метою можна успішно заявити про свою компанію необхідної цільової аудиторії. Така реклама буде показана тим користувачам, які з найбільшою ймовірністю запам'ятають рекламований бренд. Реклама з метою «охоплення» дозволяє максимально розширити цільову аудиторію і показати максимальній кількості користувачів [2].

Наступним етапом у створенні реклами в соціальній мережі є формування необхідного бюджету на рекламу. На цьому етапі найчастіше допускають дуже велику помилку, вказуючи занадто маленький бюджет або ж навпаки - занадто великий. У разі зменшення суми, реклама буде недостатньо ефективна, що надалі приведе до низьких результатів. Якщо ж вказати перебільшену суму, можна втратити гроші, а результат виявиться так само незадовільним.

Наступним етапом після закінчення розрахунків необхідного рекламного бюджету виступає безпосередньо сам запуск реклами. По закінченню часу публікації реклами вкрай необхідним є оцінка та аналіз ефективності проведених рекламних кампаній.

Розраховуючи ефективність проведеної рекламної кампанії, варто виділити необхідні KPI (Key Performance Indicator). Показники KPI - це ключові

для оцінки ефективності метрики, що дозволяють продемонструвати ступінь досягнення або недосягнення поставлених рекламних цілей [3].

На завершення можна підвести підсумок, що при правильному підході соціальна мережа може стати відмінним маркетинговим каналом для будь-якого бізнесу. При створенні та запуску рекламної кампанії, необхідно завжди пам'ятати про ключові моменти, таких, як гнучка настройка таргетингу, розміщення картинок, які кидаються в очі і написання правильного тексту. Після запуску важливо весь час відстежувати перебіг рекламних кампаній.

Література:

1. Finn A. The Real Effect of Running a Facebook Ad Campaign in 5 Charts [Електронний ресурс] / Allen Finn // Wordstream. - 2018. - Режим доступу до ресурсу: https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/28/facebook-ad-campaign-data.

2. Zuban E. How to Master Your Facebook Ad Targeting Strategy [Електронний ресурс] / Elena Zuban // Bigcommerce - Режим доступу до ресурсу: https://www.bigcommerce.com/blog/facebook-ad-targeting/.

3. KPI ключові показники ефективності що це таке і як розрахувати [Електронний ресурс] // Alzari.ru. - 2017. - Режим доступу до ресурсу: https://alzari.ru/kpi-chto-ehto-takoe.html.

Кулеш М.Є., *магістрант ФЕБА*
Науковий керівник: к.е.н., доцент Білявський В.М.
Національного авіаційного університету

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ефективне функціонування більшості суб’єктів господарювання потребує їхнього сталого розвитку та формування, на їх основі, ефективної системи зовнішньоекономічних зв’язків. Ці зв’язки реалізуються на рівні, як державних органів влади та органів місцевого самоврядування (встановлення певних міждержавних основ співробітництва і створення торгово-політичних механізмів), так і на рівні підприємств (виконання контрактів та інших договорів у межах цивільного права).

Підприємство виступає основною ланкою зовнішньоекономічної політики держави. Як відомо, виведення підприємства на світовий ринок призводить до багатьох позитивних моментів, які мають переваги не лише для суб'єкта господарювання, але й для економіки країни загалом, оскільки підприємства:

- змушені оперативно реагувати на зміни зовнішньоекономічного середовища;
- стимулювати розвиток підприємницької діяльності, підвищувати технічний і технологічний рівень;
- вживати комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку, та розробляти нові стратегії розвитку.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється за допомогою законодавчої бази України, актів тарифного та нетарифного регулювання, економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансових, кредитних та ін.), рішень недержавних органів управління, які ухвалюються відповідно до їхніх статутних документів, договорів, що укладаються між суб'єктами господарювання [2].

Для кожного успішного підприємства настає момент, коли його перестають задовольняти лише можливості вітчизняного ринку. Тому, постає нагальне питання щодо виходу його на зовнішні ринки. Як відомо, отримання максимального прибутку залежить не тільки від фінансово-господарської діяльності підприємства на національному ринку, але й від удосконалення експортно-імпортної складової на зовнішньому. Наразі, зовнішньоекономічна діяльність виступає певною формою інвестиційної складової сталого розвитку підприємства на зовнішніх ринках, оскільки вихід його на міжнародний ринок, в першу чергу, передбачає формування конкурентних вимог до виробництва продукції або надання послуг завдяки експортно-імпортним операціям [1, 2], міжнародному маркетингу, дослідженню бар'єрів виходу на ринок тощо.

Для вітчизняних підприємств зовнішньоекономічна діяльність, як форма

інвестиційної складової сталого розвитку підприємства, є доволі актуальною, проте, нестача грошових коштів, проблеми з основними фондами, а також застарілість технологічного обладнання є фундаментальною причиною, яка перешкоджає підприємствам впевнено почуватись на міжнародних ринках [3]. Незважаючи на це, в Україні функціонують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентоздатними не лише на вітчизняному ринку, а потенціал їх промислового виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому, для збільшення обсягу реалізації продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей менеджменту підприємств слід відшуковувати нові ринки збуту.

В сучасних умовах господарювання головною метою діяльності більшості виробничих підприємств є оптимізація операційних процесів та підвищення конкурентних переваг в довгостроковій перспективі, які сприятимуть формуванню високої норми прибутковості. Як відомо, для забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідно провести розробку єдиного стратегічного напряму розвитку, відповідно до якого суб'єкт господарювання зможе досягти довгострокових конкурентних переваг [4].

Слід зазначити, що організація міжнародної діяльності підприємства передбачає вибір способу виходу на закордонні ринки, які залежить від мети підприємства, масштабів його діяльності, характеристик товарної продукції й намірів контролювати продажі. Враховується також потенційний обсяг продажу, витрати та інвестиції на організацію руху товарної продукції, наявність кваліфікованого персоналу тощо. Також, суб'єкт господарювання може зупинитися на більш ґрунтовному дослідженні: експортної складової, спільної підприємницької діяльності чи проведенні прямого інвестування за кордон. Кожен наступний стратегічний підхід потребуватиме прийняття більшого обсягу зобов'язань, а відповідно й частки ризику. Не зважаючи на вплив вищезазначених факторів, в цілому, вони сприяють отриманню більшої частки прибутку.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність підприємств є певною формою оцінювання інвестиційної складової розвитку підприємницької діяльності на зовнішніх ринках, що має можливість гармонійно поєднувати інтереси державних органів влади та органів місцевого самоврядування в досягненні політичної і економічної незалежності, з інтересами суб'єктів господарювання у підвищенні власної конкурентоспроможності.

Література:

1. Білявська Ю.В. Побудова алгоритму процесу змін управління виробництвом на підприємстві / Ю.В. Білявська // Науковий вісник Херсон. держ. ун-ту (Економічні науки). — 2014. — № 8 (16) — С. 63–66.
2. Білявський В.М. Впровадження системи 5 S як фактор оптимізації виробництва промислової продукції / В.М. Білявський, В.В. Власенко // Вісник Хмельницьк. нац. ун-ту (Економічні науки). — 2018. — Вип. 1. — С. 54–60.
3. Білявський В.М. Конкурентоспроможність підприємства як фактор підвищення його інвестиційної привабливості / В.М. Білявський, М.М. Шепута // Інноваційна економіка. — 2017. — № 11–12 (72). — С. 129–134.
4. Батченко Л.В. Зовнішньоекономічна діяльність : теорія і практика сучасного менеджменту / Л.В. Батченко, Г.М. Дроздова, В.В. Дятлова. — Д. : Норд-Прес, 2014. — 244 с.

Кузуб А.В., *аспірант кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Українського державного університету залізничного транспорту*

СУЧАСНИЙ СТАН ВАГОНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Вагонобудівна галузь є однією з базових галузей машинобудування України для економіки, її системоутворюючим елементом, що визначає загальний стан виробничого потенціалу України. Від результатів діяльності вагонобудівних підприємств здебільшого залежить функціонування всіх інших галузей промисловості. Жорсткі умови глобалізаційних економічних трансформацій диктують необхідність активної реалізації стратегічних змін та результативної інноваційної діяльності на підприємствах машинобудівного комплексу.

Більшість сучасних учених підкреслюють, що економічний розвиток та науково-технологічний прогрес в економіці України неможливий без стабільного економічного становища промисловості.

В сучасних умовах господарювання вагонобудівні підприємства переживають бум замовлень на будівництво нового рухомого складу. За словами директора Департаменту вагонного господарства ПАТ «Українська залізниця» Олега Мотіна, станом на середину жовтня 2018 року, загальний робочий парк вагонів на території, підконтрольній Україні, сягнув позначки 150 тис. одиниць [1]. Цього, на думку фахівця, достатньо, аби при певному обігу рухомого складу і достатній кількості локомотивів перевозити до 1 млн т вантажів (нині — 740 тис. т.).

Тенденція оновлення парку вагонів більш ніж задовільна. Якщо минулого року машинобудівники України виготовили 6,6 тис. одиниць, то цьогоріч — уже понад 8,6 тис. Востаннє аналогічні обсяги поставок у нашій країні були в 1992—1993 роках. Оновлюється як парк ПАТ «Української залізниці», так і приватних операторів. Це вже дещо знизило відсоток зношеності парку, проте роботи ще багато і вистачить надовго.

Для виготовлення нової продукції запчастин вітчизняного виробництва нині на ринку вистачає. Єдині комплектуючі, котрі наразі не випускаються в Україні - повітрярозподілювачі (головні магістральні частини гальмівних систем), котрі постачаються з Російської Федерації. У зв’язку з цим необхідно приватним підприємствам спільно з ПАТ «Українською залізницею» підтримати ініціативу щодо замовлення на виготовлення їх державним підприємством «Машинобудівний завод «ФЕД» [1].

Позитивною тенденцією є збільшення кількості підприємств, що мають право на здійснення деповського ремонту вагонів. Це промислові майданчики, що мають відповідні площі та обладнання. Отже, нині ринок послуг із оздоровлення вагонів є досить диверсифікованим. Проте тим компаніям, які бажають оздоровити рухомий склад у залізничних депо, варто поквапитись і

зробити це вже цього року, адже на наступний рік плани ПАТ «Української залізниці» збільшені на 50 %. Тож депо будуть завантажені роботою [1].

На даний час розвиток вагонобудування помітний. Наприклад, Завод «Електроважмаш» отримав сертифікат відповідності на підвагонний генератор ГІР101БУ1 для ПАТ «Української залізниці».

Документ виданий Органом з сертифікації продукції вагонобудування ДП «УкрНДІВ» і поширюється на продукцію, що випускається серійно з 18 травня 2018 року до 17 травня 2020 року.

В даний час генератор проходить експлуатаційні випробування у складі поїзда Харків—Львів [2].

Завдяки активній інвестиційній діяльності ПАТ «Українська залізниця» другий рік поспіль забезпечує зростання виробництва рухомого та тягового складу в Україні на 70-100% [3].

Капітальні інвестиції ПАТ «Українська залізниця» в рухомий склад дали потужний поштовх виробництву нових вагонів, як на підприємствах ПАТ «Українська залізниця», так і на інших вітчизняних вагонобудівних підприємствах, а також відновлено виробництво вагонного литва, запчастин до вагонів та іншої продукції.

Отже, у даний час ми спостерігаємо поступове подолання кризи та підвищення конкурентоспроможності підприємств вагонобудування України. Модернізація та технологічне переозброєння підприємств створили необхідні умови для розвитку українського ринку машинобудування, а саме вагонобудування, оптимізації його структури та підвищення технологічної безпеки держави.

Література:

1. Форум Rail Expo 2018 був майданчиком для обговорення оновлення локомотивного парку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://info.uz.ua/articles/forum-rail-expo-2018-stav-maydanchikom-dlya-obgovorennya-onovlennya-vitchiznyanogo-lokomotivnogo-parku

2. Електроважмаш випробовує нову продукцію для пасажирських вагонів [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

http://uprom.info/news/cars/elektrovazhmash-viprobovuye-novu-produktsiyu-dlya-pasazhirskih-vagoniv/

3. Укрзалізниця щороку забезпечує ріст виробництва вагонів на 70-100% [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2518200-ukrzaliznica-soroku-zabezpecue-rist-virobnictva-vagoniv-na-70100-kravcov.html

Пономаренко Л. Р., *студентка*
Федотова Т. А., *к.е.н., доцент*
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара,

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Високоприбутковий бізнес будується на філософії маркетингової концепції, ідеї якої проникають в усі підрозділи та служби управління компанією, і на основі цього формується її цілісний конкурентоспроможний позитивний образ в очах громадськості. Це є ключовою метою менеджменту будь-якого підприємства, але в ряді випадків маркетинг розглядається і реалізується тільки в рамках однойменного відділу, що і призводить до незадовільних результатів. Тому перед використанням будь-яких інновацій та модернізацій необхідно вивчити питання ефективності управління організацією, враховуючи зростаючу роль електронного бізнесу та інтернет-маркетингу в цьому процесі.

Для забезпечення максимально ефективного використання інтернет-можливостей задля розвитку підприємств в Україні можна впроваджувати такі способи їх електронної модернізації:

1. Корпоративний сайт для кожного (в ідеалі) українського суб'єкта господарювання незалежно від форми власності, де представлена інформація національною та іноземними мовами про товари і послуги (текст, графіка, відео), яка показує переваги даної пропозиції в порівнянні з конкурентами, вказуються різні варіанти, умови поставки, проект договору. Для даного сайту реєструються (купуються) доменні імена обов'язково міжнародного рівня .com (якщо зайнято, то .net, .co і ін.), Національні .ua (якщо підприємство працює або

збирається працювати на національному ринку) та інші домени в залежності від цільової пропозиції.

Менеджери з маркетингу, які займаються просуванням продукції і сайтів підприємства, задіють у своїй роботі як традиційні засоби маркетингу, так і інформаційні технології (інтернет-рекламу, SEO, розміщення інформації на торгових майданчиках, електронних аукціонах, участь в партнерських програмах, публікацію прес-релізів на різних електронних pr-ресурсах, використання можливостей соціальних мереж та ін.). Таким чином, пропозиції компанії будуть опубліковані на багатьох інтернет-ресурсах по всьому світу [1, с. 56].

Власний корпоративний сайт в ідеалі необхідний кожній українській організації. Його дизайн, зміст і оновлення повинні сприяти підвищенню інформованості відповідної цільової аудиторії і створення позитивного образу інноваційного успішного підприємства. Особливо це стосується тих суб'єктів господарювання, які працюють на зовнішніх ринках. Їх електронні ресурси повинні бути представлені на високому професійному рівні з точки зору змісту, дизайну і взаємодії з потенційними і існуючими клієнтами, оскільки на цій основі формується імідж нашої країни в очах іноземних споживачів.

2. Єдиний державний (приватний) інтернет-магазин, на якому буде представлена вся продукція українських підприємств різних форм власності. Це допоможе сформувати бюджет за рахунок коштів підприємств, банків, підтримки держави і сконцентрувати зусилля на просуванні всіх товарів на вітчизняний і, найголовніше, глобальний ринок. Якщо проект буде працювати ефективно, то знайдуться і серйозні іноземні інвестори. Істотну підтримку в його просуванні на ділових ринках можуть надати місцеві та закордонні маркетингові агентства, участь в конференціях, ярмарках-виставках і т.д. Даний ресурс передбачає також оцінку дій менеджерів підприємств: як швидко продавці реагують на запити покупців, наскільки задоволені їх роботою клієнти і т.д.

3. Державна (приватна) українська торгова площадка для ділових клієнтів, на якій пропонується продукція всіх вітчизняних підприємств і деяких зарубіжних. Головна мета - отримання прибутку на основі залучення корпоративних партнерів. Даний інтернет-ресурс, учасниками якого є виробники, оптові і роздрібні посередники, кінцеві покупці-споживачі, необхідно активно просувати на зарубіжні ринки. Для цього пропозиції щодо купівлі-продажу товарів публікуються на різних мовах, доменні імена зареєстровані в різних доменних зонах, обов'язково в міжнародній.

Важливе значення набуває просування продукції підприємств за рахунок публікації інформації на різних торгових майданчиках. Це допомагає встановити нові контакти з посередниками, покупцями і споживачами з різних країн, завоювати нові ринки збуту.

4. Державна (приватна) вітчизняна електронна біржа. Важливе значення для її діяльності має те, як швидко і оперативно можуть зареєструватися на ній клієнти. Досить рутинна процедура тільки відлякує потенційних покупців, які можуть придбати аналогічний продукт на зарубіжних ринках без зайвих клопотів. Вони будуть згодні на таку процедуру тільки в тому випадку, якщо їм буде дуже вигідно придбати даний товар. Біржа повинна бути представлена на різних мовах, доменні назви зареєстровані в різних доменних зонах (обов'язково в міжнародній .com), служба допомоги повинна працювати протягом 24 годин. Крім того, необхідно забезпечити грамотне і кваліфіковане обслуговування клієнтів. Це стосується питань логістики, методів оплати, комунікабельності, компетентності співробітників підприємств. Контроль за діяльністю співробітників здійснюється на основі оцінки часу їх відповіді на заявку, шляхом анкетування споживачів і т.д.

5. Державний (приватний) електронний аукціон для індивідуальних споживачів і клієнтів B2B ринку, де підприємства можуть виставляти залишки нереалізованої продукції, товари-новинки, послуги. Заходи для даного проекту багато в чому аналогічні зазначеним в попередніх пунктах. Українським компаніям бажано також виходити на іноземні електронні аукціони.

Оскільки число інтернет-користувачів і частота звернення до Інтернету неухильно ростуть, потрібно створювати такі торгові проекти зараз, так як конкурентна боротьба рано чи пізно розгорнеться в онлайновому просторі [2, с. 195]. Отримати істотний прибуток в цій сфері зможуть ті проекти, які своєчасно прийдуть на цей швидко зростаючий ринок. Тому для України важлива концентрація зусиль на створенні електронних проектів, високотехнологічної продукції, інформаційних технологій, підтримки розробників програмного забезпечення, так як це і є один з основних ресурсів майбутнього. У зв'язку з цим доцільно приділити пильну увагу підготовці відповідних фахівців (програмістів, інженерів, менеджерів з маркетингу та менеджерів з продажу (зовнішньоекономічна діяльність, електронний бізнес), дизайнерів, архітекторів), необхідних для розвитку галузі [3, с. 46].

Література:

1. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник / І.Л. Литовченко – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
2. Плескач В. Л. Технології електронного бізнесу : монографія / В. Л. Плескач. — К. : КНЕУ, 2004. — 223 с.
3. Кудряшов А. А. Электронный бизнес: учебное пособие / А.А. Кудряшов – Самара: ПГУТИ, 2017. –176 с.

Босак О.В., к.*е.н.*,
доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних наук
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Возна Л.Б., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту та соціально-гуманітарних наук
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

На сучасному ринку праці загострюється конкуренція не лише серед продавців, але й між покупцями – роботодавцями, які намагаються залучати у свої організації кваліфікованих, творчих, ініціативних співробітників. В умовах, коли через фінансову кризу відбувається скорочення витрат на персонал та

управління людськими ресурсами в цілому, на перший план виходять й інші, нецінові, способи утримання працівників. Одним з них є позитивний HR-імідж організації в очах її співробітників, більш відомий як HR-бренд («бренд роботодавця»).

Бренд - сукупність всіх явних і не явних характеристик, які роблять пропозицію унікальною і сприяють досягненню конкурентних переваг. Сучасні європейські ринки переживають «бум» брендів. Бренд стає одним з найбільш значущих для підприємств факторів в питаннях успішності та конкурентоспроможності, і не тільки на споживчих ринках, а й на фінансових ринках та ринках праці. Бренд роботодавця можемо визначити як образ компанії – найкращого місця роботи, який створюється у свідомості працівника. Бренд роботодавця є стратегічним ресурсом підприємства, сприяє формуванню конкурентних переваг підприємства, залученню й утриманню співробітників, дозволяє скоротити витрати по найму персоналу, збільшити залучення працівників до реалізації планів по досягненню цілей підприємства [1].

Стратегія бренду роботодавця(employer brand strategy) представляє собою напрям діяльності підприємства по формуванню образу компанії на ринку праці і у свідомості як потенційних, так і власних співробітників. Сильний бренд роботодавця створюється поведінкою лідерів компанії та пов’язаний із корпоративною культурою та етикою.

В свою чергу, стратегія бренду роботодавця має бути узгоджена із конкурентною стратегією підприємства (бізнес-стратегією), стратегією корпоративного бренду, стратегією розвитку персоналу та маркетинговою стратегією. Ця стратегія повинна відображати корпоративний і споживчий бренд, обіцянки і амбіції компанії. Стратегія розвитку бренду роботодавця розробляється з метою приваблення більшої кількості потенційних висококваліфікованих працівників (зменшення витрат на пошук персоналу відповідної кваліфікації); утримання компетентних і талановитих працівників на даному підприємстві (зменшення втрат, пов’язаних із плинністю кадрів);

підвищення ступеню залучення співробітників до реалізації стратегії підприємства і корпоративної культури підприємства (веде до підвищення продуктивності праці, росту продаж, покращення морального клімату у колективі, задоволеності клієнтів і споживачів підприємства і т.д.).

Перед розробленням стратегії створення бренду роботодавця, варто здійснити ряд заходів всередині компанії по створенню позитивного іміджу роботодавця. На основі результатів досліджень у галузі бренд-менеджменту, було виявлено, що основні етапи формування і реалізації стратегії розвитку бренду роботодавця можна подати у вигляді певної алгоритмічної структури (моделі), яка складається з таких елементів:

- визначення місії і цілей компанії та усвідомлення необхідності розвитку підприємства; - аналіз ринку (сегментація, оцінка місткості ринку і його сегментів, динаміка ринку, аналіз основних конкурентів і т.д.); - аналіз внутрішнього середовища підприємства (в т.ч. аудит інтелектуального капіталу і бренд-аналіз); - формування кросс-функціональної робочої групи із залученням топ-менеджменту, працівників відділів розвитку персоналу (HR), маркетингу, яка буде займатися створенням бренду роботодавця; - розроблення ціннісної пропозиції співробітнику і роботодавцю (EVP). EVP має бути унікальним, переконливим, актуальним з метою як приваблення, так і залучення до активної діяльності по досягненню цілей підприємства та утримання на підприємстві талановитих співробітників;

- формулювання стратегії розвитку бренду роботодавця;

- визначення бюджету на реалізацію стратегії розвитку бренду роботодавця;

- здійснення маркетингових і комунікаційних заходів, спрямованих на розвиток бренду роботодавця [2].

Це вагомий аргумент для інвестування в залученість до реалізації цілей підприємства, не кажучи про ефект, який розвинена корпоративна культура справляє на співробітників. Таку оцінку потрібно проводити регулярно, щоб розуміти, наскільки зусилля компанії, спрямовані на розвиток бренду роботодавця, результативні. Варто відслідковувати динаміку індексу бренду

роботодавця. Оскільки останній вимірює, наскільки успішно виконуються обіцянки та пропозиції, які відносяться до атрибутів EVP, а також враховує повернення інвестицій завдяки збільшенню продуктивності працівників і зменшенню витрат на їх утримання. При цьому важливо, щоб оцінку бренду роботодавця давали і персонал підприємства, і потенційні працівники. Впровадження пропонованих етапів формування і реалізації стратегії розвитку бренду роботодавця дозволить підприємству зміцнити власну конкурентну позицію та отримати додаткові конкурентні переваги.

Бренд роботодавця можна дослідити за допомогою наступних методів:

1) Опитування працівників компанії, потенційних кандидатів на різні позиції компанії, партнерів, клієнтів тощо;

2) Вивчення та аналіз інформації на просторах Інтернет та у різних засобах масової інформації;

3) Аналіз кількості заявок на відкриті позиції компанії;

4) Завершальна бесіда з працівниками, що залишають компанію;

5) Порівняння результатів формування позитивного бренду роботодавця з найкращими у цій сфері.

Під час розробки загальної концепції бренду роботодавця важливо взяти до уваги те, що вона повинна співпадати з ціннісними очікуваннями наявних працівників, потенційних кандидатів та працівників і найголовніше з тими, що в кінцевому результаті пропонуються роботодавцем.

Результатом створення бренду роботодавця є демонстрація компанією власних особливостей, цінностей, можливостей, що дозволяє згуртувати співробітників, які, в свою чергу, працюють більш ефективно над задоволенням потреб споживачів продукції компанії.

Успіх програми зі створення бренду роботодавця залежить від активності та розуміння проблеми керівниками на всіх рівнях управління, оскільки ефективне керівництво – це ключ до сталого розвитку бренду роботодавця.

Отже, у процесі управління брендом компанії як роботодавця потрібно врахувати економічні, фінансові, соціально-психологічні та інші фактори, що

спонукають людину змінити місце працевлаштування. Завдяки бренду роботодавця особливі, насамперед привабливі умови для працівників конкретної компанії, що сприяють залученню та утриманню найкращих талантів.

На сьогодні розвиток концепції бренду роботодавця досяг такого рівня визнання, що тепер це є невід'ємна частина бізнес-стратегії підприємства. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на удосконалення методів і інструментів формування та реалізації стратегії розвитку бренду роботодавця.

Література:

1. Шатько Ю. HR-бренд: данина моді чи інструмент розвитку бізнесу // Журнал «Кадровик України». - 2018. – №1. – 114 с.
2. Управління брендом роботодавця // Менеджер по персоналу. – 2011. – Част. 1. – С. 22–23, 53–54

Гузар У.Є., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту та
соціально-гуманітарних дисциплін
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Пончка О.І., *магістрант*
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні, будь-яка компанія, яка прагне зберегти свою конкурентну перевагу і зайняти лідируючі позиції на ринку, потребує співробітників, що володіють сучасними знаннями і технологіями, здатними ефективно застосувати їх на практиці. Саме компетентний персонал є рушійною силою компанії на шляху до досягнення її стратегічних цілей. Сучасне технологічне удосконалення спрямоване на прогресивну зміну характеру навчання та розвитку персоналу організації.

Питанню розвитку та навчання персоналу присвячені наукові

дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених О.О. Гетьман, А.В. Плясун, В.Я. Брича, М.С. Татаревської, В.В. Красношапка, І.В. О.А. Сливки, Т.В. Стебеняєвої, Н.М. Юрятиної, А.М. Ткаченка та інших. В їх працях наводиться характеристика більш традиційних методів розвитку персоналу, але не виділяються інноваційні, сучасні технології навчання персоналу підприємства.

Навчання є одним із найбільш дієвих способів розвитку персоналу будь-якого підприємства, адже це сукупність дій, що розробляються в рамках єдиної концепції навчання організації та орієнтовані на систематичне навчання персоналу [1]. При цьому, дані дії здійснюють позитивний вплив на зміну рівня кваліфікації та продуктивності працівників усіх ієрархічних рівнів, задовольняючи індивідуальну потребу в навчанні і потребу організації у навчених співробітниках. У сучасних організаціях навчання персоналу являє собою комплексний та безперервний процес.

Відповідно до вище зазначеного, завданням керівництва є ефективно використати чинники індивідуальної мотивації для запровадження програм навчання персоналу. Сьогодні, традиційна система навчання персоналу має ряд недоліків, першим із яких є використання немотивуючих факторів для працівників, зосередження уваги на фінансових результатах підприємствах та відсутність зацікавленості щодо розвитку власного працівника. Відповідно сучасна система навчання має свої переваги, а також специфічні методи і технології.

Найперше, варто зосередити увагу над такою технологією навчання, яка сприяє саморозкриттю людини, як *коучинг*. Коучинг працює як інтерактивний процес підтримки окремих людей і організацій, який полягає в тому, щоб сприяти максимальному розкриттю їхнього потенціалу. Термін «коуч» походить від англійського слова coach – «візок»,«карета». Таким чином коучинг – це своєрідний засіб пересування (просування) клієнта до розкриття його потенціалу. А коуч – своєрідний провідник, тренер, який супроводжує людину чи команду до найбільших звершень.

В багатьох організаціях коучинг сьогодні став доповненням, а подекуди й

заміною тренінгу. Бо на відміну від тренінгу (навіть персонального) коучинг є більш сфокусованим, контекстуалізованим і має індивідуальну спрямованість, а також, якщо розглядати реальні зміни, коучинг є більш вигідним за ціною, ніж традиційні тренінгові методи, бо підхід коучингу більш орієнтований скоріше на досягнення успішних результатів, ніж на пошук причин існуючих проблем чи формування корисних навичок.

Не менш поширеною сучасною технологією навчання є *наставництво*. Взагалі, це самий розповсюджений метод, хоча далеко не найпростіший метод навчання й розвитку персоналу. В даний час система наставництва використовується і застосовується в навчанні, як лінійних співробітників, так і менеджерів компаній. Такий метод істотно впливає, з одного боку, на успішність адаптації, тих, хто був прийнятий в компанію нещодавно, з іншого боку - розвиває управлінські організаційні навички наставника.

У США існує різновид наставництва – *Buddying*. Це цікава і досить незвичайна форма навчання, адже в перекладі з англійської слово «buddy» перекладається як приятель. Цей метод заснований на наданні один одному підтримки у виконанні цілей і завдань (як особистих, так і корпоративних) і в освоєнні нових навичок [2]. Суть методу полягає в тому, що за фахівцем закріплюється «buddy», партнер. Його завдання - надавати постійний зворотний зв'язок про дії та рішення того співробітника, за яким він закріплений.

Одним із самих реалізованих і маловитратних методів навчання й розвитку персоналу є *Shadowing*. Цей метод припускає, що до співробітника прикріплюють «тінь» (shadow – тінь (англ.)). Це може бути випускник вузу, що мріє працювати в компанії, або працівник, що проробив у компанії якийсь час і хоче поміняти відділ або зайняти цікаву йому посада. Роботодавець робить його «тінню» на кілька днів, щоб подивитися, чи збережеться мотивація цієї людини, чи ні. Як показують дослідження, проведені в США, після shadowing 50% людей відмовляються від своєї мрії. Компанії ж дуже широко використовують цей метод, щоб скоротити витрати. Shadowing

використовують 71% компаній у Великобританії.

Інноваційним та цікавим методом навчання персоналу також є *сторітеллінг (мотиваційна розповідь)* – метод навчання нових співробітників організації для ознайомлення з організаційною структурою, корпоративною культурою, локальними розпорядчими документами тощо. Навчання починається з моменту підбору персоналу до повної адаптації працівника; воно проводиться безпосереднім керівником (наставником) для надання інформації про організацію, її особливості, для контролю в період випробувального терміну (стажування). Сторітелінг був винайдений та успішно випробуваний на власному досвіді Девідом Армстронгом, главою міжнародної компанії Armstrong International. Розробляючи свій метод керівник врахував відомий психологічний фактор: історії більш виразні, цікаві асоціюються з особистим досвідом, ніж правила або директиви [3].

В сучасних умовах розвитку економіки варто виділити ще два інноваційних методи навчання персоналу, а саме екш-навчання та баскет-метод. *Екшн-навчання* – метод навчання для вирішення реальних проблем на практиці в процесі діяльності організації. Основою цього методу є створення робочої групи, що вирішує поставлене завдання. Термін навчання може тривати від кількох тижнів до року. За допомогою цього методу можна удосконалити компетенції зі стратегічного планування, навички прийняття обґрунтованих рішень, вирішити конкретні виробничі завдання.

Баскет-метод – метод імітації ситуацій «керівної діяльності», за якого співробітник долучається до ролі керівника. Цей метод застосовується до працівників, які претендуватимуть на керівну посаду.

Таким чином, відповідно до охарактеризованих інноваційних методів навчання персоналу, перш за все, завданням організації є визначення кількісних і якісних потреб у розвитку персоналу та забезпечення відповідних можливостей навчання. Керівництво повинне пам’ятати, що розвиток персоналу є запорукою успішності підприємства. При цьому, власники

організації не повинні заощаджувати кошти на удосконаленні наявної системи розвитку працівників.

Література:

1. Козяр М.М, Кузик А.Д // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми // Зб. наук пр. – Випуск 10 (Ред. кол.І.А, Зязюн та ін. – Київ – Вінниця: ДОВ «Вінниця», 2006. – 345 с.
2. Кибанов А.Я. Дуракова И.Б.Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, атестаця: Учебное пособие для студентов вузов / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: Издательство «Эталон», 2009. – 416 с.
3. (Герасименко О. Ефективний вариант неформального обучения / О. Герасименко. – Режим доступу: http://www.trainings.ru/library/articles/?id=6330Gerasimenko O.Storitelling – effektivnyiy variant neformalnogo obucheniya / Gerasimenko O. – Rezhim dostupa :http://www.trainings.ru/library/articles/?id=6330.

Остапюк Б.Б., *здобувач*
кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПРИКЛАДІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Реформування залізничної галузі, завданням якого є активізація та нарощування економіко-технічного потенціалу та необхідність підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту і транспортної системи країни в цілому, визначає необхідність нових підходів до методології та організації управління економічними процесами. У комплексі підходів особлива роль відводиться підтримці належного рівня економічної безпеки як обов'язкової умови стійкого функціонування і досягнення економічного зростання національної економіки, її галузей і господарюючих суб'єктів.

Перетворення структури управління і форм власності залізничної галузі визначають особливу актуальність даної проблеми на рівні господарюючих суб'єктів залізничного транспорту. При цьому досягнуті в останні роки показники роботи залізничного транспорту, особливо стан матеріально-

технічної бази, не містять якісних змін та передумов до подальшого стійкого зростання [1].

Складність ситуації посилюється прикладом практичних результатів роботи інших видів транспорту, де вже були певним чином вирішені питання про розподіл функцій державного управління і експлуатаційно-комерційної діяльності і широко проведені заходи приватизації. За минулі роки в Україні спостерігається деградація морського торгового флоту країни, практична ліквідація більшості внутрішніх авіаліній з усе більшою експансією зарубіжних авіакомпаній в забезпеченні міжнародних повітряних сполучень, а також погіршення безпеки польотів, припинення діяльності багатьох внутрішніх водних шляхів, зростаюче збільшення частки іноземних перевізників в міжнародних автомобільних перевезеннях.

Вищесказане підтверджує важливість необхідності обґрунтування оцінки економічної безпеки господарюючих суб'єктів залізничного транспорту з позицій забезпечення сталого функціонування залізничної галузі. Дане завдання є тим більш важливими в ситуації нестабільного макроекономічного стану, що особливо актуально в нашій країні. Також для сучасної економіки України в більшій мірі, ніж в розвинених країнах, характерна невизначеність в поведінці покупців, конкурентів, партнерів і державних органів. З іншого боку, економічна безпека господарюючих суб'єктів є поряд з фінансовою та соціальною політикою держави яка є основою такого стану економіки країни, який забезпечує її стабілізацію, функціонування в режимі розширеного відтворення і мінімізацію впливу зовнішніх факторів.

Термін «економічна безпека», як невід'ємно багатофункціональна і різноманітна концепція вимагає вивчення природи, структури і компонентів при застосуванні економічної безпеки з позиції системного підходу [2]. Відповідно до вищезазначеного всі процеси, явища та функціонування структурних підрозділів залізниці повинні розглядатися з точки зору системного підходу. Під системою економічної безпеки підприємства розуміють організовану сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів

і заходів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів підприємства від внутрішніх і зовнішніх ризиків.

Можна виділити три найрозповсюджених внутрішніх факторів ризику - це людський фактор, технологічні чинники і фізичні фактори. Ризик, пов'язаний з людським фактором, може включати страйк профспілок, несумлінність співробітників, неефективне управління або керівництво, а також відмова з боку зовнішніх виробників або постачальників. Технологічний ризик включає непередбачені зміни в доставці або розповсюдженні продукту, або послуги компанії. Фізичний ризик - це втрата або пошкодження активів залізниць. Компанія може знизити внутрішні ризики за рахунок хеджування впливу цих трьох типів ризиків.

Зовнішні ризики виникають через економічні події, що виникають поза межами залізничної галузі. Зовнішні події, які призводять до зовнішнього ризику, не можуть контролюватися управлінням залізниць, не можуть бути прогнозовані з надійністю, і тому складно знизити пов'язані ризики [3].

До пріоритетних цілей економічної безпеки підприємств залізничного транспорту слід віднести забезпечення ефективності діяльності, фінансової стійкості та незалежності підприємства. Основними завданнями системи забезпечення економічної безпеки є:

- моніторинг і прогнозування загроз;

- оцінка ризиків і загроз кількісними і якісними методами;

- розробка інструментів і механізму нівелювання загроз і підтримки стабільного розвитку підприємства;

- постійне вдосконалення механізму забезпечення економічної безпеки.

Основними компонентами економічної безпеки підприємств залізничної галузі слід вважати:

- фінансову складову (фінансово-економічні послуги підприємства);

- інтелектуальну складову (кадрова служба);

- кадрове обслуговування підрозділів;

- технологічну складову;

- правовий компонент (юридична, патентне і ліцензійне обслуговування і здійснює юридичний супровід підприємницької діяльності, юридичне оформлення договірної документації, управління судовим і арбітражним розглядом, юридична навчання персоналу, моніторинг порушень прав);

- інформаційний компонент (дотримання існуючих природоохоронних норм, мінімізація забруднення; забезпечення фізичної безпеки співробітників і забезпечення безпеки майна);

- ринковий компонент (характеризує надійність взаємодії з економічними партнерами, що особливо важливо при врахування того фактору, що ПАТ «Укрзалізниця» є монополістом транспортної залізничної галузі України.

Практичні дії щодо забезпечення економічної безпеки базуються на нормативно-правовій основі діяльності підприємств, мотивації персоналу, заходах економічного стимулювання, адміністративних важелів управління, ресурсозбереження та інших прийомах. Основні заходи, а також методи і інструменти дозволяють сформувати механізм забезпечення економічної безпеки підприємства [5]. Саме тому важливо відзначити, що механізм забезпечення економічної безпеки підприємства реалізується поетапно:

1 етап. Формування основ забезпечення економічної безпеки підприємств залізничного транспорту. Необхідно сформулювати стратегію, цілі, функції, принципи та методи управління підприємством, а також конкретизувати суб'єкт і об'єкт управління в рамках концепції забезпечення економічної безпеки підприємства.

2 етап. Якісний і кількісний аналіз факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Ідентифікація ризиків і загроз економічної безпеки підприємств залізничного транспорту, аналіз впливу факторів на сталий розвиток ПАТ «Укрзалізниця».

3 етап. Оцінка значущих чинників і ризиків, і оцінка їх впливу на економічну безпеку підприємств залізничного транспорту. На підставі вивчення зовнішніх і внутрішніх факторів безпеки виявляються основні можливості і

загрози, в результаті чого оцінюється потенціал економічної безпеки підприємства.

4 етап. Аналіз і оцінка економічної безпеки підприємства. На цьому етапі визначається конкретний набір показників економічної безпеки для ефективного розвитку залізничної галузі.

5 етап. Розробка управлінських рішень і рекомендацій, коригування засад управління ризиками підприємств залізничної галузі. Управління ризиками підприємства ґрунтується на постановці принципів управління, цілей, функцій і методів управління, а також виділення об'єкта і суб'єкта управління.

Всі перераховані вище елементи конкретизуються таким чином, щоб забезпечувати стабільність і економічний ефект. Представлений механізм забезпечення економічної безпеки підприємства дозволяє поетапно розробляти грамотні управлінські рішення для покрашення сталого розвитку галузі.

Отже, успіх діяльності підприємств залізничного транспорту багато в чому визначається швидкістю і правильністю реакції підприємства на виникаючі загрози, де ключовим фактором, що визначає ефективність діяльності залізничного транспорту , є створення системи забезпечення економічної безпеки підприємства.

Література:

1. Дикань В.Л. Економічна безпека підприємства [Текст]: навч. посібник / В.Л. Дикань, І. В. Воловельська, О. В. Маковоз. – Х.: УкрГАЖТ, 2011. – 243 с.
2. Дикань В.Л. Комплексний підхід до управління стійким розвитком підприємств машинобудування / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. Збір наук. праць. – Харків, УкрДАЗТ, 2015. - № 49. – С. 11-18.
3. Дикань В.В. Шляхи активізації інноваційно-інвестиційних процесів розвитку підприємств залізничної галузі / В.В. Дикань, Л.П. Василенко // Збір наук. праць. – Харків, УкрДАЗТ, 2014. - № 146. – С. 100-105.
4. Овчиннікова В.О. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України: монографія / В. О. Овчиннікова. – Х. : УкрДУЗТ, 2017. – 427 с.
5. Токмакова І.В. Теоретико- методичні основи адаптивного управління підприємствами залізничного транспорту у сучасних умовах / І.В. Токмакова, Н.В. Янченко. - Х.: УкрДАЗТ, 2013. – 196

\

Феняк М.В., *студентка*
Науковий керівник — Герчанівська С.В., к.е.н., доцент
«Бережанський агротехнічний інститут»

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

В умовах постійної зміни факторів як і зовнішнього середовища, так і внутрішніх умов здійснення управлінської діяльності зростає ймовірність виникнення кризи підприємства. Одним із найважливіших завдань за цих умов постає: запобігання банкрутству, забезпечення тривалого процвітання організації. Вирішенню саме цього питання підпорядкована система заходів, назва яких антикризове управління.

Багато дослідників висловлюють свою думку про кризу як нормальну стадію розвитку підприємства але й одночасно зазначають її катастрофічне значення для кожного окремого підприємства. Потрібно поглиблювати знання щодо певних антикризових заходів, які в залежності від кризової ситуації можуть бути достатньо дієвими та різноманітними. Сучасність досліджень в сфері антикризового управління зумовлюється не тільки потребою проблеми визначення системи конкретних заходів попередження кризових явищ та можливості їх уникнення в майбутньому.

В сучасних умовах запобігання існуючих проблем макро- та мікроекономічного характеру здійснюється через невід'ємний елемент загальної системи управління підприємством – антикризове управління. Велика розбіжність думок та поглядів щодо сутнісної характеристики та головних складових, які покладені в основу антикризового управління, зумовлює необхідність та потребу в науковому обґрунтуванні цієї категорії з метою підвищення ефективності її практичного застосування в ринкових умовах. Сутність антикризового управління характеризується певними ознаками, які спрямовані на передбачення і ліквідацію ризикових управлінських рішень. Йде мова, насамперед, про можливість прогнозів і планів кризових ситуацій, регулювання наявних криз через використання певних особливих підходів

менеджменту та інше. Саме тому, у широкому розумінні, антикризове управління розглядається як управління, у якому поставлено передбачення небезпеки кризи, аналіз його симптомів, а також заходів для зниження негативних наслідків кризи і використання факторів для його подальшого розвитку.

Основні напрямки антикризового управління:

- фінансове управління;
- маркетингова політика;
- інвестиційна політика і управління інвестиціями;
- управління персоналом;
- організаційне управління і операційний менеджмент.

За умов посилення конкурентної боротьби на вітчизняних ринках товарів і послуг суб'єкти господарювання усвідомлюють потребу в активному проведенні маркетингових заходів. У зв'язку з цим актуальним стає підвищення ефективності як кожного окремого маркетингового заходу, так і маркетингової діяльності підприємства загалом. Ефективність МД – це співвідношення між результатами, отриманими від проведення маркетингових заходів, та витратами на їх здійснення. Виділяють кілька визначень економічної ефективності маркетингової діяльності – це [1]:

- ✓ відносний різноманітний (по всіх етапах процесу маркетингу) результат, що відповідає кінцевим і проміжним цілям здійснення маркетингової діяльності;
- ✓ відношення ефекту (результату) від проведення МД до усіх витрат, що супроводжують цей процес;
- ✓ віддача витрат, пов'язаних з маркетинговою діяльністю, що може оцінюватися у вигляді відносин ефекту, результату, вираженого в натуральній чи вартісній формах, до витрат усіх потрібних ресурсів для організації і здійснення МД.

На сьогодні існує кілька підходів до визначення ефективності маркетингової діяльності. Так, у праці Т. Дерев'янченко [2, с. 164] представлена класифікація, яка охоплює кількісні показники ефективності:

• багатовимірні методи; • регресивні; • кореляційні методи; • імітаційні методи; • методи статистичної теорії прийняття рішень; • детерміновані методи дослідження операцій; • гібридні методи; • моделі мережевого планування.

Таким чином, використання цих методів дозволяє більш точно підійти до оцінки ефективності маркетингової діяльності та доцільність її проведення.

Виходячи з вище сказаного, аналіз ефективності маркетингової діяльності дозволить ефективно організовувати маркетинг на підприємстві, оцінювати максимальні кінцеві результати МД (прибуток, частка на ринку, обсяг реалізації тощо), а також приймати певні ефективні управлінські рішення щодо реалізації маркетингової діяльності підприємства загалом.

Отже, одним із важливих методологічних положень антикризового управління є системний підхід до його здійснення, який ґрунтується на розумінні сутності підприємства як складної динамічної соціально-економічної, відкритої, недетермінованої системи. Антикризове управління діяльністю підприємства має ґрунтуватись на теорії виникнення та поглиблення кризи, які передбачають системне бачення механізму функціонування підприємства.

Ефективність антикризового управління на підприємствах можна підвищити шляхом комплексного використання всіх механізмів подолання кризи. Також системний підхід допоможе виявити вплив всіх зовнішніх і внутрішніх факторів на діяльність підприємства і вжити необхідних дій для успішного подолання кризових явищ.

Література:

1.Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг. Конспект лекцій Ю. В. Лаврова. — Х., 2012. — 227 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://buklib.net/books/37178/ (13.03.2014).

2.Дерев'янченко Т. Є. Маркетинговий аудит : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни Т. Є. Дерев'янченко. — К. : КНЕУ, 2007. — 222 с.

Філатова М. М., *магістрант (гр. МО-18),*
Науковий керівник: Польова Т. В., к.е.н., доц.
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Одним з найважливіших показників, які характеризують фінансовий стан підприємства, є стан розрахунків з дебіторами. При безпосередньому проведенні аудиту потрібно керуватися П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», у якому визначаються методологічні принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності, а тому перевірка дотримання цих принципів є сновною складовою аудиту дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів (покупців товарів, робіт чи послуг, які отримали їх від підприємства, але не оплатили їх у вказані терміни) підприємству на певну дату [1].

Джерела інформації для перевірки дебіторської заборгованості такі:

- реєстри синтетичного обліку і звітність (Головна книга, Баланс);

- реєстри синтетичного та аналітичного обліку розрахунків (Журнал 3);

-первинні документи з обліку розрахунків (накладні, рахунки-фактури, касові та банківські документи, договори) [2].

На етапі перевірки сум та термінів погашення дебіторської заборгованості аудитору слід звернути увагу на наступне:

1. Пам’ятати, що продаж повинен відтворювати реальні операції – товари відвантажено, роботи виконано, послуги надано.

2. Відстежити, щоб продаж товарів (послуг) реєструвався своєчасно і чітко по відношенню до рахунка, суми і періоду.

3. Відстежити відповідність грошових коштів залишкам на балансових рахунках дебіторів.

4. Проаналізувати акти звірок на предмет повернення вантажів покупцям відповідно до термінів, обсягів та номенклатури.

5. Прослідкувати, що виконання усіх замовлень повинно бути сформовано відповідно до договорів та чинного законодавства; терміни, умови та платежі правильні та непротерміновані.

Для досягнення поставлених цілей в ході аудиту повинні бути вирішені наступні завдання:

1) підтвердження дотримання порядку документального відображення по виникненню дебіторської заборгованості (наявність необхідних первинних документів, договорів, розрахункових документів, актів звірки розрахунків);

2) контроль за відсутністю спотворень даних при відображанні на рахунках бухгалтерського обліку і бухгалтерської звітності (відповідність даних первинних документів даними аналітичного обліку, взаємної відповідності даних аналітичного і синтетичного обліку, бухгалтерської звітності);

3) підтвердження відповідності оформлених бухгалтерський операцій чинним нормативним актам;

4) перевірка наявності інвентаризації розрахунків згідно облікової політики підприємства і законодавства;

5) перевірка своєчасності списання простроченої дебіторської заборгованості на фінансові результати.

Перевірка дебіторської заборгованості на підприємстві здійснюється у чотири етапи: попередній, фактичний, основний та заключний.

Етап перший – це планування аудиту дебіторської заборгованості, що повинен включати в себе: розробку загального плану аудиторської перевірки; формування програми аудиторської перевірки; визначення мети та завдань перевірки.

Загальний план включає в себе основи планування аудиторської перевірки дебіторської заборгованості на підприємстві, містить деталізацію так званих «вузьких місць», які потребують детального аналізу в ході перевірки [3].

Етап другий – фактичне проведення перевірки. Аудит дебіторської заборгованості варто почати з її інвентаризації. Ціль проведення аудиту дебіторської заборгованості на даному етапі – встановлення реальності

залишків дебіторської заборгованості на відповідних субрахунках обліку на підставі первинних та облікових документів. У якості контролю дебіторської заборгованості застосовують метод зустрічної перевірки, який аудитор використовує для достовірності та повноти перевірки залишків за наступними рахунками:

- 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»;

- 37 «Розрахунки з різними дебіторами».

Етап третій (основний) – це здійснення аудиторських процедур згідно програми аудиту. Перевіряючий збирає аудиторські докази, потім складається план аудиту, який включає наступні етапи:

- перевірка організації документообігу, що відображає утворення дебіторської заборгованості;

- перевірка правильності ведення бухгалтерського обліку операцій із формування дебіторської заборгованості;

- перевірка правильності ведення бухгалтерського обліку з погашення дебіторської заборгованості [4, с. 9].

Аудитор перевіряє первинні документи на правильність складання та оформлення.

Іноді аудитор не в змозі застосувати заплановані аудиторські процедури до відібраного елементу, оскільки документи були втрачені. Якщо не можна в цьому випадку застосувати альтернативні процедури, то аудитор зазвичай вважає, що дана стаття бухгалтерського обліку має помилку. Також перевіряються правила віднесення на розрахункові рахунки. Після цього досліджується оцінка дебіторської заборгованості. На заключній стадії основного етапу складають робочі документи.

Після перевірки стану поточної дебіторської заборгованості на відповідність до якісних аспектів тверджень фінансових звітів (існування, права та зобов’язання, наявність, повнота, оцінка вартості, вимірювання, подання та розкриття інформації), перед аудитором постає необхідність проведення аналітичних процедур.

На цьому етапі аудитор формує думку про достовірність відображення облікових оцінок у фінансовій звітності. При цьому думка може бути виражена як у позитивній, так і у негативній формі. При позитивній оцінці результатів перевірки аудитор в своєму звіті розкриває інформацію про методику проведення аудита, дає рекомендації щодо формування і прийняття до обліку оціночних значень, приводить показники оцінки впливу оціночних значень в майбутніх періодах. У разі розбіжності між оцінкою вартості, порядком формування і відображенням облікових оцінок, підтверджених аудиторськими доказами, і оціночним значенням, відображених у фінансовій звітності, аудитор визначає необхідність коригування показників і готує рекомендації щодо виправлення порушень. Коригування показників проводиться у разі, якщо існуюча різниця знаходиться за межами допустимої помилки [5]. Дії аудитора у такому випадку зводяться до звернення до керівництва підприємства з пропозицією переглянути оцінку значення. У разі відмови різниця в оцінці є спотворенням і розглядається як фактор істотних наслідків для фінансової звітності. Аудитор в ході збору аудиторських доказів при перевірці оцінки значень досягає основної мети – формує думку про достовірність інформації даних звітності та, зокрема, відображення дебіторської заборгованості.

Отже, найважливіше знайти декілька варіантів і способів розкриття можливих порушень, зловживань, незаконного утворення дебіторської заборгованості. Розглянуті етапи аудиту дають повне уявлення про стан даних фінансової звітності щодо дебіторської заборгованості на різних стадіях її формування.

Література:

1. Дебіторська заборгованість : П(С)БО 10 : наказ Міністерства фінансів України № 237 від 08.10.1999 р. (зі змін. та доп.) [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
2. Бескоста Г. М. Розробка концептуальних основ забезпечення контролю якості аудиту дебіторської заборгованості [Електронний ресурс] / Г. М. Бескоста // Ефективна економіка. – 2013. – № 9. – Режим доступа: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2305.
3. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24-36.

4. Белокоз О. Внутрішній аудит дебіторської та кредиторської заборгованостей торговельних підприємств / О. Белокоз // Економічний аналіз. – 2011. – С. 9.
5. Шендригоренко М. Т. Проблеми встановлення внутрішнього аудиту в Україні / М.Т . Шендригоренко, К. П. Дацко // Економіка. – 2009. – С. 3.

Парфенюк Є.І., *к.е.н.,доц.,*
заступник директора з навчально-методичної роботи,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Кіцера С.В., *магістр,*
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

СИСТЕМА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансова стійкість як головний компонент загальної стійкості підприємства, являє собою об’єкт фінансового управління господарською діяльністю та характеризує такий стан фінансових ресурсів, їх формування та розподіл, який забезпечує розвиток підприємства при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах припустимого рівня ризику.

Аналіз фінансової стійкості підприємства є найважливішим етапом оцінки його діяльності і фінансово-економічного благополуччя, відображає результати його поточного, інвестиційного і фінансового розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також характеризує здатність підприємства відповідати за своїми боргами і зобов’язаннями та нарощувати свій економічний потенціал [2, с. 135].

Основне завдання аналізу фінансової стійкості полягає у визначенні спроможності підприємства протистояти негативній дії різних факторів (зовнішніх та внутрішніх), що впливають на його фінансовий стан. Результатом такого аналізу повинен бути висновок щодо його спроможності здійснювати господарську діяльність, отримувати прибуток в умовах економічної самостійності, а також вірогідність збереження такого стану підприємства.

Користувачами результатів аналізу фінансової стійкості можуть бути засновники підприємства, його керівництво, ділові партнери та банки. Саме оцінювання фінансової стійкості дозволяє зовнішнім користувачам визначити фінансові можливості підприємства в майбутньому.

Оцінюючи фінансову стійкість підприємства, можна зробити певний висновок залежно від мети аналізу:

- власники підприємства (акціонери, інвестори та інші особи, що зробили внески у статутний капітал) віддають перевагу допустимому зростанню частки позикових коштів;

- кредитори (постачальники ресурсів, банки) навпаки – віддають перевагу суб'єктам господарювання з високою часткою власного капіталу.

Важливим економічним аспектом є визначення меж фінансової стійкості. Так, недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємства і відсутності у нього коштів для розвитку виробництва і взагалі діяльності господарюючого суб'єкта. Надлишкова фінансова стійкість також негативно впливає на виробничо-господарську діяльність, оскільки виступає гальмом її розвитку, збільшуючи затрати підприємства надлишковими запасами і резервами [1, с. 34-35].

Як фінансово-економічна категорія фінансова стійкість виражається системою відносних і абсолютних показників. Наявні методики аналізу фінансової стійкості підприємства передбачають проведення досліджень у декілька етапів. Залежно від завдань аналізу і тлумачення поняття «фінансова стійкість» порядок розрахунку показників у різних літературних джерелах відрізняються. Але як правило, аналіз проводиться у такій послідовності:

1) загальна оцінка фінансової стійкості;

2) розрахунок за даними балансу системи відносних показників фінансової стійкості;

3) розрахунок за даними балансу системи абсолютних показників, які характеризують забезпеченість запасів джерелами формування і дають можливість визначити відповідний тип фінансової стійкості підприємства;

4) розрахунок за даними звіту про фінансові результати порогу рентабельності і запасу фінансової стійкості.

Загальне оцінювання фінансової стійкості передбачає визначення стійкості джерел формування капіталу, ресурсної стійкості та стійкості управління.

Дослідження структури пасиву балансу дає змогу встановити можливі причини фінансової стійкості (нестійкості) підприємства. Так, збільшення частки власного капіталу за рахунок будь-якого джерела сприяє посиленню фінансової стійкості підприємства. Наявність нерозподіленого прибутку може розглядатися як джерело поповнення оборотних засобів і зменшення поточної кредиторської заборгованості. Особлива роль аналізу власного капіталу під час оцінювання фінансової стійкості зумовлена його функціями.

Аналіз ресурсної стійкості як складової фінансової стійкості включає: рівень співробітництва підприємства із суб'єктами ринкової інфраструктури; ступінь інтегрованості підприємства у системі виробничих відносин; залежність ефективності діяльності підприємства від стану економіки країни; спроможність підприємства до залучення коштів; контроль грошових потоків. Вона залежить від розмірів власного капіталу підприємства, інтенсивності зв'язків з ринком, потужності і стабільності інвестиційного портфеля, широти міжгосподарських зв'язків і довіри партнерів.

Стійкість управління аналізується з погляду адекватності організаційної та виробничої структури підприємства вибраній стратегії розвитку та ринковій кон'юнктурі. Організаційна структура, господарські операції та інші аспекти діяльності підприємства регламентуються структурно-функціональними нормами, які у свою чергу визначають організаційну стійкість підприємства.

Аналіз комплексу показників фінансової стійкості дає змогу визначити фактори, які впливають на неї, що дозволяє вжити певних заходів для покращення фінансового стану підприємства, зменшення його залежності від

зовнішніх фінансових ресурсів і забезпечення платоспроможності в довгострокову періоді.

Вважаємо, що найбільш повно результати аналізу можна отримати розрахувавши абсолютні та відносні показники фінансової стійкості. Серед основних відносних показників – маневреність власного капіталу, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт концентрації залученого капіталу, коефіцієнт залучених джерел у необоротних активах, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт довгострокових зобов'язань, коефіцієнт поточних зобов'язань, коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу (фінансування), коефіцієнт фінансової стійкості та інші [4, с. 206].

За абсолютний показник фінансової стійкості приймають наявність власних оборотних коштів. Це розрахунковий показник, що визначається як різниця між поточними активами і поточними зобов'язаннями та показує, яка сума поточних активів сформована за рахунок власного капіталу.

Відповідно до показника забезпечення запасів і витрат власними та позиченими коштами можна назвати такі типи фінансової стійкості підприємства як: абсолютна фінансова стійкість, нормально стійкий фінансовий стан, нестійкий та кризовий фінансовий стан. Моделі визначення типу фінансової стійкості подано у табл. 1.

Таблиця 1

Показники за типами фінансової стійкості [3]

Показники, надлишок (+) нестача (-)	Типи фінансової стійкості			
	абсолютна фінансова стійкість	нормальна фінансова стійкість	нестійкий фінансовий стан	кризовий фінансовий стан
±ВОК = ВОК – З	± ВОК ≥ 0	±ВОК < 0	± ВОК < 0	±ВОК < 0
± ФК= ФК – З	±ФК ≥ 0	±ФК ≥ 0	±ФК < 0	±ФК < 0
± ЗВ = ЗВ – З	±ЗВ ≥ 0	±ЗВ ≥ 0	±ЗВ ≥ 0	±ЗВ < 0

де ВОК – власні оборотні кошти,

З – запаси,

ФК – функціонуючий капітал.

Заключним етапом аналізу фінансової стійкості підприємства є визначення порогу рентабельності та запасу фінансової стійкості.

Поріг рентабельності – це вартісний показник, який характеризує суму операційного доходу, що забезпечує повне покриття операційних витрат. Тобто, іншими словами, це вартісне вираження точки беззбитковості підприємства. Чим менша величина порогу рентабельності, тим більш фінансово стійким є підприємство.

Запас фінансової стійкості характеризує максимально допустимий процент зменшення операційного доходу доти, поки операційна діяльність залишатиметься беззбитковою. Він показує рівень захищеності, який є у підприємства на момент розрахунку і яким можна скористатися на випадок несприятливих обставин – зменшення обсягів виробництва чи реалізації продукції.

Таким чином, підприємство проводячи комплексну оцінку за даним алгоритмом матиме можливість планувати обсяги залучення позикового капіталу, розміри зростання прибутку та забезпечувати розробку і реалізацію фінансової політики, яка сприятиме безперебійній діяльності під впливом змін внутрішнього і зовнішнього середовища, оскільки дані етапи охоплюють не тільки показники співвідношення власного та позикового капіталу й забезпеченості запасів джерелами їх формування, а й показники, які характеризують можливість підприємства відповідати за своїми зобов’язаннями, здатність підтримувати стабільне функціонування при беззбитковому об’ємі виробництва.

Література:

1. Бугай В. З. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства / В.З. Бугай // Держава та регіони. – 2008. – № 1.– С. 34–39.

2. Мазуркевич І. О. Особливості оцінювання фінансової стійкості на підприємствах вантажного автомобільного транспорту / І.О. Мазуркевич // Держава та регіони. – 2008. – № 2. – С. 134–139.

3. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : [навч. посібник] / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури. 2007. – 488 с.
4. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз [Текст] : навч. посібн. / Ю. С. Цал- Цалко, Ю. Ю. Мороз, О. Г. Денисюк. – Житомир, 2009. – 504 с.

Парфенюк Є.І., *к.е.н.,доц.,*
заступник директора з навчально-методичної роботи,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Савчук-Кабан М.А., *магістр,*
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ В УКРАЇНІ

Одним із найбільш поширених видів банківського кредитування у розвинених країнах світу є споживче кредитування. Саме цей вид кредиту є визначальним стимулювальним чинником інтенсифікації розвитку економіки. Споживчий кредит і виконання ним перерозподільної функції вирішує протиріччя між цінами на предмети тривалого користування й наявними доходами населення за необхідності реалізації продукції виробниками.

З метою оцінки ролі споживчого кредиту на вітчизняному кредитному ринку, а також сучасного стану його розвитку в Україні, проведемо ретроспективний аналіз обсягів споживчого кредитування за 2009-2017 рр. (табл. 1).

Як свідчать дані табл. 1, починаючи з 2009 р. спостерігається спад обсягів наданих споживчих кредитів – за 2009 р. це зменшення становило 26% або 48975 млн. грн. Незважаючи на це, частка споживчих кредитів у загальному обсязі банківських кредитів домогосподарств залишалась відносно стабільною – у середньому 63% за досліджуваний період. З березня 2011 р. щомісячно видавалося споживчих кредитів на суму понад 8 млрд. грн.

Така тенденція могла б спричинити нову хвилю активізації споживчого кредитування, але до кінця 2011 р. не зберіглась. Обсяг кредитів домашнім господарствам на початок 2013 р. становив 187,6 млрд. грн., що майже на 100

млрд. грн. менше, ніж у 2008 р. У 2011-2014 рр. на ринку споживчих кредитів активно розвивався лише сегмент дрібних кредитів – це готівкові кредити, кредитні карти та кредити на споживчі товари.

Таблиця 1

Споживчі кредити домогосподарствам України, надані вітчизняними банками у 2009-2017 рр. [1]

Період	Усього кредити домогоспо-дарствам, млн. грн.	Споживчі кредити, млн. грн.	Частка споживчих кредитів, %	Темп приросту споживчих кредитів	
				млн. грн.	%
01.01.2009	280 490	186 088	66	-	-
01.01.2010	241 249	137 113	57	- 48 975	- 26,3
01.01.2011	209 538	122 942	59	- 14 171	- 10,3
01.01.2012	201 224	126 192	63	3 250	2,6
01.01.2013	187 629	125 011	67	- 1 181	- 0,9
01.01.2014	193 529	137 346	71	12 335	9,9
01.01.2015	211 215	135 094	64	-2 252	- 1,6
01.01.2016	174 869	104 879	60	- 30 215	- 22,4
01.01.2017	163 333	101 528	62	- 3 351	-3,3

Вони й забезпечили пожвавлення цього сегменту, про що свідчить деяке зростання близько 10%, проте відновленню докризових обсягів кредитування завадила політична та економічна нестабільність в державі і вже за 2014-2015 рр. спостерігалося скорочення його обсягів на 22,4% або на 30 215,0 млн. грн.

На тлі економічної нестабільності в країні багато банків, через підвищення ризиків цього виду кредитування, взагалі згорнули його. За результатами 2014 р. кількість банків, що надавали споживчі кредити, зменшилась на 35%, зменшилось і число пропозицій кредитних продуктів населенню. Така ситуація зумовлена насамперед відпливом депозитів населення, зниженням ліквідності банків, новою хвилею неплатежів з боку

позичальників і зростанням проблемної заборгованості. За 2015-2016 рр. скорочення обсягів споживчого кредитування відбулось лише на 3,3% або на 3351 млн. грн.

Зменшення обсягу кредитування фізичних осіб, а також постійне зниження частки кредитів фізичним особам у загальних обсягах кредитування, можна пояснити високою вартістю таких кредитів. Так, з 2009 року по 2017 рік середні ставки за кредитами домашнім господарствам зросли з 22,3% до 30%, тобто середня ставка зросла на 7,7% [1].

З метою з'ясування причин коливань на ринку кредитів фізичним особам саме в сегменті банківських споживчих кредитів, проаналізуємо структуру портфеля споживчих кредитів банків України у розрізі валют (табл. 2).

Таблиця 2

Кредити, надані домогосподарствам банками України в розрізі валют у 2009-2017 рр., млн. грн. [1]

Період	Споживчі кредити, млн. грн.	у тому числі в розрізі валют			
		у гривні	%	в іноземній валюті	%
01.01.2009	186 088	66 693	35,84	119 395	64,16
01.01.2010	137 113	52 190	38,06	84 923	61,94
01.01.2011	122 942	52 478	42,69	70 464	57,31
01.01.2012	126 192	71 091	56,34	55 100	43,66
01.01.2013	125 011	85 384	68,30	39 627	31,70
01.01.2014	137 346	108 224	78,80	29 122	21,20
01.01.2015	135 094	95 763	70,89	39 331	29,11
01.01.2016	104 879	66 662	63,56	38 218	36,44
01.01.2017	101 528	64 859	63,88	36 669	36,12

Як свідчать дані табл. 2, динаміка структури споживчих кредитів у розрізі валют є нестабільною. Валютні кредити становили 64,16% у 2008 р., 61,94% – у

2009 р. і 57,31% у 2010 р. всіх споживчих кредитів, виданих банками фізичним особам. Після заборони видавати споживчі кредити у валюті, їх частка постійно знижувалася з 43,66% – у 2011 р, до 21,20% – у 2014 р. Обсяги та частка кредитів у гривневому еквіваленті, навпаки, зростали аж до 2015 р.

Зазначені зміни зумовлені, з одного боку, спочатку дозволом, а потім забороною надавати споживчі кредити населенню в іноземній валюті, з іншого, продиктовані реальними ресурсними можливостями банків, які змінились з відпливом іноземного капіталу й поступовим відновленням депозитів у гривні. Так, починаючи з 2015 р., знову відбувається зростання частки та обсягів валютних кредитів – до 36,44% станом на 01.01.2016 року та до 36,12% – на 01.01.2017 року [15]. При цьому зростання частки цих кредитів у кредитних портфелях банків упродовж 2014-2015 рр. пояснюється перерахунком залишків заборгованості за кредитами, що пов’язано зі зміною курсу гривні, а не реальним зростанням надання кредитів.

Що стосується структури споживчих кредитів у розрізі строків погашення, то у 2008-2011 рр. споживчі кредити терміном понад 5 років становили більше половини всіх кредитів, у 2012 р. їх частка впала до 38%, у 2013 р. – до 28%, а в 2014 р. – до 31%. Натомість частка споживчих кредитів строком до 1 року в кредитному портфелі постійно зростала з 13,5% – у 2008 р. до 28,7% – у 2012 р. та більше 37% – у 2013- 2014 рр. Станом на 01.01.2017 споживчі кредити до 1 року склали 33,7%, від 1 до 5 років – 27,4%, а понад 5 років – 38,9% [1].

Зауважимо, що структура споживчих кредитів в Україні у 2009-2017 рр. у розрізі цільового спрямування свідчить про зростання частки споживчих кредитів на тлі скорочення їх обсягів, а структура в розрізі строків демонструє скорочення обсягів і частки довгострокових кредитів у загальному обсязі споживчих кредитів.

Як свідчить аналіз та сучасна банківська практика, незважаючи на описані позитивні тенденції, реального відновлення банками надання споживчих кредитів не відбувається, а однією з ключових проблем у сфері

споживчого кредитування сьогодні є високий рівень проблемної заборгованості з боку населення. Після значної девальвації гривні в кінці 2008 р. (більш ніж на 40%) більшість позичальників не впорались із кредитним навантаженням, що сприяло непогашення ними заборгованості за споживчими кредитами. Крім того, дозвіл НБУ на надання валютних кредитів також опосередковано вплинув на це. За 2009 р. частка прострочених кредитів у портфелях банків зросла у 3,9 рази – до 69 935 млн. грн. (9,4% всіх кредитів), у той час як на початок 2009 р. була 2,2%. У кінці 2010 р. показник становив вже 11,2%.

Ситуація дещо стабілізувалась у 2011-2013 рр., але частка простроченої заборгованості у кредитному портфелі банків не стала нижчою за 7%. За оцінками ж експертів, обсяг проблемних кредитів у портфелях банків у 2009 р. перевищував 30%. За даними ж рейтингового агентства Fitch Ratings проблемні активи в кредитних портфелях банків України в 2010 р. становили 34%, а за даними компанії DB Research – 45% [2]. При цьому різниця в оцінках рівнів «неякісних» кредитів зумовлена відмінностями у використовуваній методиці НБУ та розрахунком їх за міжнародними стандартами.

У 2014-2015 рр. спостерігалося нове зростання проблемних кредитів у банках, що спричинене девальвацією гривні та масовим кредитуванням фізичних осіб в іноземній валюті. Так, з початку 2015 року обсяг проблемної заборгованості відносно минулого року збільшився майже на 200% та дорівнював 135,9 млрд. грн. упродовж року, станом на 01.01.2016 проблемна заборгованість зросла до 213,3 млрд. грн. (21%), а станом на 01.01.2017 – до 307,8 млн. грн., що становить майже 30,60% кредитного портфелю. Отже, нове зростання проблемної заборгованості населення в кредитних портфелях вітчизняних банків спричинено не лише негативними макроекономічними змінами, а й відвертим нехтуванням банками основними принципами ризик-менеджменту.

Отже, результати проведеного аналізу розвитку споживчого кредитування в Україні свідчать, що сьогодні в Україні обсяги споживчого кредитування скорочуються через негативний вплив фінансово-економічної та

політичної кризи, які зумовлюють підвищення кредитних ризиків, зниження купівельної спроможності населення, зниження довіри до банків. Враховуючи високий рівень ризику, який притаманний споживчому кредиту, та складну економічну ситуацію в Україні, найближчим часом пожвавлення ринку споживчого кредитування може не відбутися.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua
2. Слобода Л. Напрями вдосконалення роботи банків України з проблемними активами в посткризовий період [Текст] / Л. Слобода, Н. Дунас // Вісник НБУ. – 2011. – № 4. – С. 46–51.

Вацяк М.В., *магістр,*
Львівський національний університет ім. І. Франка
Науковий керівник: Шушкова Ю.В., к.е.н.,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
Львівський національний університет ім. І. Франка

ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Ліквідність і платоспроможність підприємств є найбільш вживаними поняттями фінансової науки і найбільш популярними об’єктами фінансового аналізу й управління. Вони розглядаються переважною більшістю зарубіжних і вітчизняних авторів підручників, навчально-методичних посібників і монографій, присвячених проблемам фінансів підприємств, фінансового менеджменту, економічного та фінансового аналізу, а також широко представлені публікаціями у фахових періодичних виданнях.

У низці робіт вітчизняних та зарубіжних науковців поняття платоспроможності нерідко ототожнюється з ліквідністю, хоча навряд чи це виправдано, оскільки кожне з них має власний економічний зміст.

Так, ліквідність означає здатність активу до швидкого перетворення в грошові кошти. Платоспроможність же, в міжнародній практиці, трактується як

достатність ліквідних активів для погашення в будь-який момент всіх своїх короткострокових зобов'язань перед кредиторами. Тобто ліквідність є засобом підтримання платоспроможності, а тому – вужчим поняттям, ніж платоспроможність.

Висловлюючись мовою математики, платоспроможність підприємства є функція від його ліквідності, де остання – змінна. Необхідно зазначити, що платоспроможність і ліквідність тяжіють до постійності, але об'єктивно ліквідність може змінюватися, а платоспроможність в той же час може залишатися постійною.

Це означає, що під забезпеченням платоспроможності підприємства мається на увазі підтримка достатнього рівня його ліквідності, який, цілком природно, може змінюватись залежно від стадії виробничого циклу, терміну настання сплати зобов'язань тощо.

Розглядаючи думки різних науковців, можна виділити три підходи до трактування сутності поняття «платоспроможність».

Перший підхід, теоретичні погляди західних науковців (Й. Ворст, П. Ревентлоу, Дж. Депалленса): платоспроможність визначається наявністю власних обігових коштів та здатністю покривати збитки. Тобто автори мають на увазі не лише погашення зобов'язань підприємством, а ще й існування деякого потенціалу чи резерву, який би дав змогу підприємству, працюючи збитково, покривати збитки [1, с. 117].

Для другого підходу типовим є визначення М.М. Крейніної: «Платоспроможність – це наявність у підприємства коштів, достатніх для сплати боргів за всіма короткостроковими зобов'язаннями й одночасно безперебійного здійснення процесу виробництва та реалізації продукції» [2, с. 14]. Проте таке формулювання платоспроможності стосується лише короткострокових позикових коштів. Незрозуміло, куди віднести довгострокові зобов'язання, термін сплати яких ще не настав. Звісно, вони так чи інакше підлягають погашенню.

Інша група дослідників, зокрема Шеремет А.Д., стверджують, що платоспроможність підприємства визначається як здатність покриття усіх зобов'язань підприємства (короткострокових та довгострокових) усіма активами [4, с. 165]. Це визначення є більш точним, порівняно з іншими, оскільки включає усі види зобов'язань і вказує за допомогою чого досягається мета (кінцевий результат).

Для третього підходу (Н.В. Тарасенко, В.І. Іващенко, М.А. Болюх, Є.В. Мних, В.М. Мельник – вітчизняні науковці) характерне таке визначення: «... платоспроможність підприємства – найважливіший показник, який характеризує фінансову стійкість підприємства» [3, с. 202].

Розглянуті підходи щодо трактування поняття «платоспроможність підприємства» дають можливість зробити певні висновки.

По-перше, при визначенні платоспроможності підприємства до уваги беруться не лише короткострокові зобов'язання, але й довгострокові.

По-друге, основними ознаками платоспроможності підприємства є наявність достатніх коштів на розрахунковому рахунку підприємства та відсутність простроченої кредиторської заборгованості.

По-третє, головними причинами настання неплатоспроможності підприємства можуть бути: помилки у розрахунках планових обсягів виробництва і реалізації продукції, її собівартості; невиконання замовлень; неконтрольоване зростання собівартості продукції; втрата каналів реалізації та постійних замовників; неплатоспроможність покупців і замовників; брак власних джерел фінансування; інфляційні процеси; значне відволікання коштів у дебіторську заборгованість й у надлишкові виробничі запаси; низька якість фінансового планування на підприємстві; низька оборотність оборотних коштів та ін.

Крім вищезазначених причин, слід назвати такі, які можуть аналогічно тягнути за собою втрату платоспроможності, а саме:

1) високий податковий тягар;

2) зростання залежності від кредиторів та потрапляння в боргову пастку;

3) невиправдані, високоризикові рішення керівництва, які призводять до настання кризового стану на підприємстві.

З метою забезпечення високого рівня платоспроможності підприємства потрібно постійно здійснювати аналіз господарської діяльності, який полягає у вивченні балансу підприємства за активом та пасивом, оцінці фінансових результатів і напрямів використання прибутку, а також виконанні таких завдань, як забезпечення підприємства необхідною кількістю оборотних активів, вибір оптимальної структури капіталу та ефективних і раціональних напрямів його використання, розробка поточних і перспективних планів розвитку підприємства та здійснення контролю за їх виконанням з урахуванням всіх можливих ризиків в нинішніх ринкових умовах.

Підвищенню платоспроможності й підтримуванню ефективної господарської діяльності також сприятимуть: зміна стилю управління; інвентаризація активів підприємства; оптимізація дебіторської заборгованості, зниження витрат підприємства; продаж незавершеного будівництва; обґрунтування необхідної кількості персоналу; продаж зайвих матеріалів і залишків товарів; реструктуризація боргів перетворенням короткострокової заборгованості на довгострокові позики; удосконалення організації праці; заміна застарілого устаткування.

Проте слід пам’ятати, що шляхи забезпечення платоспроможності окремого підприємства потребують розробки заходів стабілізації, створених саме для конкретного випадку.

Література:

1. Журавльова Ю. Ю. Сутність платоспроможності підприємства / Ю. Ю. Журавльова // Фінанси України. – 2006. – № 1. – С. 116–121.
2. Крейнина М. Н. Платежеспособность предприятия: оценка и принятие решений / М. Н. Крейнина // Финансовый менеджмент. – 2001. – № 1. – С. 3–13.
3. Солотва В. Аналіз ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості в системі управління підприємством / В. Солотва // Вісник КНТЕУ (спецвипуск). – 2003. – № 6. – С. 199–206.
4. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : Инфра-М, 2008.

Дронський В.А., *магістр,*
Львівський національний університет ім. І. Франка
Науковий керівник: Шушкова Ю.В., к.е.н.,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
Львівський національний університет ім. І. Франка

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СТАНУ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес – важливий елемент сучасної економіки, без якого не може розвиватися держава. Він, як найважливіший складник сучасного виробництва, багато в чому сприяє підтримці конкурентного тонусу в економіці, створює природну соціальну сферу суспільного устрою, організованому на засадах ринку, а також формує новий соціальний прошарок підприємців. Проте, на сьогоднішній день існує цілий ряд причин, які стримують розвиток малих підприємств, а саме низький попит на продукцію, товари та послуги; несприятлива політична ситуація; високі ставки податків та складне адміністрування податків; часті зміни економічного законодавства; високий регуляторний тиск; відсутність належного фінансового забезпечення та ін.[4]. Зазначені тенденції чинять свій вплив на розвиток малого бізнесу.

За даними Державної служби статистики в структурі суб'єктів господарювання за 2012-2016 роки найбільшу частку займають фізичні особи-підприємці і малі підприємства, доля яких в середньому складає 81 і 18 % відповідно (табл. 1). Доля суб'єктів малого підприємництва (фізичних осіб) має тенденцію до зростання з 77,14 % до 83,56 % за весь період дослідження або на 324049 од. Протилежна тенденція спостерігається для малих підприємств юридичних осіб з 21,5 % в 2012 році до 15,61 % в 2016, при цьому загальна їх кількість в 2016 році відносно 2012 зменшилась на 52894 од., а доля зменшилась на 6 %. Це спричинене різким погіршенням економічного стану країни в цілому через окупацію АР Крим, бойові дії на Донбасі та нестабільне політичне становище.

Таблиця 1

Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами [1]

Кількість суб'єктів господарювання, одиниць	Усього	Юридичні особи			Фізичні особи-підприємці	
		великі	середні	малі	суб'єкти СП	суб'єкти МП
2012 р.	1600127	698	20189	344048	361	1234831
У % до загальної кількості	100	0,04	1,26	21,5	0,02	77,17
2013 р.	1722070	659	18859	373809	351	1328392
У % до загальної кількості	100	0,04	1,10	21,71	0,02	77,14
2014 р.	1932161	497	15906	324598	712	1590448
У % до загальної кількості	100	0,03	0,82	16,80	0,04	82,31
2015 р.	1974318	423	15203	327814	307	1630571
У % до загальної кількості	100	0,02	0,77	16,60	0,02	82,59
2016 р.	1865530	383	14832	291154	281	1558880
У % до загальної кількості	100	0,02	0,8	15,61	0,02	83,56

Про місце і значення малого та середнього бізнесу свідчать показники їх ролі в ринковій економіці, зокрема частка МСП в загальній кількості зайнятих, обсяг реалізованої МСП продукції та ін. Одним з основних показників розвитку малого підприємництва також є їх кількість в розрахунку на 10 тис. населення. Так, у 2012 році в Україні нараховувалося 72 малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб, в той час як у 2016 році аналогічний показник становив уже 68.

Водночас, у 2012-2016 рр. спостерігається негативна динаміка зменшення загальної кількості зайнятих працівників на 459,6 тис. осіб, тоді як у країнах з розвинутою ринковою економікою чисельність зайнятих у цій сфері перевищує 50%, а подекуди 80%. Обсяг реалізованої продукції малими підприємствами у 2016 році становив 1177385,2 млн. грн., що на 504731,8 млн. грн. більше, ніж у

2012 р. Збільшення відбулося за рахунок підвищення обсягів реалізованої продукції фізичних осіб-підприємців (табл. 2).

Таблиця 2

Показники діяльності малих підприємств в Україні [1]

Показники	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість малих підприємств на 10 тис. населення, одиниць	76	82	76	77	68
Кількість зайнятих працівників на малих підприємствах, тис. осіб	2051,3	2010,7	1686,9	1576,4	1591,7
Обсяг реалізованої продукції малими підприємствами, млрд. грн.	672653,4	670258,5	705000,5	937112,8	1177385,2
Кількість фізичних осіб – підприємців на 10 тис. населення, одиниць	271	292	370	381	365
Частка реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами від загального обсягу реалізації, %	15,1	15,5	15,8	16,4	17,1

Аналізуючи частку реалізованої продукції від загального обсягу реалізації, можна ствердити те, що з кожним роком показники діяльності малого бізнесу покращуються – з 15,1% у 2012 р. до 17,1% у 2016 р. Проте частка виробництва підприємствами малого бізнесу у ВВП країни у 2016 р. становила лише 6%, в той час як в Канаді – 27%, Чехії – 35%, США – 62%, Японії – 63% [3].

Основними видами економічної діяльності у сфері МСБ у 2016 році, як і в попередні роки, були торгівля (50,2% від загальної кількості підприємств), промисловість (12,4%) та будівництво (15%). Тобто виробнича галузь для таких підприємств є недостатньо розвиненою. Якщо брати до уваги розвиток малих підприємств у країнах Європи, то можна побачити іншу тенденцію: у цих країнах більша кількість підприємств зайнята саме у сфері виробництва. Це зумовлено тим, що вони мають більшу підтримку з боку держави, а також банки надають вигідні кредити під оптимальні відсотки.

Роль МБ також відображається в створенні доданої вартості. Проаналізувавши дані Державної служби статистики можна зробити висновок, що за 2014-2016 роки доля середніх підприємств тут збільшилась як в відсотковому виразі на 4%, так і в грошовому – на 251790,8 млн. грн. (табл. 3). Малі підприємства показали від'ємну динаміку у відсотковому виразі – 1%, проте наростили на 67388,8 млн. грн. у грошовому.

Таблиця 3

Оцінка доданої вартості за витратами виробництва на підприємствах України [1]

Підприємства	2014 р.		2016 р.		Абсол. відхил.(+,-)	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Великі підприємства	530792,4	43	680193,2	40	149400,8	-3
Середні підприємства	486547,5	39,4	738338,3	43,4	251790,8	4
Малі підприємства	216750,2	17,6	284139,0	16,6	67388,8	-1
Всього	1234090,1	100	1702670,5	100	404215,5	--

Отже, хоча великі підприємства в структурі кількості усіх суб'єктів господарювання і займають незначну частку – 0,02 %, проте створили 40% усієї доданої вартості в 2016 році. Це, з одного боку говорить про те, що великі суб'єкти працюють досить ефективно, а з іншого боку показує залежність економіки від 383 підприємств, які виробляють левову частку доданої вартості.

Основним індикатором, який характеризує ефективність діяльності підприємства є фінансовий результат, рівень якого впливає на платоспроможність, ділову активність та конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Аналіз статистичних даних свідчить, що у 2016 році 76,1% середніх та 73,3% малих підприємств були прибутковими та отримали 177033,7 млн. грн. та 107312,5 млн. грн прибутку відповідно. Водночас, 23,9% середніх та 26,7% малих підприємств отримали значний від'ємний фінансовий результат, а саме збитки у розмірі 144217,2 млн. грн. та 131463,9 млн. грн. відповідно. Це свідчить про те, що загальний прибуток розсіюється на велику кількість підприємств, та дає право

стверджувати, що в середньому кожному малому та середньому підприємству належить невелика частка від нього і як результат незначний прибуток. У той же час значна кількість збитків, які утворюють загальний від'ємний фінансовий результат, формує приблизно третя частина підприємств.

Отже, серед нагальних завдань у сфері розвитку малого бізнесу в Україні варто виділити: спрощення дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів підприємництва та скорочення строку проведення таких процедур; удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності, зниження податкового тиску на економіку та забезпечення його рівномірності; зниження тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів, протидія рейдерству та корупції; вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва; впровадження регіональної політики сприяння розвитку МСП; створення сприятливих фінансових передумов для започаткування та здійснення підприємницької діяльності, доступності фінансових ресурсів для суб'єктів МСП (наразі потреба малих підприємств у кредитних ресурсах задовольняється не більше, ніж на 5-7%); забезпечення державної підтримки суб'єктів МСП, що працюють у сфері інвестиційної, інноваційної і науково-технічної діяльності, впровадження зарубіжного досвіду з питань започаткування нових інноваційних технологій в господарській діяльності; посилення уваги до інформаційного забезпечення, навчання і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів підприємництва; підтримка нових механізмів співробітництва органів виконавчої влади та громадськості [2].

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

2. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.pidruchniki.com/1652020552798/ekonomika/problemi_perspektivi_rozvitku_pidpriynits tva_ukrayini

3. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України / Г.Ф. Толмачова, В.І. Ляшенко, Г.В. Колєснікова // Економічний вісник Донбасу. – 2017. – № 1 (47). – С. 157–185.

4. Щорічна оцінка ділового клімату. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.slideshare.net/USAIDLEV/ss-70057627).

Гузар У.Є., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту та
соціально-гуманітарних дисциплін
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Гринчишин Т.В., *магістрант*
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»

КОМПЕТЕНТНІСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Сьогодні в сучасних умовах розвитку інформаційної та інтелектуальної економіки людський капітал стає головною цінністю суспільства, визначальним чинником сталого розвитку та економічного зростання. На цих умовах конкурентні переваги економічних систем досягаються не за рахунок природних ресурсів, а за рахунок знань, інформації, інновацій, носієм яких виступає людина.

Компетентнісний підхід до управління людськими ресурсами дає можливість збільшити вартість людського капіталу своєї компанії. За таких обставин можна узагальнити широкий спектр питань адаптації працівника до зовнішніх умов з урахуванням особистого фактора в побудові системи управління персоналом підприємства.

Дослідження питань компетентнісного підходу відображені в працях як зарубіжних вчених-економістів, так і вітчизняних дослідників. Серед останніх наукових досліджень, присвячених компетентнісному підходу до управління персоналом необхідно виділити праці Арутюнової А. Л., Каплана Р. С., Сотникової С. І., Хуторського А. В., Хлопова Т. В., Яковлевої М. А. та ін.

Вперше вивчення компетенції для прогнозування рівня ефективності виконання роботи було запропоновано американським психологом

Д. МакКлелланда, який в 1973 р. опублікував статтю «Вимірювання компетентності замість вимірювання інтелекту» [1, 51]. Дослідження, які він проводив, доводили, що традиційні академічні тести здібностей і знань, як, втім, і наявність будь-яких дипломів у потенційних виконавців роботи, не забезпечують їм ефективності виконання робочих обов'язків та успіху у професійній діяльності. Для аналізу компетенції він вивчав характеристики успішних виконавців роботи і порівнював їх з характеристиками, які демонструють менш успішні виконавці тієї ж роботи.

Компетентністний підхід в управлінні людськими ресурсами – це технологічний інструмент відповіді на питання, як в постійно мінливих ситуаціях при дефіциті трудових ресурсів, все більшої і більшої залежності організації від кваліфікації співробітників, не просто підтримувати наявний рівень ефективності компанії, однак і рухатися вперед, розвиватися, добиватися успіхів у конкуренції, бути кращими [2]. Відмітимо також, що компетентнісний підхід стає основою, яка дозволяє розробити систему, що сполучає вимоги бізнесу та управління персоналом.

Основне завдання компетентнісного підходу полягає в тому, щоб навчити працівника управляти власними знаннями, навичками і вміннями, тобто вміти самонавчатися і само розвиватися. Ще однією відмінною особливістю компетентнісного підходу є те, що для опису компетенцій використовуються різні характеристики, тобто прояв в поведінці знань, навичок і якостей, за якими можна визначити наявність компетенції працівника. Одночасно вони описують конкретні прояви професіоналізму співробітника при виконанні робочих завдань [3].

Пропонуємо розглянути такий компетентнісний підхід до управління людськими ресурсами підприємства, в якому виділено 2 блоки: перший містить перелік компетенцій працівників і компетенцій організації, другий – відображає послідовність етапів, спрямованих на вирішення завдань по удосконаленню управління персоналом (рис.1.1).

Рис.1.1. Компетентнісний підхід до управління людськими ресурсами підприємства [4, 43-44]

На першому етапі – аудит рівня компетенцій визначаються параметри, на основі яких формується перелік компетенцій, а також проводиться оцінка поточного стану системи управління персоналом. Результатом проведеного аудиту є виявлення рівня кожної складової компетенції. На другому етапі визначаються нові компетенції з одночасним аналізом інтелектуальних можливостей підприємства і загальної стратегії його розвитку. Ключовим етапом є розробка компетенцій. На цьому етапі проводяться дослідження зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на моделі компетенцій. Результатом проведених досліджень є створення програм одержання компетенцій, а також аналіз їхніх альтернатив. На етапі застосування компетенцій відбувається виявлення взаємозалежності цілей і системи показників оцінки компетенцій їх взаємозв’язку з процесом стратегічного розвитку ключових компетенцій підприємства, контроль за реалізацією стратегічних цілей.

Тким чином, компетентнісний підхід виступає основою менеджменту в організації. Розглядаючи підприємство як ієрархічну організаційну систему прийняття управлінських рішень, необхідно визначити, що для кожного управлінського рівня можна виокремити власні компетенції, що забезпечують появу чи підсилення конкурентних переваг підприємства в цілому. Це дає змогу стверджувати, що нині для успішного формування і реалізації довгострокового розвитку підприємства необхідно визнати наявність компетенцій певних рівнів, відповідність стратегічним цілям і можливість управління їхньою динамікою. Саме ця ідентифікація, визначення якісних характеристик компетенцій певних рівнів, оцінка відповідності стратегічним завданням та управління розвитком компанії на засадах управління його компетенціями є важливим і перспективним напрямком покращення функціонування управління підприємством.

Література:

1. Половинко В. С., Гурьян Л. В. Компетентностная модель субъекта труда: концепция сквозных компетенций / В. С. Половинко, Л. В. Гурьян // Экономические науки. – 2013. – № 7 (104). – С. 49-53.
2. ДКПЦ «Кобзар» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bizinua.info/r10/info/1210694
3. Компетентностный подход, основные понятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://free.megacampus.ru /xbookM0022/ index.html?go=part-012*page.htm
4. Варламова З. Н. Оценка персонала на основе компетентностного подхода. Жизненный цикл ключевой компетенции организации / З. Н. Варламова // Вестн. Ом. ун-та. Серия «Экономика». – 2014. – № 2. – С.41-45.

Гузар У.Є., *к.е.н.,*
доцент кафедри менеджменту та
соціально-гуманітарних дисциплін
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Чорній О.Р., *магістрант*
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»

ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В КОНЦЕПЦІЯХ КЛАСИЧНИХ ТА СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ШКІЛ

Стратегічними питаннями в умовах сьогодення перед більшістю країн постає питання побудова ефективної системи соціального захисту населення, яка здатна вирішувати нагальні соціальні проблеми. Для того, щоб забезпечити «соціальне багатство» держави, необхідно організувати справедливий та ефективний розподіл національного багатства, який здійснюється через механізм соціального захисту населення.

Серед класиків економічної науки, котрі досліджували проблеми еволюції системи соціального захисту населення і розвитку економічного інструментарію його аналізу, варто виокремити А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, А. Маршала, Дж. Кейнса, А. Пігу, М. ЛоренцаМ. Фрідмана, Дж. Бьюкенена, В. Ойкена, П. Спікера, Р. Тітмуса та ін.

Погляди учених провідних економічних шкіл щодо ролі, місця й форм соціального захисту зазнали еволюції. На окремі теоретичні концепції, які раніше були корисними і необхідними, а сьогодні призабуті, необхідно також звернути увагу. Дослідження таких ідей дають змогу відкрити істину, використати методи й інструменти, котрі впорядковують суспільне життя та орієнтують на майбутнє.

Відомий представник меркантилізму А. Монкретьєн, вивчаючи проблему добробуту країни, вважав, що королівська влада має керуватися у діях інтересами підлеглих. У праці "Трактат з політичної економії" він засуджував розкіш, яка спричиняє державі "фатальне розорення". Однак учений допускав

розкіш під час споживання місцевої продукції у випадку, коли прибуток залишається в країні [1, 133].

Засновник англійської школи класичної політичної економії В. Петті у розвідці "Економічні та статистичні праці" детально охарактеризував механізм визначення заробітної плати, що забезпечив би робітникові дохід і життя на рівні задоволення мінімальних потреб існування [2, 70-71].

Соціальні питання досліджували також класики економічної теорії, у тому числі один з найвидатніших його представників – А. Сміт. У відомій праці "Дослідження про природу і причини багатства народів" учений аналізує такі важливі соціальні питання, як взаємовідносини роботодавців і працівників на ринку праці, проблему зарплат [3, 684].

На думку ж С. Сісмонді, не суспільство повинно нести відповідальність за добробут трудящих та їхніх сімей, а господар. Отже, класики політекономії вважали, що питання соціального захисту не були прерогативою держави і перекладалася або на населення, або на часткових меценатів і благодійників [4, 33]. За Ф. Гайєком та М. Фрідменом, соціальні функції держави обмежують права людини, порушують справедливість вільного ринку, який спроможний самостійно формувати об'єктивні суспільні відносини та забезпечити незалежність і свободу особистості. Натомість упровадження соціальних програм узагалі зашкоджує економічній ефективності, оскільки їхня реалізація потребує великих коштів, котрі можна застосувати з користю для економіки [1, 352].

Попри те, що саме лібералізмові належить ідея держави "нічного сторожа", його фундатори визнавали відповідальність держави за матеріальне забезпечення збіднілих прошарків населення. Так, І. Кант наголошував: основна функція держави – захист прав особистості, але держава повинна отримувати від багатих податки і спрямовувати їх на допомогу нужденним, котрі у такий спосіб можуть використовувати свої права [1, 283]. Роль держави в наданні допомоги бідним, як уже згадувалося, позитивно оцінював і А. Сміт.

У 90-х роках XIX ст. сформувались погляди, ідеї та концепції, що мали яскраво виявлене етичне спрямування і були підпорядковані розв'язанню соціальних питань.

В економічній теорії представники соціального напряму досліджували економіку як частину соціальної системи, вивчали проблеми соціальних інститутів (держави, громадських об’єднань і под.), соціальної справедливості. У працях "Соціальні категорії" (1896 р.), "Мета в народному господарстві" (1907 р.) відомий учений цього напряму Р. Штольцман обґрунтовував підпорядкування економіки моральним ідеалам. Капіталістичне виробництво дослідник аналізував у вигляді засобу реалізації моральних цілей і досягнення вищого морального принципу, а сутність закону вартості вбачав у регулюванні доходів населення [5, 224].

У теорії неокласицизму важлива роль належить одному з її засновників, вченому А.Маршаллу. Саме він сформулював головні соціальні права з надання статусу громадянину соціальної основи. Це права на: мінімальну соціально-економічну забезпеченість і захищеність; життя цивілізованої людини згідно з прийнятими в певному суспільстві стандартами; користування усіма соціальними благами [6, 67].

На подальший розвиток концепцій соціально-орієнтованої економіки значно вплинуло кейнсіанство. Засновник школи, відомий англійський науковець Дж. Кейнс у праці "Загальна теорія зайнятості, процента і грошей" (1936 р.) розробив основні положення теорії регулювання виробництва та зайнятості [1, 47]. Отже, кейнсіанство визнало потребу в здійсненні державою загального управління економікою, спрямованого на регулювання виробництва та зайнятості, й перерозподіл доходів.

Від 50-х років XX ст. учені розглядали «державу загального добробуту» органічною частиною індустріального суспільства. У світі спостерігалося різке підвищення витрат на різні соціальні програми. Це, зокрема, пенсійне забезпечення, соціальне страхування, грошові виплати на дітей, сім'ю та ін.

«Держава загального добробуту» на етапі становлення індустріального суспільства виявила максимальні можливості [4, 37].

У працях економістів інституційного напряму – Е. Долана, Т. Лоуві, І. Крістола й інших – соціальний захист аналізувався як спроба вирішення протиріччя між можливостями ринку та потребами населення [4, 37]. З погляду інституціоналістів, основним засобом соціального захисту повинна стати можливість для всіх працездатних громадян самостійно отримувати трудовий дохід. Держава має сприяти цьому за допомогою впровадження програм у галузі фахової підготовки, регулювання зайнятості, зміцнення статусу сім'ї.

Сучасні економічні школи розглядають в більшій мірі соціальну державу, як державне втручання в економіку з поєднанням приватної ініціативи та громадського суспільства.

Американський економіст М. Олсон у праці "Піднесення й занепаднародів. Економічне зростання, стагфляція та соціальний склероз" констатує: "Ідеологія невтручання (держави), зосереджуючись на шкоді, яку завдає лише сам уряд, явно щось випускає з уваги" [7, 271]. Вчений наголошує на модернізації існуючої системи, внаслідок чого має постати "держава загального добробуту" для середньої верстви".

Англійський соціолог Е. Гідденс в економічний обіг ввів два нових поняття – "соціальне включення" і "соціальне виключення". Суть цих понять зводиться до того, що держава добробуту вже не просто "латає дірки і пом'якшує суспільну нерівність, а й відчиняє нові можливості та заохочує ініціативу, творчість і готовність зустріти нові виклики" [8, 45]. Учений наголошує: основну частину обов'язків стосовно нужденних повинно взяти на себе суспільство в особі різноманітних добродійних організацій, але необхідно підтримати тих членів суспільства, котрі не можуть самостійно подбати про себе.

Отже, аналіз теоретичних підходів основних економічних шкіл до вивчення проблеми соціального захисту населення дає змогу дійти висновку, що соціальний захист трактується як [4, 38–39]: підтримка індивіда у бідності

(*класичний підхід*); розв'язання суперечностей між багатством та бідністю, яке полягає в перерозподілі національного доходу від багатих до бідних прошарків населення (*неокласичний підхід*); соціальне маневрування доходами через вирівнювання доходів людини впродовж усього її життя (*кейнсіанський підхід*); розв'язання протиріч між можливостями ринку й потребами населення, між ефективністю суспільного виробництва та соціальною справедливістю (*інституційний підхід*).

Література:

1. Історія економічних учень: підручник: у 2 ч. / за ред. В.Д. Базилевича – 2-ге вид., виправ. – К. : Знання, 2005. – Ч.1. – 567 с.
2. Петти В. Экономические и статистические работы / В. Петти; предисл. д-ра экон. наук Д. Розенберга. – М.: Соцэкгиз, 1940. – 324 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : пер. з англ. / Адам Смит. – М. : ЭКСМО, 2009. – 960 с. – (Сер. "Антология экон. мысли").
4. Рудкевич І.В. Регулювання системи соціального захисту населення України: теорія, методологія та державна політика: монографія / І.В. Рудкевич. – Донецьк: Ємельянова Т.В., 2011. – 463 с.
5. Кадомцева С.В. Социальная защита населения / С.В. Кадомцева. – М. : Изд-во РАГС, 1999. – 278 с.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 т. / Альфред Маршалл; пер. с англ. Р. И. Столпера, В. Т. Рысина и В. И. Бомкина. – М. : Прогресс, 1993. – Т.1. – 416 с. – (Сер. "Экон. мысль Запада").
7. Олсон М. Возникновение и упадок народов. Экономический рост, стагфляция и социальный склероз / М. Олсон. – Новороссийск : [б.и.], 1998. – 271 с.
8. Перегудов С. Западная социал-демократия на рубеже веков / С. Перегудов // Мировая єкономика и междунар. отношения. – 2000. – № 6. – С. 40–46.

Белей О.І., *к.е.н.,*
доцент кафедри САП,
НУ «ЛП»

ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІАГНОСТИКОЮ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНДИКАТИВНОЇ МАТРИЦІ

Управління виробничо-торговельного підприємства (ВТП) призначений для внутрішньогосподарського контролю за джерелами витрат і правильністю їх обліку, діагностування фінансово стану підприємства і вироблення рекомендацій з покращення показників господарської діяльності, в першу чергу фінансових. Системи, що виконують такі функції називають інформаційно-дорадчими або системами для прийняття рішень.

На виробничо-торговельних підприємствах використовуються, як правило, свої методи оцінки і аналізу економічної ситуації і пошуку способів її покращення. Тому достатньо складно розробити типову систему комп'ютеризації функціонального управління. Для менеджерів ВТП особливо специфічними являються: (1) головна та підлеглі цілі, які вони переслідують (або повинні переслідувати) в процесі виконання своїх функцій; (2) оціночні показники, що ними вибираються для з'ясування справжнього стану, а також оцінка довіри до них; (4) процедури формування напрямків виходу з ситуацій, що створилися, і оцінка довіри до одержаних варіантів прийняття рішень.

Нижче наведені особливості визначають блоки, з яких повинна складатися системи управління діагностикою виробничо-торговельного підприємства (СУД ВТП). Основними процесами, з яких повинна складатися СУД ВТП, виступають наступні: діагнозу фінансового стану підприємства; вироблення загальних рекомендацій; вироблення кількісних рекомендацій; вироблення загальних рекомендацій; розрахунків; бази даних і бази правил; вводу і корегування даних.

Склад блоків СУД ВТП, що пропонується у вигляді дорадчої системи з

елементами експертної, наведений на рис. 1.

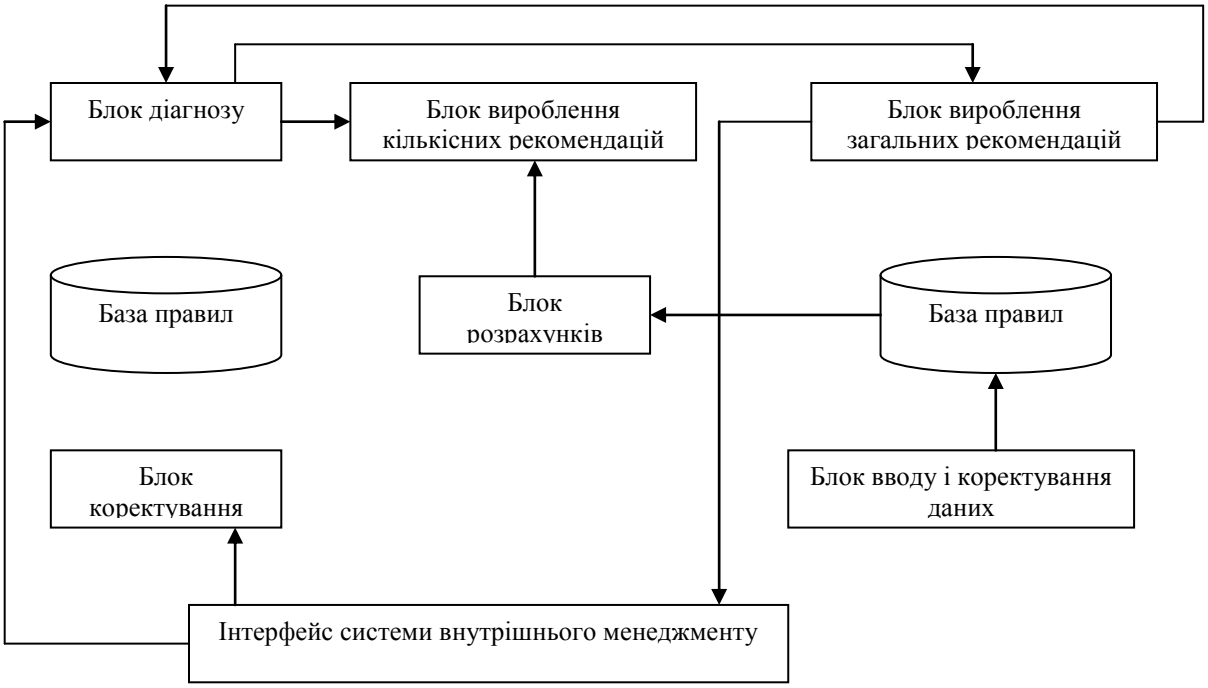


Рис. 1. Структура системи управління діагностикою ВТП.

Перш-за-все, необхідно встановити стан підприємства шляхом визначення величини $\overline{X}$ за періоди n, n-1, n-2. Порівняння загальної оцінки за декілька періодів дозволяє встановити не тільки стан, а й тенденцію розвитку виробничо-торговельного підприємства.

В нашому випадку використаємо дані матриці $\overline{X}$ з наступними значеннями:

період (n-2):

$$\overline{X} = \begin{pmatrix} ЗОПА & КА & КФ & КЗ & ІК & КП & КЛ & КТЛ \\ 1 & 1 & 1 & 1 & 1 & -1 & -1 & -1 \\ 113 & 0{,}13 & 1{,}03 & -0{,}5 & -0{,}36 & 0{,}42 & 0{,}14 & 0{,}24 \end{pmatrix}, \quad (1)$$

період (n-1):

$$\overline{X} = \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & 1 & -1 & -1 & -1 & -1 \\ 204 & 0{,}02 & 2{,}1 & -3 & 0{,}2 & 0{,}4 & 0{,}82 & 0{,}73 \end{pmatrix}, \quad (2)$$

період n:

$$\overline{X} = \begin{pmatrix} -1 & -1 & -1 & -1 & -1 & -1 & -1 & -1 \\ 80 & 0{,}4 & 2{,}1 & 0.8 & 0{,}4 & 0{,}3 & 0{,}8 & 0{,}7 \end{pmatrix}, \quad (3)$$

Загальний стан по періодах наступний:

$$\overline{X}^{n-2} = 2, \quad \overline{X}^{n-1} = -2, \quad \overline{X}^{n} = -6 \quad (4)$$

Формування рекомендацій може здійснюватися за двома варіантами:

попередньо заповнені форми документів видаються без змін в порядку підтвердження відповідного діагнозу; рекомендації складаються в залежності від результатів аналізу і проведених розрахунків. Розроблені нами рекомендації дозволяють встановити нормовані оптимальні значення лише для встановлення восьми базових показників. Якщо ж необхідно вказати більш детальні характеристики господарських і фінансових операцій, необхідно звернутися до блоку формування кількісних рекомендацій.

Детермінований зв'язок між базовими показниками діагностики стану ВТП встановити без коефіцієнтом кореляції є неможливо. Будемо рахувати, що, якщо значення коефіцієнта кореляції 0,3-0,4, то зв'язок відсутній, якщо 0,7-0,9, то існує тісний зв'язок, якщо коефіцієнт дорівнює 1 – функціональний зв'язок. Перш ніж шукати тісноту зв'язку, потрібно з'ясувати, чи існує взагалі який-небудь зв'язок. Для цього можна використати коефіцієнти наступного виду:

$$K = \sqrt{\frac{f^2}{(m_1 - 1)(m_2 - 1)}} \qquad (5)$$

де f – показник взаємної спорідненості; m – кількість груп по кожній ознаці.

Коефіцієнт взаємної спорідненості Чупрова змінюється від 0 до 1, але вже при значенні 0,3 можна говорити про тісний зв'язок між ознаками. Розрахуємо його для базових показників і результати приведемо в таблиці 1.

Таблиця 1.

Результати розрахунків коефіцієнта спорідненості показників діагнозу стану ВТП

	КА	*ЗОПА*	*КЗ*	*КФ*	*ІК*	*КП*	*КЛ*	*КТЛ*
КА	-	*0,49*	*0,19*	*0,51*	*0,23*	*0,17*	*0,13*	*0,27*
ЗОПА	*0,43*	-	*0,26*	*0,21*	*0,17*	*0,49*	*0,00*	*0,13*
КЗ	*0,26*	*0,081*	-	*0,37*	*0,191*	*0,25*	*0,001*	*0,023*
КФ	*0,4*	*0,21*	*1*	-	*0,02*	*0,24*	*0,1*	*0,23*
ІК	*0,1*	*0,02*	*0,27*	*0,19*	-	*0,32*	*0,2*	*0,13*
КП	*0,07*	*0,002*	*0,16*	*0,24*	*0,4*	-	*0,278*	*0,197*
КЛ	*0,29*	*0,02*	*0,09*	*0,24*	*0,27*	*0,37*	-	*0,33*
КТЛ	*0,07*	*0,24*	*0,17*	*0,23*	*0,07*	*0,17*	*0,45*	-

Встановимо взаємозв'язок між показниками, якщо такий за коефіцієнтом Чупрова не менший 0,3. Для цього розглянемо, яким чином можна побудувати регресійне рівняння для кожної групи. Вхідні дані знаходяться в таблиці 2.

Таблиця 2.

Вхідні дані для побудови рівняння регресії діагностики стану ВТП

Показник	*Період*			
	I кв.	*II кв.*	*III кв.*	*IV кв.*
ЗОПА	*444*	*428*	*321*	*225*
КА	*0,58*	*0,45*	*0,43*	*0,18*
КФ	*2*	*0,97*	*0,8*	*0,86*
ІК	*1,47*	*1,83*	*3,22*	*0,31*
КЗ	*0,5*	*1*	*1,14*	*1,16*
КП	*0,01*	*0,59*	*0,72*	*0,94*
КЛ	*2,01*	*1,59*	*1,72*	*1,94*
КТЛ	*1,28*	*1,04*	*1,09*	*1,24*

Розрахувавши *a, b і k*, отримаємо: КА= -10,5*КФ+5, К= 0,54. Оскільки К= 0,54, то пряма доволі слабо відображає зв'язок між цими показниками. Припустимо, що цей зв'язок виражається так: $y=a/x+b$.

В цьому випадку коефіцієнти рівняння розраховуються так:

$$a=\frac{1}{n}(\sum_i x_i y_i - b\sum_i x_i); \quad (6)$$

$$b=\frac{\sum_i x_i^2 y_i - \frac{1}{n}\sum_i x_i \sum_i x_i y_i}{\sum_i x_i^2 - \frac{1}{n}(\sum_i x_i)^2}; \quad (7)$$

Використавши дані таблиці 2, за допомогою наведених вище методів можна встановити наступні залежності між досліджуваними показниками:

$$КЗ=\frac{1}{КФ};\ КФ=\frac{2,3}{КЗ}-0,1; \quad (8)$$

$$КА=-\frac{0,37}{КФ}+0,77;\ КФ=-\frac{0,25}{КА-0,61}; \quad (9)$$

$$ЗОПА=586*КА+114;\ КА=\frac{ЗОПА-127}{496}; \quad (10)$$

$$КП=\frac{2,06}{ІК}-0,2;\ ІК=\frac{2,28}{КП}-1,21; \quad (11)$$

$$КП=\frac{253}{ЗОПА}+27;\ ЗОПА=\frac{317}{КП}-114; \quad (12)$$

$$КП=-\frac{3,21}{КЛ}+2,6;\ КЛ=-\frac{2,21}{КП}+3,4; \quad (13)$$

$$КТЛ=-\frac{0,56}{КЛ}-2,01;\ КЛ=-\frac{2,23}{КТЛ}+3,74; \quad (14)$$

Для індикації динаміки показників порівнюються поточні і оптимальні значення цих показників. Приклад індикації наведений в таблиці 3.

Таблиця 3.

Індикація стану ВТП

Група показників	Показник	Індикатор динаміки	Правило порівняння	Результат порівняння
1	КА	1	$0,5 \geq КА^{п} \geq КА^{п-1}$	Позитивне збільшення
	ЗОПА	1	$471 \geq ЗОПА^{п} \geq ЗОПА^{п-1}$	Позитивне збільшення
	КФ	1	$2,5 \geq КФ^{п} \geq КФ^{п-1}$	Позитивне збільшення
	КЗ	-1	$0,5 \leq КЗ^{п} \leq КЗ^{п-1}$	Позитивне зменшення
2	ІК	1	$3 \geq ІК^{п} \geq ІК^{п-1}$	Позитивне збільшення
3	КП	1	$2,3 \leq КП^{п} \leq КП^{п-1}$	Позитивне зменшення
	КЛ	1	$2 \leq КЛ^{п} \leq КЛ^{п-1}$	Позитивне зменшення
	КТЛ	1	$1,2 \leq КТЛ^{п} \leq КТЛ$	Позитивне зменшення

Висновок робиться на основі двох груп правил. Перша. Якщо група показників має позитивну загальну характеристику (1), то показники в групах також приймають позитивні значення; якщо від'ємну (-1) – показники приймають від'ємні значення. Це справедливо для груп 2 і 3. Друга. Якщо група має позитивну або від'ємну характеристику, то показники групи 1 приймають значення: ЗОПА, КА, КФ – позитивне зменшення або збільшення, а КЗ – позитивне збільшення або зменшення. Відповідно ЗОПА, КА, КФ приймають від'ємне зменшення або збільшення, а КЗ – від'ємне збільшення або зменшення для негативного значення групи 1.

В даний час в Україні функціонують сотні ВТП, які мають в своєму складі підрозділи інформаційного забезпечення виконання основних управлінських функцій, але досліджень, які могли б надати допомогу в комп'ютеризації складних і трудомістких виробничих та торговельних бізнес-процесів від замовлення на виробництво товарів до кінцевого замовлення споживачів, практично не має. Запропоновану нами методику можна використувувати в діяльності ВТП та інших підприємств. А в подальших дослідженнях буде розглядатися програмна реалізація запропонованої системи управління діагностикою.

Література:

1. Белей О.І. Ефективне управління торговельним підприємством: Монографія // Ананьєв О.М., Белей О.І., Горбан . – Львів: вид-во Львівського університету внутрішніх справ, 2011. – 260 с.

Геращенко І.О., *к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут*
Ільченко Ю.О., *студент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут*

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

Одним із перспективних шляхів економічного зростання підприємств є їх інноваційний розвиток. Практика показує, що інноваційні перебудови на сучасному етапі розвитку суб'єктів господарювання можуть не лише забезпечити високі показники економічного розвитку, але й підвищити конкурентоспроможність сучасних підприємств, їх експортний потенціал, а також допоможуть вирішити економічні, екологічні, соціальні проблеми.

Інноваційна діяльність є однією з основних складових процесу забезпечення успішного функціонування підприємств. Тому сучасні економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, ефективної організації досліджень та розробок, нововведень, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в інноваційній діяльності кожного підприємства.

Дослідженням щодо проблем та економічних умов інноваційного розвитку вітчизняних підприємств присвятили свої праці українські вчені, серед яких М.П. Денисенко [1], Ж.А. Говоруха [2], Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна [3].

Інноваційний потенціал підприємства — це міра його готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін [4]. Саме завдяки інноваційному потенціалові організація може оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, вносячи необхідні зміни до свого внутрішнього середовища.

В Україні питання інноваційної діяльності у напрямі підвищення ефективності та якості аспектів виробничо-господарської діяльності може забезпечуватися не лише постійним вдосконаленням виробничого процесу, а й на основі переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку.

Підприємства, що прагнуть реалізовувати інноваційну діяльність потребують значних капіталовкладень, а особливо інвестиційного забезпечення. Але на сьогодні інвестиційний клімат в Україні оцінюється як високо ризиковий. Причиною такого стану є не лише відсутність коштів для вкладень, але й підвищений ризик будь-яких форм інвестування [3].

Заходи, що допоможуть реалізувати інноваційну діяльність, без великих коштів включають в себе: залучення у розробки студентів, надавати бази практики, створювати наукові гуртки, стимулювати вчених та робітників працювати на добровільних початках, але с майбутньою перспективою.

Невід'ємними складовими інноваційного потенціалу на підприємствах є:

- Кадровий потенціал
- Матеріально-технічна складова
- Виробничо-технологічна складова
- Інформаційні потоки
- Фінансова складова
- Маркетинговий потенціал

Розглянемо більш детально кожну складову.

Безсумнівно, інноваційний потенціал неможливий без кадрового потенціалу. Він є найціннішим ресурсом, що визначає конкурентоспроможність організації, її успіх на ринку.

Забезпечення виробництва конкурентоспроможного інноваційного товару значною мірою зумовлюється матеріально- технічною складовою інноваційного потенціалу підприємства.

Матеріально-технічна складова охоплює усі матеріально- технічні ресурси, необхідні для здійснення ефективної інноваційної діяльності.

Матеріальні ресурси є найважливішим після кадрових фактором ефективності господарювання економічних суб'єктів, що зумовлює дуже важливу їхню роль у формуванні інноваційного потенціалу підприємства.

Виробничо-технологічна складова інноваційного потенціалу – це можливість використання в інноваційному процесі машини та обладнання технологічних процесів.

Інформаційні потоки, що є основою для прийняття управлінських рішень інноваційного характеру, формують інформаційну складову інноваційного потенціалу.

Налагодження взаємозв'язку між усіма структурними підрозділами організації, формування єдиної інформаційної мережі відбувається за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій, за допомогою яких здійснюється оброблення інформації та управління інформаційними потоками. Саме інформація є основою інформаційного потенціалу підприємства.

Формування та розвиток інноваційного потенціалу підприємства неможливі без акумулювання та можливості залучення фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності.

Фінансова стійкість підприємства є якісною характеристикою його фінансового стану і характеризується як здатність підприємства ефективно функціонувати та розвиватися [5].

Основою маркетингової складової інноваційного потенціалу, на нашу думку, є сукупна спроможність маркетингової системи забезпечувати конкурентоспроможність підприємства під час впровадження на ринок інновацій.

Маркетинговий потенціал – це ступінь готовності, спроможності підприємства, його маркетингової служби своєчасно та якісно виконувати маркетингові функції, вирішувати окреслені завдання, а також ступінь відповідності цього стану маркетингової служби тому стану, який необхідний для виконання поставлених завдань.

Отже, враховуючи з вищенаведеного, можна зробити наступні висновки:

- інноваційний потенціал підприємства — це міра його готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін.

- заходи, що можуть допомогти реалізувати інноваційну діяльність включають в себе: залучення у розробки студентів, надавати бази практики, створювати наукові гуртки, стимулювати вчених та робітників працювати на добровільних початках, але с майбутньою перспективою.

- важливими складовими інноваційного потенціалу на підприємствах є: кадровий потенціал, матеріально-технічна складова, виробничо-технологічна складова, інформаційні потоки, фінансова складова, маркетинговий потенціал.

Одним із основних факторів забезпечення стабільного економічного розвитку нашої країни є інноваційна діяльність підприємств. Тому важливим є вчасне виявлення проблем та розроблення дієвих інструментів їх інноваційного розвитку.

Література:

1. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П.Денисенко [та ін.]; За ред.: М.П.Денисенка, Л.І.Михайлової. – Суми: Університетська книга, 2008. – 1049 с
2. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №8(74). – С.107-115
3. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3. – С. 247-251
4. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3. – С. 247-251
5. Геращенко І.О. Войтенко А.Ю. Інноваційні методи управління фінансовою стійкістю підприємства. – Харків Укртранс., 2012 – с.138

Гулик Т.В., *к.е.н.,*
доцент кафедри економіки та підприємництва,
НМетАУ, м.Дніпро

ЩОДО ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегія економічного розвитку України спрямована на активізацію механізмів трансформаційних процесів, які будуть спроможні забезпечити інтегрування у світовий економічний простір як країни з конкурентоспроможною економікою. Вона також передбачає формування інституційного середовища, яке б стимулювало підприємницьку активність та економічне зростання на основі структурно – інноваційних перетворень. Забезпечення захисту прав кредиторів є одним з визначальних напрямків суттєвих змін в економіці України. Механізм відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом є ключовим при вирішенні проблемних питань заборгованості та фінансового оздоровлення підприємств, збереження робочих місць і виробничого потенціалу. Реструктуризація та санація безнадійних боржників сприяє перерозподілу ресурсів на користь життєздатних підприємств.

Успішне проведення реструктуризації підприємства потребує від його керівництва комплексного уявлення цього процесу через розуміння послідовності його реалізації, змісту та завдань основних етапів. Зважаючи на важливість комплексного моделювання процесу реструктуризації підприємств для вирішення практичних завдань, розглянемо існуючі напрацювання науковців у цій сфері. Комплексний зміст процесу реструктуризації шляхом його схематичного моделювання висвітлено у працях таких авторів, як Л. Білих, Л. Гриніва, Д. Коваленко, О. Кондратов, Л. Лігоненко, С. Довбні, К. Леміш, С. Синиця, Л. Ситник, А. Ступницького, Н. Рєзанова, Узунов та ін.

При аналізі сучасних моделей реструктуризації було виявлено, що значна їх кількість складається з певного переліку схожих за змістом етапів, які мають зазвичай різну послідовність виконання. Здебільшого автори схематично

зображають послідовність виконання етапів, але основним їхнім недоліком є відсутність узгодженості окремих етапів та напрямів реструктуризації між собою. Тому, узагальнюючи зміст і враховуючи недоліки існуючих моделей реструктуризації промислових підприємств, досить актуальним є розробка аналітичної моделі реструктуризації та послідовності процесу її впровадження.

У світовій та вітчизняній теорії та практиці одним із поширених засобів фінансового оздоровлення підприємств є реструктуризація. Реструктуризація промислових підприємств є тривалим процесом, що здійснюється за допомогою спеціалістів різного профілю, і спрямованим на підвищення ефективності використання власного внутрішнього потенціалу підприємства та його адаптацію до нових ринкових умов.

Реструктуризація підприємства, як зазначено у законі України „Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом", – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу з переходом боргових зобов'язань до юридичної особи, що не підлягає санації, якщо це передбачено планом санації, на зміну форми власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів [1].

Метою проведення реструктуризації є створення таких господарюючих суб'єктів, які здатні виготовляти конкурентоспроможну продукцію, бути технічно забезпеченими і фінансово-дієздатними.

Реструктуризація, навіть одного підприємства – це складний та тривалий процес, що вимагає значних фінансових і матеріальних витрат, планування поетапності всієї необхідної роботи. Потрібно враховувати особливості діяльності підприємства, мати якомога більше відомостей про середовище в якому виникає, виконується та досягає свого завершення проект реструктуризації, тільки в такому випадку можна скористатись відповідною

моделлю реструктуризації.

В цілому будь-яка реструктуризація має забезпечувати в кінцевому підсумку платоспроможність підприємств, що обумовлюється зменшенням витрат, підвищенням продуктивності праці, запровадженням нових технологій, модернізацією обладнання.

Поруч із терміном «реструктуризація» у науковій літературі та на практиці набуло поширення застосування поняття «реорганізація». Е. М. Королькова [11, с. 8] пропонує розглядати процеси змін в організаціях в порядку їх ускладнення: реорганізація – реформування – реструктуризація. При цьому реорганізація визначається нею як перетворення організаційної структури і управління підприємством при збереженні основних засобів, виробничого потенціалу підприємства, реформування – це зміна принципів дії підприємства, що сприяє підвищенню ефективності виробництва, а реструктуризація трактується як комплексна оптимізація системи функціонування підприємства відповідно до вимог зовнішнього оточення і виробленої стратегії розвитку на базі сучасних підходів до управління.

Більшість же науковців вважають реорганізацію підприємства окремим напрямом реструктуризації суб'єкта господарювання.

Ще одним терміном, який тісно пов'язаний з реструктуризацією підприємства, є «реінжиніринг». Стосовно суті поняття «реінжиніринг« в наукових джерелах також немає однозначності.

Розглядаючи співвідношення понять «реорганізація», «реструктуризація», «реінжиніринг», розуміємо реструктуризацію як системний механізм реформування підприємства.

Ще одним терміном, який тісно пов'язаний з реструктуризацією підприємства, є "реінжиніринг". Зазначимо, що у літературі є щонайменше три підходи до встановлення співвідношення цих двох понять, а саме: ототожнення реінжинірингу з реструктуризацією; розгляд реінжинірингу як одного із методів проведення реструктуризації підприємства; розгляд реінжинірингу як окремої форми здійснення перетворень на підприємстві, яка в разі виконання

певних умов може мати реструктуризаційний характер. Можна зробити такі висновки щодо співвідношення понять реструктуризація та реінжиніринг:

- реінжиніринг передбачає застосування інноваційних технологічних рішень в процесі перетворень і потребує створення новітніх ефективних бізнес-процесів, яких раніше не було на підприємстві. Реструктуризація, своєю чергою, особливо антикризового характеру, окрім описаних змін, може включати і традиційні заходи перетворень без обов'язкового застосування новітніх інформаційних технологій, а також передбачати удосконалення вже існуючих процесів та функцій на підприємстві без відмови від них на користь нових підходів. Отже, поняття реструктуризації виходить за межі категорії реінжинірингу, а тому ототожнення цих понять є недоцільним;

- реінжиніринг, на відміну від реструктуризації, не обмежується структурними перетвореннями на підприємстві і може передбачати проведення ширшого спектра трансформаційних змін. Отже, розгляд реінжинірингу виключно як форми реструктуризації також не вбачаємо доцільним.

Викладене дає підстави для наступного висновку: необхідність реструктуризації зумовлюються об’єктивною поступальністю розвитку світової економіки та його інноваційним характером. Викладене зумовлює циклічність реструктуризації відповідно до нерівномірного у часі характеру наукового-технічного прогресу, «технологічних стрибків» та появи інновацій.

Література:

1.Закон України „Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” №784-XIV від30.06.1999// Голос України. – 1999. – 30 липня

2. Королькова Е. М. Реструктуризация предприятий : учеб. пособ. / Е. М. Королькова. – Тамбов : Изд-во Тамб. ГТУ, 2007. – 80 с.

Парубець В.В., *магістрант ФЕБА*
Білявський В.М., *к.е.н.,*
доц. кафедри МЗЕДП
Національного авіаційного університету

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах господарювання виробничу політику підприємства визначає маркетингова діяльність, яка виступає наріжною функцією управлінського процесу. Найбільша ефективність у такому випадку досягається за допомогою комплексного використання і поєднання маркетингових заходів. Тому, метою комплексної системи управління підприємством, заснованої на концепції управління маркетинговою діяльністю, є забезпечення й подальше вирішення поставлених менеджментом завдань з урахуванням вже наявних ресурсів [1, 2].

Концепції управління маркетинговою діяльністю, як інструмент підвищення ефективності й обґрунтованості прийнятих управлінських рішень з різних питань: виробничої, науково-технічної, фінансової та збутової політики, має посідати провідне місце в системі управління підприємством.

Для ефективного функціонування підприємства, менеджменту останнього, слід здійснювати управління маркетинговою діяльністю, тобто проводити дослідження ролі маркетингу в системі управлінні підприємством, що набуває дедалі більшого значення.

Поява цієї концепції, пов’язано з формуванням ринкового середовища, тобто, застосування маркетингу в управлінні підприємством забезпечує ринкову орієнтацію його господарської діяльності. Пристосування до ринкової кон’юнктури здійснюється з метою задоволення потреб споживачів. В сучасних умовах запити останніх швидко зростають і стають дуже індивідуалізованими, тоді як ринки – різноманітними за своєю структурою. У зв’язку з цією обставиною, виробникам, доцільно використовувати різноманітний інструментарій

щодо структуризації роботи на ринку, систематизація якого можлива лише при комплексному вивченні потреб цільових сегментів, діяльності конкурентів, виявленні факторів прямого і непрямого впливу тощо.

Формування концепції управління маркетинговою діяльністю на підприємстві залежить від впливу багатьох факторів, а саме: макросередовища, стійкості мікросередовища та оптимального розвитку внутрішнього середовища підприємства. Залежно від політичної нестабільності, непередбачуваності ринкового та фінансового середовища, підвищення або послаблення конкурентних позицій підприємства на ринку, а також вибору місії і взаємодії з клієнтами – залежить стратегія управління маркетинговою діяльністю [3].

Слід зазначити, що це управління передбачає прямий вплив на рівень, строки і характер попиту, таким чином, щоб ці характеристики допомагали у досягненні поставлених цілей перед підприємством. Наразі, система управління останнім, як і концепція управління маркетинговою діяльністю має забезпечувати:

— надійну та достовірну інформацію про ринок, структуру і динаміку попиту, уподобання і очікування споживачів, тобто всім комплексом інформації про зовнішні умови функціонування суб’єкта господарювання;

— створення унікального товару, який відповідав би запитам ринку, краще, аніж товар конкурента;

— необхідний вплив на споживача, попит та ринок, що забезпечує максимальний контроль над сферою збуту.

Як відомо, концепція управління маркетинговою діяльністю спрямована на підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції та забезпечення ефективної збутової діяльності [4]. Невід’ємними сферами маркетингової діяльності є також: реклама, пакувальна справа, логістика, сервісне обслуговування, особисті контакти зі споживачами тощо. Тому, планування маркетинговою діяльністю пов’язується із формуванням загальної системи планування на підприємстві.

Як наслідок, маркетингові програми розробляються із урахуванням: аналізу ринків, різноманітних фінансово-економічних показників, товарного асортименту та цінової політики суб'єктів господарювання.

Слід відмітити, що товарна політика в маркетинговій діяльності використовується з метою модифікації вже існуючих товарів, а також поліпшення їх збутових характеристик. Тоді як, цінова політика здійснюється за допомогою використання найбільш поширеного метод розрахунку цін на нову продукцію, який полягає в тому, що спочатку встановлюється цільова норма прибутку, а потім розраховуються вже поточні витрати підприємства, відштовхуючись від завантаженості наявних виробничих потужностей. Отриманий результат зіставляється з ринковим потенціалом, і лише після проведеного аналізу приймається остаточне рішення про обсяги виробництва і збуту продукції.

Отже, концепція управління маркетинговою діяльністю дозволяє досягти певного балансу між попитом і пропозицією, що наразі, неможливо здійснити без точних розрахунків прогнозу попиту на основі вивчення запитів споживачів. Крім дослідницької функції, застосування маркетингового підходу в системі управління підприємством зводиться, також, до безпосереднього управлінського впливу на попит, за допомогою інструментів стимулювання, сприяння та регулювання.

Таким чином, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що концепція управління маркетинговою діяльністю є певною філософією виробництва, повністю (від науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт до збуту і подальшого сервісного обслуговування) підпорядкованою умовам і вимогам ринку, що знаходиться в постійному динамічному розвитку та під впливом широкого спектру: економічних, політичних, науково-технічних і соціальних факторів. Наразі, виробничі підприємства-експортери розглядають дану концепцію, як засіб досягнення цілей, фіксованих на: певному періоду часу, конкретному ринку і його сегментам, з найвищою економічною ефективністю.

Література:

1. Білявська Ю.В. Проблемні аспекти управління інноваційним розвитком підприємства торгівлі / Ю.В. Білявська // Науковий журнал «Virtus». СРМ «ASF» (Канада, Монреаль). — 2018. — № 20. – С. 168–173.
2. Гайдай Ю.В. Культура та цінності підприємства – основа стратегії бізнесу / Ю.В. Гайдай, Я.І. Шеремета // Інноваційна економіка — 2011. — №6 (25). — С. 82–86.
3. Янковський Н.А. Стратегічний менеджмент та глобалізація світової економіки : учбов. посіб. для вузів / Під ред. В.В. Уварова; Міжнар. ун-т бізнесу та упр. — М. : МУБіУ; МЗ-Пресс, 2018. — 282с.
4. Білявський В.М. Реінжиніринг в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / В.М. Білявський // Вісник Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. — 2017. — Вип. 93. — С. 7–17.

Шудра К.А., *студентка кафедри менеджменту,*
Київський національний торговельно-економічний університет
Науковий керівник – Білявська Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет

АДХОКРАТІЯ: ПАРАДИГМА ЗМІН ТА ІНОВАЦІЯ

За умови переважання в організації ролі персоналу підтримки та її орієнтації на складну інноваційну діяльність, доречно застосовувати структуру адхократії, яка здатна об’єднати різних спеціалістів у злагоджено функціонуючі проектні групи і команди в стрімко змінних умовах функціонування. Специфіка зазначеної структури полягає в тому, що менеджери виступають функціональними членами проектних команд та паралельно відповідають за координацію робіт між проектними групами. Адхократія є оплотом органічності і децентралізації та застосовується в організаціях з високоспеціалізованим характером забезпечення діяльності. Здебільшого структура адхократії доцільна в сучасних розвинутих і прогресивних організаціях, в яких має місце високий рівень автоматизації технічної підсистеми. В цілому вирізняють операційну та адміністративну адхократії. Перша структура є клієнтоорієнтованою, в той час як друга – «працює» сама на себе, часто задовольняючи потреби державного рівня.

Адхократія спрямована на функціонування в складних і динамічних умовах, які складно піддаються прогнозуванню і часто є об’єктом конкурентної боротьби. Найчастіше адхократії віддають перевагу молоді організації, які прагнуть до новаторства та знаходяться на початковому етапі свого становлення. З часом організації починають процвітати, робити ставку на стабільність зовнішнього середовища та повторення реалізації власних проектів, що згодом трансформує їх структуру у бюрократичну форму.

Умови середовища мають величезне значення для адхократії, адже вона не прогнозована, інноваційна і може діяти одночасно в складних і динамічних умовах. Коли потреби клієнтів відрізняються складністю і непередбачуваністю, багато компаній таких як рекламні агентства, консультаційні фірми, дослідницькі організації, навіть університети та лікарні надають перевагу адхократії, адже вона дозволяє приймати рішення не тільки керівнику, а й всій робочій команді. Вона дає змогу мислити креативно, знаходити творчі підходи до вирішення проблем в організації та змушує керівництво прислуховуватися до порад підлеглих. Наприклад візьмемо Національну раду з кінематографії Канади. Серед її основних стратегій, можна виділити забезпечення зйомок, випуск багатьох документальних фільмів. Якби Рада була структурованою як бюрократія, то рішення про тематику фільмів приймалися б нагорі [2].

Проблеми, пов'язані з адхократією вивчені мало. Адхократія - форма нова. І кожна нова структура, вирішуючи проблеми, закликає на допомогу відданих прихильників - засліплених її перевагами і тому вони не помічають її недоліків. Щоб побачити мінуси, необхідний час - треба «пожити» в цій структурі, зрозуміти її слабкі та сильні сторони, особливо якщо мова йде про таку складну конфігурацію. Жодна структура не здатна знаходити рішення складних, погано структурованих проблем краще, ніж інноваційна. Її спосіб функціонування є відверто неефективним. Справжня причина неефективності полягає у високій вартості комунікацій. В інноваційних організаціях прийнято багато говорити; такий вже тут спосіб обміну знаннями і одночасного виношування нових ідей. Але на розмови йде чимало часу. У процесі прийняття

рішень беруть живу участь всі працівники [2]. Проблема формулюється і переформовується, висуваються і обговорюються все нові і нові ідеї, утворюються і розпадаються альянси прихильників різних рішень, поки нарешті всі не дійдуть згоди. Підсумкове рішення, як правило, є запізнілим і вимагає окремого корегування. Ще одна проблема адхократії - незбалансованість робочого навантаження. У проектній структурі майже неможливо забезпечити персоналу постійну зайнятість. То вони цілими дня грають в карти в очікуванні роботи, а в інший час цілодобово не виходять з офісу, щоб не зірвати терміни здачі проекту. Звичайно, одним з рішень проблем невизначеності та неефективності є зміна конфігурації, але зробити це дуже складно. Якщо говорити про умови удосконалення адхократії, я вважаю, що кращим способ буде розібратися в підґрунті основних проблем та сбалансувати і систематизувати цю концепцію управління, адже на даному етапі розвитку адхократія не може залишатись. Потрібно вносити нові поправки, змінювати та удосконалювати її методи. Позитивні та негативні аспекти структури адхократії наведені в табл. 1. [1, с.47].

Таблиця 1

Переваги та недоліки адхократичної структури управління

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
✓ Посилення взаємозв'язку між персоналом підтримки і робочим ядром ✓ Підвищення гнучкості та адаптивності структури до змін факторів зовнішнього середовища ✓ Відкритість структури до використання творчого потенціалу працівників	✓ Якщо проекти очолюють окремі керівники, то подвійна субординація посилюватиме навантаження на персонал підтримки ✓ Менеджер по проекту не володіє достатньою владою над співробітниками ✓ Складність, громіздкість і коштовність структури та збільшення адміністративних витрат

Адхократія перспективна, але нажаль її мало хто розвиває з керівників різних підприємств, адже люди звикли контролювати та вирішувати все самі,

так як відбувається в бюрократичному стилі управління. На мою думку, шанс на розвиток та перспективи у адхократії точно є. Але на сьогоднішній день вона має багато недоліків. Одна з проблем полягає в тому, що керівники адхократії, іноді, занадто мало часу приділяють роботі над стратегією, таким чином зосереджуючи увагу на вирішенні проблем без аналізу. Реальна адхократія має забезпечити баланс між керівниками, працівниками та замовниками, можливо у майбутньому вона стане провідним стилем управління. Наостанок слід зауважити, що на думку Г. Мінцберга, якщо проста структура і машинна бюрократія є структурами вчорашнього дня, професійна бюрократія і дивізіональна структура – сьогоднішнього дня, то адхократія розглядається як потенційна структура майбутнього.

Література:

1. Білявська Ю.В., Микитенко Н.В., Совершенна І.О. Теорія організацій, опорний конспект лекцій // Навчально-методичне видання – К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2018. – 124 с.
2. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.twirpx.com/file/505274/

Христенко Г.М., *к.е.н.,*
доцент кафедри економіки підприємства
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»
Молошик А.О.,
студентка групи Ек-61М
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»

РОЛЬ ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Сільське господарство України функціонує в умовах багатоукладності, що передбачає можливість реалізації підприємницької ініціативи різними організаційними формами виробників сільськогосподарської продукції. Вітчизняне законодавство та органи статистики виділяють наступні види

сільськогосподарських товаровиробників: сільськогосподарські підприємства; особисті селянські господарства (ОСГ); фермерські господарства.

Трансформаційні процеси в Україні диктують необхідність формування ефективних підходів щодо зміцнення системи національної економіки України шляхом сталого соціально-економічного розвитку особистих селянських господарств як її важливого елементу.

Таблиця 1

Динаміка кількості сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств та ОСГ у сільському господарстві України, од.

Вид підприємств	Роки					2017 р. у % до 2010 р.
	2010	2014	2015	2016	2017	
Сільськогосподарські підприємства	56493	46199	45379	47697	45558	80,6
з них: фермерські господарства	41524	33084	32303	33682	34137	82,2
ОСГ, млн од.	4,5	4,1	4,1	4,19	4,1	91,1

Розраховано за даними Державної служби статистики України.

Станом на кінець 2017 р. в Україні налічувалося 34,1 тис. фермерських господарств, 4,1 млн ОСГ, 45,6 тис. сільськогосподарських підприємств (табл. 1); порівняно з 2010 р. їхня кількість скоротилась на 17,8, 8,9 та 19,4% відповідно [2].

Таблиця 2

Структура виробництва валової продукції сільського господарства України за категоріями господарств

(у відсотках до загального обсягу)

Показники	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Сільськогосподарські підприємства						
Продукція сільського господарства	38,4	40,5	48,3	55,1	57,0	56,4
у т.ч. продукція рослинництва	49,3	48,6	53,6	59,1	61,3	60,5
продукція тваринництва	21,0	26,2	38,8	45,5	45,6	45,8
у т.ч. фермерські господарства						

Продукція сільського господарства	2,1	4,6	6,1	7,9	8,7	8,7
у т.ч. продукція рослинництва	3,1	6,7	8,7	10,4	11,2	11,3
продукція тваринництва	0,4	0,7	1,6	1,9	2,0	2,0
Господарства населення						
Продукція сільського господарства	61,6	59,5	51,7	44,9	43,0	43,6
у т.ч. продукція рослинництва	50,7	51,4	46,4	40,9	38,7	39,5
продукція тваринництва	79,0	73,8	61,2	54,5	54,4	54,2

Розраховано за даними Державної служби статистики України.

Дослідженнями встановлено, що загальні обсяги валової продукції аграрного сектору у 2017 р. порівняно із 2000 р. збільшилися у сільськогосподарських підприємствах у 2,4 рази, а в господарствах населення - на 16,8%. Сільськогосподарські підприємства забезпечують виробництво валової продукції на рівні 56,4%, а господарства населення – 43,6%. Слід зазначити, що частка господарств населення у загальному обсязі валової продукції зменшилася із 61,6% у 2000 році до 43,6% у 2017 році. Фермерські господарства у 2017 р. виробили валової продукції на суму 21743,1 млн грн, або 8,7% від валової продукції сільськогосподарських підприємств.

Слід зазначити, що основну частку виробництва валової продукції рослинництва забезпечують сільськогосподарські підприємства 60,5%, а продукції тваринництва господарства населення 54,2% [3].

Господарствами населення за підсумками 2017 р. з розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь було вироблено на 15,2% продукції більше порівняно із загальним показником по господарствах, і на 46% більше порівняно з фермерськими господарствами.

Недостатнє використання технічних засобів і переважання ручної праці у господарствах населення обумовлюють невисоку продуктивність праці, яка є нижчою у 4,6 рази порівняно із сільгосппідприємствами та у 5,2 рази - порівняно з фермерськими господарствами [2].

Таблиця 3

Структура виробництва продукції в Україні за категоріями господарств

(у відсотках до загального обсягу)

Вид продукції	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Сільськогосподарські підприємства						
Зернові та зернобобові	81,6	75,7	75,8	77,3	78,7	77,4
Цукрові буряки	87,8	78,5	92,1	92,5	95,3	95,6
Соняшник	87,5	78,8	82,5	85,4	86,1	86,6
Картопля	1,4	1,2	2,6	2,2	2,2	1,9
Культури овочеві	16,9	10,7	11,9	13,9	14,1	14,5
Культури плодові та ягідні	18,2	11,8	16,4	19,1	18,5	16,3
М’ясо (у забійній масі)	26,3	36,8	55,1	63,0	64,1	64,0
Молоко	29,0	18,8	19,7	25,1	26,1	26,9
Яйця	33,8	49,5	60,1	58,2	53,4	53,9
Вовна	38,6	21,7	16,9	13,8	12,8	13,0
у т.ч. фермерські господарства						
Зернові та зернобобові	5,1	10,7	12,0	12,7	13,4	14,0
Цукрові буряки	5,7	8,9	8,4	6,0	6,9	7,4
Соняшник	10,0	15,6	17,8	19,4	19,4	19,3
Картопля	0,3	0,4	0,9	0,6	0,6	0,5
Культури овочеві	1,4	2,1	2,6	3,1	3,2	2,9
Культури плодові та ягідні	0,3	0,6	2,1	3,2	4,8	3,7
М’ясо (у забійній масі)	0,5	0,9	2,3	2,3	2,4	2,5
Молоко	0,5	0,7	1,0	1,7	1,8	1,9
Яйця	0,1	0,1	0,5	0,4	0,6	0,6
Вовна	0,3	2,2	3,1	3,0	2,7	2,8
Господарства населення						
Зернові та зернобобові	18,4	24,3	24,2	22,7	21,3	22,6

Вид продукції	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Цукрові буряки	12,2	21,5	7,9	7,5	4,7	4,4
Соняшник	12,5	21,2	17,5	14,6	13,9	13,4
Картопля	98,6	98,8	97,4	97,8	97,8	98,1
Культури овочеві	83,1	89,3	88,1	86,1	85,9	85,5
Культури плодові та ягідні	81,8	88,2	83,6	80,9	81,5	83,7
М’ясо (у забійній масі)	73,7	63,2	44,9	37,0	35,9	36,0
Молоко	71,0	81,2	80,3	74,9	73,9	73,1
Яйця	66,2	50,5	39,9	41,8	46,6	46,1
Вовна	61,4	78,3	83,1	86,2	87,2	87,0

Розраховано за даними Державної служби статистики України.

Господарства населення, без перебільшення, повною мірою забезпечують продовольчу безпеку держави сільськогосподарською продукцією, яка є трудомісткою. Так, у 2017 р. господарства населення виробили понад 98,1% картоплі, овочів – 85,5%, плодово-ягідної продукції – 83,7%, молока – 73,1%, м’яса (у забійній вазі) – 36% (табл. 3).

Забезпечуючи виробництво досить великих обсягів валової продукції, господарства населення є певними конкурентами сільськогосподарським підприємствам, хоча, мають обмежені можливості для застосування інноваційних технологій. Так, за підсумками державного статистичного спостереження, за 2017 р. частка ОСГ, що мали у приватній власності сільськогосподарську техніку, складала лише 19%, що в порівнянні з попереднім роком на 1,5% більше [2].

ОСГ мають істотний потенціал для розвитку вітчизняного сільського господарства. І за правильної державної політики у цій сфері вже найближчим часом можна домогтися не лише модернізації аграрної галузі, а й збільшення бюджетних надходжень. Проте, задля цього згадана категорія дрібних товаровиробників повинна змінити свій статус.

Крім того дрібнотоварне виробництво виконує важливу соціально-економічну функцію – забезпечує зайнятість сільського населення. Внаслідок активного розвитку агрохолдингових структур, які орієнтовані на виробництво нетрудомістких сільськогосподарських культур, відбуваються скорочення чисельності зайнятих у сільськогосподарських підприємствах та «перетік» селян із сфери колективного господарства в господарства населення, які з селянського господарства перетворюються на основну сферу зайнятості сільського населення.

Наведені дані засвідчують, що держава не може залишатись осторонь цієї багатомільйонної категорії виробників і має забезпечити підняття їх правового, податкового, соціального статусу на рівень, щонайменше не нижчий за інші категорії сільськогосподарських товаровиробників.

Таким чином, сьогодні невідкладним є пошук, допомога трансферу інноваційних досягнень в напрямки агропромислового розвитку, в ті сфери діяльності, де можливий швидкий старт, який спрямований не тільки на прибуток, а й вирішення соціальних питань сільських територій, екологізацію виробництва, забезпечення росту внутрішнього споживчого ринку й експортного потенціалу вітчизняної продукції.

Література:

1. Гуменюк І.Л. Особисті селянські господарства: роль у вітчизняній економіці та перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. № 9, Ч. 3. С. 34-38.

2. Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості в 2017 році. Статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 80 с.

3. Сільське господарство України – 2017. Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 245 с.

Дем'яненко Т.І., *к.е.н.,*
доцент кафедри економіки та організації
діяльності суб'єктів господарювання
Українська інженерно-педагогічна академія

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В фінансовій системі держави головною ланкою виступають фінанси підприємств, тому що вони функціонують в тій же сфері суспільного виробництва, де створюються матеріальні блага, валовий внутрішній продукт і національний дохід суспільства, а також формується основна частина фінансових ресурсів держави. Розподіл і перерозподіл матеріальних і духовних благ, які створюються, в грошовій формі здійснюється за допомогою фінансів шляхом створення цільових грошових фондів в відповідних підрозділах (ланках) національної економіки.

Використання фінансів дає можливість підприємствам сфери матеріального виробництва забезпечити безперервність процесу відтворення, вирішення виробничих, економічних та соціальних задач, формування централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів як на рівні держави, так і на рівні господарюючих суб'єктів.

Фінанси підприємств являють собою систему грошових відносин, які виникають в процесі отримання і розподілу грошових доходів і накопичень формування і використання відповідних фондів грошових коштів .

Матеріальною базою фінансів підприємств являється виробництво, тобто в процесі виробництва продукції, її продажу формуються відповідні доходи підприємств, фонди грошових коштів. Фінанси підприємств і виробництво взаємопов'язані між собою і впливають один на одного. Чим міцніша економіка підприємства, тим стійкіше їхнє фінансове становище. А отже, стійкість фінансового становища підприємства забезпечується зростанням виробництва і підвищенням його ефективності.

Призначення фінансів підприємств – забезпечити фінансовими ресурсами безперервність процесу виробництва господарюючих суб'єктів, розширення їх виробничих засобів (основних і оборотних), спричиняти активний вплив на зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, зростання накопичень і підвищення ефективності виробництва .

Фінанси є суттєвим складовим елементом системи управління економікою, тому без фінансів неможливо забезпечити індивідуальний оборот виробничих засобів на розширеній основі, запроваджувати науково-технічні досягнення, стимулювати інвестиційну діяльність, регулювати структурну перебудову економіки.

За умов ринкової економіки, коли підприємства вимушені самостійно розв'язувати проблеми фінансового забезпечення власної виробничо-господарської та інвестиційної діяльності, значно зростає роль фінансів підприємств. До найважливіших завдань останніх належить забезпечення стабільності економіки країни, а це досягається в процесі розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту як на рівні підприємств, так і на загальнодержавному рівні. На макроекономічному рівні фінанси підприємств забезпечують формування фінансових ресурсів країни через бюджет та позабюджетні фонди.

В ринкових умовах господарювання конкуренція є важливий механізм регулювання економічних процесів. Але низький рівень конкуренції та наявність монополії дає можливість продавцям установлювати й підтримувати більш високі ціни, ніж вони могли б дозволити собі за розвинутої конкуренції, а це призводить до застою у виробництві, до безробіття і в кінцевому рахунку – до соціально-економічної та політичної нестабільності [2].

Конкурентоспроможність підприємства можна забезпечити правильною організацією управління фінансами: рухом фінансових ресурсів та фінансовими відносинами. Зміст фінансового менеджменту полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства.

Фінансовий механізм підприємства – це система управління фінансами, призначена для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів з метою оптимізації їхнього впливу на кінцеві результати його діяльності. Оптимальна взаємодія фінансових відносин досягається використанням усіх фінансових категорій (виручка, прибуток, амортизація, оборотні кошти, кредит, бюджет, податки), нормативів, різного роду стимулів, пільг, санкцій та інших фінансових важелів.

До головних завдань фінансового менеджменту належать: виявлення фінансових джерел розвитку виробництва; визначення ефективних напрямків інвестування фінансових ресурсів; раціоналізація операцій із цінними паперами; налагодження оптимальних стосунків із фінансово-кредитною системою, суб'єктами господарювання.

Значення управління фінансами підприємств полягає в такій організації роботи фінансових служб, яка дає змогу залучати додаткові фінансові ресурси на найвигідніших умовах, інвестувати їх із найбільшим ефектом, проводити прибуткові операції на фінансовому ринку [3].

Фінансам підприємств як складовій фінансової системи належить визначальне місце у структурі фінансових відносин суспільства. Вони функціонують у сфері суспільного виробництва, де створюються валовий внутрішній продукт, матеріальні та нематеріальні блага, національний дохід – основні джерела фінансових ресурсів. Саме тому від стану фінансів підприємств залежить можливість задоволення суспільних потреб, фінансова стійкість країни.

Перехід до ринкової економіки зумовлює посилення ролі фінансів підприємств у системі господарювання. Фінансовий стан, платоспроможність підприємств визначаються раціональною організацією фінансів. Організація фінансової діяльності підприємства має бути побудована так, щоб це сприяло підвищенню ефективності виробництва.

Функціонування фінансів підприємств здійснюється не автоматично, а за допомогою цілеспрямованої їх організації. Під організацією фінансів

підприємств розуміють форми, методи, способи формування та використання ресурсів, контроль за їхнім оборотом для досягнення економічних цілей згідно з чинним законодавчими актами.

Базою для обґрунтування і прийняття оптимальних управлінських рішень може бути тільки глибокий комплексний аналіз діяльності підприємства. У ході такого аналізу всі сторони діяльності підприємства оцінюються з позицій досягнення максимального можливого економічного результату (а саме – прибутку, рентабельності) за рахунок оптимального ефективного (зокрема, ліквідності, уникнення ризику банкрутства) використання наявних ресурсів, насамперед, фінансових [1].

В умовах ринкової економіки є потреба від підприємства у підвищенні ефективності виробництва, конкурентоздатності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом, активізації підприємництва.

Важлива роль у реалізації цієї задачі приділяється аналізу фінансового стану підприємств. За допомогою аналізу фінансового стану 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, його підрозділів і робітників.

Неритмічність виробничих процесів, погіршання якості продукції, труднощі з її реалізацією призводять до зменшення надходження коштів на рахунки підприємства, в результаті чого погіршується його платоспроможність. Існує і зворотний зв'язок, оскільки брак коштів може призвести до перебоїв у забезпеченні матеріальними ресурсами, а отже і у виробничому процесі. Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства. Саме цим зумовлюється

необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану будь-якого підприємства є його фінансова стійкість. Вона пов'язана із ступенем залежності від кредиторів і інвесторів та характеризується співвідношенням власних і позикових коштів, тобто під фінансовою стійкістю підприємства розуміють забезпечення запасів і витрат джерелами коштів для їх формування.

Фінансова стійкість підприємства - це таке його становище, коли вкладені в підприємницьку діяльність ресурси окупаються за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечує самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів. Визначається фінансова стійкість відношенням вартості матеріальних оборотних активів (запасів та витрат) до величини власних та позикових джерел коштів для їх формування.

Література.

1. Бикова В. Г. Оцінка та управління фінансово-економічним потенціалом підприємств загальнодержавного значення: монографія / Бикова В.Г. – Д.: Наука і освіта, 2008. – 180 с.
2. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Бланк І.О. – К.: Ельга, 2008. – 722 с.
3. Борко Ю. Л. Зростання фінансово-економічного потенціалу підприємств в умовах впровадження інтелектуальної власності / Ю.Л. Борко // Економіка і організація управління. – Донецьк, 2008. – Вип. 3. – С. 103–109.

Білявська Ю.В , *к.е.н.,*
доц. кафедри менеджменту
Київського національного торговельно-економічного університету
Богач К.В., *студентка ФЕБА*
Національного авіаційного університету

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ БЕНЧМАРКІНГУ НА РИНКУ ВИРОБНИЦТВА СУПУТНІХ ТОВАРІВ

В наш час існує багато підприємств, які мають проблеми з розвитком. Причиною цієї обставини є не складності зі збутом виробленої продукції, а те, що сам суб'єкт господарювання не може адаптуватися до змін умов ринкового середовища, а саме: налагодити ефективну систему постачання необхідних ресурсів, підібрати та сформувати кваліфікований штат персоналу, використовувати маркетинговий підхід в управлінні підприємством, розробити ефективну товарну стратегію та постійно оновлювати і розширювати асортимент виробленої продукції. Тому, саме ці чинники і формують конкурентоспроможність підприємства.

Слід зазначити, що основним у виявленні конкурентних переваг є саме дослідження підприємств, що виробляють супутні товари. Основним інструментом для таких порівнянь є концепція бенчмаркінгу. Оскільки, високого рівня конкурентоспроможності досягають підприємства, що постійно вдосконалюються, використовуючи багатофункціональну складову. Сутність концепції зводиться до того, що менеджмент підприємства досліджує будь які операційні процеси компанії конкурента, які організовані на більш якісному рівні (тобто, проводиться комплексний аналіз, відбувається порівняння та впровадження позитивного досвіду на підприємстві). Слід відзначити, що головною особливістю концепції бенчмаркінгу є саме адаптація принципів, що використовуються в бізнес-процесах на інших підприємствах. У разі, якщо менеджмент не приділить гідної уваги особливостям функціонування власного підприємства і не перейме досвід компанії-конкурента без його адаптації, може виникнути велика ймовірність того, що підприємство не отримає очікуваного результату,

оскільки залишиться не врахованою специфіка його функціонування. Тому, для більш якісного порівняння двох вищезазначених моделей необхідне чітке розуміння принципів їх роботи, у іншому випадку якісних показників зорієнтованих на сталий розвиток підприємства досягти буде доволі проблематично.

Необхідно відзначити, що перед початком порівняння на підприємстві має бути проведений моніторинг власних операційних процесів з врахуванням таких видів бенчмаркінгу, як:

- *внутрішнього* – що доступний для будь якого підприємства, оскільки порівняння проводиться безпосередньо в його внутрішньому середовищі, між двома процесами, один з яких є успішним, а інший – ні. Після проведеного порівняння визначаються подальші напрямки щодо поліпшення.
- *конкурентного*, тобто порівняння із прямими конкурентами. Основною проблемою такого виду порівняння є те, що досить складно отримати конфіденційну інформацію про конкурентів, оскільки така інформація має обмежені права доступу. Зазвичай, вона отримується за допомогою неофіційного інструментарію, такого як: намагання отримати у незаконний спосіб інформацію, промисловий шпіонаж тощо.
- *функціонального* – за одиницю порівняння приймаються різносторонні підходи до ведення бізнесу. За зразок, зазвичай, обирається господарська діяльність не свого безпосереднього конкурента, а підприємства, що здійснює свою господарську діяльність в абсолютно іншій сфері.
- *усередненого* – для порівняння обираються декілька успішних підприємств з різних сфер господарювання, у яких визначаються найефективніші підходи та інструменти впливу. В абсолютно кожного підприємства можна виділити цінний досвід, який, в свою чергу, можна буде запозичити в практику ведення бізнесу, наприклад, визначити основні принципи господарювання та успішно використовувати їх у своїй діяльності.

Як наслідок, після виявлення найбільш успішних процесів на підприємстві розробляється стратегічний план необхідних змін. На кожному етапі якого має бути проведений детальний аналіз запропонованих рекомендацій,

оскільки деякі бізнес-процеси й управлінські рішення одного підприємства не працюються на іншому, або просто не дають очікуваного ефекту. Тому, слід визначати подібні загрози, якомога раніше. Стисло основні види аналізу концепції бенчмаркінгу можна визначити таким чином (табл. 1).

Таблиця 1

Основні види аналізу концепції бенчмаркінгу

Бенчмаркінговий аналіз	
Внутрішній бенчмаркінг	**Бенчмаркінг конкурентноздатності**
Порівняння ефективності підрозділів всередині підприємства	Порівняння ефективності господарської діяльності підприємства з безпосередніми конкурентами
Функціональний бенчмаркінг	**Загальний бенчмаркінг**
Порівняння ефективності використання певного інструментарію на підприємстві відносно підприємства-конкурента	Порівняння ефективності використання певного інструментарію на підприємстві відносно підприємств в інших галузях

На думку експертів, топ-менеджерів та керівників провідних компаній світу, цей вид порівняння є дієвим та результативним інструментом позиціонування підприємства [1, с.132]. Концепція бенчмаркінгу навіть застосовується для порівняння між країнами. Слід зазначити, що в Україні, за нинішньої політичної та економічної ситуації застосування вищезазначеного інструменту є просто необхідним і дуже нагальним. Здійснюватись він має у такій послідовності, як [2, с.16]:

- планування бенчмаркінгового дослідження;
- формування бенчмаркінгового альянсу;
- організація бенчмаркінгового дослідження;
- збір та аналіз інформації щодо бенчмаркінгового дослідження;
- реалізація результатів бенчмаркінгового дослідження;
- оцінка ефективності бенчмаркінгового дослідження;
- інституалізація концепції бенчмаркінгу.

Щодо строків реалізації, то ефективне бенчмаркінгове дослідження має тривати протягом 6 місяців [3]. Персонал, що ним займається має усвідомити, просту істину, що короткого або простого шляху бути не може. Тому, успіх порівняння залежить від суворого дотримання послідовності реалізації процесу для обох підприємств. Слід відмітити, що на вітчизняних суб'єктах господарювання він ускладнюється такими обставинами, як відсутність бенчмаркінгової системи та недостатній розвиток інформаційних маркетингових систем. Причин такої ситуації є доволі багато, але слід виділити одну фундаментальну – інформація про діяльність підприємств, переважно, не оприлюднюється. Основною причиною цього явища можна визначити те, що в Україні майже немає підприємств, яким немає нічого приховувати [4].

Таким чином, концепція бенчмаркінгу не може бути одноразовим явищем, для досягнення максимального ефекту в роботі підприємства воно має бути системним. Тому на підприємствах треба створювати спеціальні підрозділи з питань проведення бенчмаркінгового аналізу. Підсумовуючи все вищесказане можна узагальнити, що концепція бенчмаркінгу допомагає: зрозуміти роботу провідних компаній світу, підвищити результати господарської діяльності, зменшити витрати виробництва, підвищити прибутковість, оптимізувати структуру витрат та обрати потрібну стратегію розвитку, що особливо є актуальним для сталого розвитку економіки України.

Література:

1. Рейдер Р. Бенчмаркинг, как инструмент определение стратегии и повышение прибыли / Р. Рейдер. — М. : РИА «Стандарты и качество», 2007. — 248 с.

2. Білявський В.М. Формування концепції бенчмаркінгу в процесі трансформації євроінтеграційних пріоритетів в економіці Україні / В.М. Білявський // Глобальні соціально-економічні трансформації в XXI столітті : матеріали III наук.-практ. круглого столу. — К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченко, 2016. — С. 15–17.

3. Білявська Ю.В. Використання бенчмаркінгу в операційному процесі туристичного підприємства / Ю.В. Білявська // Вісник Полтав. ун-ту екон. і торг. — 2014. — № 2 (64). — С. 78–84.

4. Білявський В.М. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств / В.М. Білявський // Вісник нац. ун-ту «Львівська політехніка». — 2017. — Вип. 862. — С. 10–18.

Боднар М. В., *магістр*
Львівський національний університет імені Івана Франка
Науковий керівник – Дубик В.Я., к.е.н.,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів
Львівський національний університет імені Івана Франка

ВПЛИВ ПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

Прямі податки – це податки, що стягуються в результаті придбання й акумуляції, матеріальних благ, які залежать від доходу або майна, і платниками яких безпосередньо є власники цих доходів або майна. Вони на відміну від непрямих, майже не впливають на ціни, але зменшують доходи платників, тим самим впливаючи на обсяги інвестиційного і споживчого попиту.

Податковим Кодексом України передбачено такі прямі податки: податок на доходи фізичних осіб (18%); податок на прибуток підприємств (18%); єдиний податок; податок на майно (плата за землю); рентну плату [1]. Зазначимо, що в Україні застосовується пропорційна шкала оподаткування, тобто ставка, наприклад, податку на прибуток, не залежить від його розміру.

На сьогоднішній день прямі податки є основою податкових систем у розвинутих країнах світу, адже вони мають значні переваги порівняно із непрямими, однією з яких є те, що пряме оподаткування дає можливість державі впливати на економічні процеси (інвестиційну активність, накопичення капіталу, сукупне споживання, ділову активність [2, с.66].

Водночас науковці вказують на ряд фіскальних недоліків притаманних прямому оподаткуванню, наявність яких значною мірою зумовлює нестабільність податкових надходжень, а також складність у побудові та відпрацюванні механізму взаємодії між платниками та державою в процесі адміністрування та справляння відповідних платежів. Нестабільність системи прямого оподаткування як за видами податків, базою оподаткування, податковими ставками, так і за методами обчислення податків, термінами їх сплати, а також громіздкість податкового законодавства негативно впливають

на діяльність суб’єктів господарювання, оскільки, з одного боку, ускладнюють планування основних фінансових показників (виторг, прибуток), а з іншого, – призводять до значних штрафних санкцій.

Прямі податки чинять вплив на фінансовий стан підприємства-платника, адже через пряме оподаткування держава вилучає у суб'єктів господарювання частину його коштів, звужуючи тим самим його фінансові можливості. Потрібно врахувати, яким чином кожен податок впливає на показники фінансово-господарської діяльності підприємства, а саме на обсяг реалізації, собівартість продукції, прибуток, а відтак – на платоспроможність, фінансову стійкість, мобілізацію оборотних коштів підприємства.

У зв’язку з цим доцільно визначити рівень податкового навантаження на підприємство. Варто відзначити, що існують різні підходи до його розрахунку. У макроекономічному масштабі податкове навантаження відображає ефективність податкової політики, тобто кількісно вимірює сукупний вплив податкових платежів на джерела їхньої сплати. У міжнародній практиці цей показник визначається як відношення фактичних податкових надходжень у зведений бюджет до обсягу ВВП [3, с. 337].

За цим методом визначатимемо рівень податкового навантаження в Україні по основних трьох прямих податках, результати розрахунку наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Показники вимірювання податкового навантаження в Україні

Показники	**Роки**						
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
Рівень бюджетного податкового навантаження, %	24,9	24,7	23,5	22,7	25,6	27,3	32
Податок на прибуток підприємств, млрд. грн.	55,097	55,793	54,994	40,201	39,053	60,223	73,397
Податкове навантаження з ППП, %	4,2	4	3,8	2,6	2	2,5	2,8

Складено на основі [4–6].

Отже, протягом останніх семи років рівень бюджетного податкового навантаження на підприємства збільшився на 5,1%. Проте податкове

навантаження з податку на прибуток має тенденцію до зниження (на 1,4%). Найбільший податковий тиск серед прямих податків здійснює податок на доходи фізичних осіб, найменший – рентна плата.

Сьогодні лише 5% компаній в Україні сплачують податок на прибуток підприємств, що пояснює низькі доходи від цього податку по відношенню до ВВП. Надходження від податку на прибуток в український бюджет на 2018 рік передбачені в розмірі 81,8 млрд. грн. при загальному розмірі доходів 913,6 млрд. грн. Тобто, податок на прибуток підприємств забезпечує приблизно 9% наповнення дохідної частини держбюджету.

Порівняно з іншими країнами, номінальний рівень податкового навантаження в Україні не більший, ніж у США, Канаді, Великобританії та Німеччині, проте реальне податкове навантаження, яке враховує ще й віддачу податкової системи, тобто рівень задоволення потреб платників за рахунок податків є значно більшим [9, с.56].

Загальне податкове навантаження в Україні становить 37,8%, в Європейському Союзі - 40,5%, тоді як загальний світовий показник - 39,6%. Позитивний тренд Україна показує відносно кількості податкових платежів на рік – їх п'ять, за середнього показнику в світі – 24, в ЄС – 12. Водночас на підготовку і подання податкової звітності в Україні в середньому затрачається більше годин, аніж в інших країнах [10].

На даний час тривають пошуки удосконалення і оптимізації застосування податку на прибуток. 13.03.2018 Кабінет Міністрів України схвалив законопроект «Про внесення змін до Податкового кодексу про податок на виведений капітал». У Мінфіні вважають, що запровадження податку на виведений капітал замість податку на прибуток стане стимулом для бізнесу реінвестувати кошти у виробництво та розвиток. Це також має спростити правила оподаткування та процедуру адміністрування і покращити інвестиційний клімат в країні. Ставки податку передбачено дві: 15 % – з операцій з виведення капіталу безпосередньо власникам (дивіденди та інші прямі виплати в грошовій та натуральній формі, навіть якщо вони не оформлені

як дивіденди) та 20 % – з операцій, які прирівнюються до виведення капіталу, і для донарахувань.

Ідея податку на виведений капітал не нова. Ця модель оподаткування з 2000 року в Естонії, яка в рейтингу Doing Business за легкістю ведення бізнесу посідає 12 місце (для порівняння, Україна – 80-е).

До переваг такої моделі оподаткування відносять:

1) створюються стимули для ділової та інвестиційної активності (як показав досвід Естонії, до країни відразу збільшився приплив іноземних інвестицій);

2) у підприємств немає необхідності занижувати фінансовий результат, а отже, фінансова звітність підприємств може стати більш прозорою й привабливою для інвесторів і банків;

3) податкові зобов'язання легко перевіряти, адже операції, що віднесені до об'єкта оподаткування, складно приховати.

Проте досвід Естонії виявив такі небезпеки:

1. Варто відмітити, що податок на виведений капітал, крім Естонії, не діє в жодній іншій країні (у більшості розвинених економік світу справляється корпоративний податок, що є аналогом податку на прибуток).

2. Небезпека недоотримання надходжень до бюджету внаслідок заміни податку на прибуток підприємства (в Естонії так і відбулося: спочатку надходження від нового податку виявилися вдвічі менше, ніж від податку на прибуток).

Міністерство фінансів планувало впровадити систему оподаткування податком на виведений капітал з 2019 року, і внести у Верховну Раду відповідний законопроект разом з Бюджетною резолюцією. На даний момент, Президент відклав подання законопроекту про податок на виведений капітал до парламенту через позицію міжнародних партнерів (це може призвести до розірвання співпраці між Україною та її головним кредитором).

Отже, маніпулюючи ставками прямих податків, змінюючи порядок визначення бази оподаткування, держава має у своєму розпорядженні дієвий

інструмент впливу на фінансовий стан суб'єктів господарювання,його інвестиційні можливості. У свою чергу, підприємства повинні здійснювати податкове планування, щоб податкові платежі не впливали негативно на фінансовий стан.

Політика прямого оподаткування повинна бути направлена не тільки на виконання планових показників податкових надходжень, але й на стимулювання розширення діяльності суб'єктів господарювання, їх заохочення до реалізації фінансово-господарської діяльності в національно-стратегічних галузях економіки України, тобто в тих сферах, які особливо потребують державної підтримки та, які є і можуть стати спеціалізацією національної економіки на світовому ринку.

Значною перешкодою, яка гальмує розвиток підприємницького сектору є також постійні зміни податкового законодавства, задля подолання якої необхідна оперативна підтримка та інформування суб'єктів господарювання податковими органами для координації фінансово-господарської діяльності підприємств та недопущення ухилень або помилок при сплаті податків через недостатню обізнаність щодо нових змін. Постійні зміни в законодавстві також виступають негативним фактором.

Питання побудови ефективної та адекватної умовам сьогодення системи прямого оподаткування завжди було і залишається актуальним. Адже оптимально налагоджена система оподаткування має виконувати не тільки фіскальну функцію, але і стати потужним стимулом для розвитку економіки, комфортного ведення бізнесу та покращення інвестиційного клімату в країні.

Література:

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI із змінами та доповненнями. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

2. Плескач В. Л. Удосконалення податкового механізму на основі супроводу змін до норм податкового законодавства / В. Плескач // Банківська справа. – 2013. – №7. – С. 75-93.

3. Бойко А.А. Податкове навантаження як критерій ефективності податкової політики /А.А. Бойко // Збірник студентських наукових праць. – Одеса. – 2013. – № 2. – С. 334–341.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.
5. Доходи бюджету України – Ціна держави [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://cost.ua/budget/revenue/
6. Фінансовий портал Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://index.minfin.com.ua/index/gdp/.
7. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році» від 24.12.2015 р. № 909-VIII.
8. Paying Taxes 2016. The global picture / World Bank Groupand PwC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.doingbusiness.org/reports/thematic-reports/paying-taxes/
9. Крисоватий А.І. Домінанти гармонізації оподаткування: національні та міжнародні вектори : [монографія] / А.І. Крисоватий, В.А. Валігура. – Тернопіль : Підручник і посібник, 2010. – 248 с
10. Сайт Українська правда. [Електронний ресурс]: https://www.epravda.com.ua/news/2017/11/21/631393/

Аношин В. Ю., *магістр*
Львівський національний університет імені Івана Франка
Науковий керівник – Дубик В.Я., к.е.н.,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів
Львівський національний університет імені Івана Франка

ФІНАНСОВА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ ВПЛИВУ НА СТАНОВЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Фінансова глобалізація як стійка закономірність розвитку світового господарства надає світовій економічній системі, з одного боку, цілісності, завершеності та внутрішньої єдності, а, з другого, - обумовлює поглиблення розриву в економічному розвитку країн та зростання нерівномірності у розміщенні на їх території світових ресурсів. Основою ресурсного потенціалу залишаються не тільки енергоносії, а і капітал, який розподіляється та перетікає у відповідності до економічного розвитку тієї чи іншої країни світу.

Таким чином, фінансова глобалізація стає постійно діючим чинником внутрішнього і міжнародного економічного життя, вона знаменує завершення першого, початкового етапу формування економічної єдності світу, його господарської цілісності за всієї розмаїтості та гетерогенності складових і підсистем світового господарства.

Процес фінансової глобалізації охоплює різні сфери світової економіки, а саме: зовнішню, міжнародну, світову торгівлю товарами, послугами, технологіями; об'єкти інтелектуальної власності; міжнародний рух факторів виробництва (робочої сили, капіталу, інформації); міжнародні фінансово-кредитні і валютні операції (безплатне фінансування і допомога, кредити і позики суб'єктів міжнародних економічних відносин, операції з цінними паперами, спеціальні фінансові механізми й інструменти, операції з валютою); виробниче, науково-технічне, технологічне, інжинірингове й інформаційне співробітництво.

Фінансова глобалізація та інтеграція — це багаторівневі явища, що торкаються: регіональної, національної економіки (макрорівень); товарних, фінансових і валютних ринків, ринків праці (мезорівень); малого та середнього бізнесу (мікрорівень).

На мікроекономічному рівні фінансова глобалізація виявляється в розширенні діяльності компаній за межами внутрішнього ринку. Особливої ваги в цьому контексті набуває розвиток регіонального малого та середнього бізнесу. Більшості сучасних підприємств доводиться діяти в глобальних масштабах: їх ринком стає будь-який район з високим рівнем споживання, вони повинні бути здатні задовольнити попит споживачів скрізь, незалежно від кордонів і національної приналежності. Компанії мислять у глобальних категоріях покупців, технологій, витрат, постачань, стратегічних альянсів і конкурентів. Різні ланки і стадії проектування виробництва і збуту продукції розміщуються в різних країнах та уніфікуються в міжнародному масштабі. Створення і розвиток фірм малого і середнього бізнесу в умовах фінансової глобалізації дозволяє обійти безліч бар'єрів (за рахунок використання

трансфертних постачань, цін, сприятливих умов відтворення, кращого знання ринкової ситуації, додавання прибутку).

Відтак, зазначимо, що для нормального розвитку малого та середнього бізнесу необхідні фінансові ресурси. Тому, нагальною потребою стає формування єдиного глобального світового економічного, правового, інформаційного, культурного простору для вільної й ефективної підприємницької діяльності всіх суб'єктів господарювання, створення єдиного планетарного ринку товарів і послуг, капіталів, робочої сили, економічне зближення й об'єднання окремих країн в єдиний світовий господарський комплекс.

Фінансову глобалізацію розуміють як вільний та ефективний рух капіталів між країнами та регіонами, функціонування глобального ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізацію глобальних фінансових стратегій розвитку регіонального малого та середнього бізнесу і транснаціональних банків.

Однак, враховуючи стан банківської системи, не всі українські банки ведуть гнучку кредитну політику щодо клієнтів малого і середнього бізнесу. Тоді, як Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) є чи не найуспішнішим гравцем на фінансовому ринку у питаннях підтримки приватного сектора у країнах СНД та Центральної Європи. Тому, така підтримка для українського малого та середнього підприємництва є вкрай важливою. Зазначимо, що ще у вересні 2002 року ЄБРР започаткував нову стратегію співпраці, де окремим напрямом визначалася підтримка власне малого бізнесу.

Загалом, в Україні існували та існують можливості для ефективного розвитку різних галузей народного господарства і розвитку малого та середнього бізнесу. Відтак, економіка України в майбутньому може бути зорієнтована на розвиток та нарощування виробничих потужностей та експортного потенціалу галузей народного господарства, так як ресурсний потенціал є достатнім, а можливості його ефективного використання залежать

від злагодженості та систематизації складових стратегій розвитку малих та середніх підприємств на основі інвестиційно-інноваційного розвитку.

Отже, завдяки впливу процесів фінансової глобалізації, інтеграції та регіоналізації вплив світової спільноти на розвиток вітчизняного малого та середнього бізнесу значно підсилився завдяки інституціоналізації його підтримки. Про це свідчить практика створення спеціалізованих банківських установ, утворених за участю міжнародних організацій. Проте, на сьогоднішній день ще тільки іде пошук оптимальних форм фінансування підтримки малого та середнього бізнесу.

Література:

1. Дубик В.Я. Вплив фінансової глобалізації на економічну безпеку національної фінансової системи / В.Я. Дубик, Б.А. Карпінський, О.П. Буряк // Вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2013. – Вип. 23.8. – С. 177–184

2. Дубик В.Я. Фінансова глобалізація в контексті зрушень у національних фінансових системах: еволюційний підхід / В.Я. Дубик, Б.А. Карпінський, О.П. Буряк // Вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2013. – Вип. 23.10. – С. 150–158

3. Бюджетно-податкова політика активізації підприємництва в Україні: кол. моногр./ [Ситник Н.С., Ватаманюк-Зелінська У.З.,Стасишин А.В., Дубик В.Я. та ін.]; під заг. ред. д.е.н. Ситник Н.С.– Львів :«Сполом», – 2016. – Ч 1. – 412 с.

Новік І.О., *к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут*

Курченко А. А., *студент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету Харківський політехнічний інститут*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Зараз для України постало надзвичайно важливе питання: у якому напрямку рухатися та як розвиватися? Сучасній світ не можливо уявити без

інновацій. Вони невимовно впливають на всіх нас і тому усі розвинені країни вкладають надзвичайно великі гроші у розробку та розвиток інноваційних проектів. Перейнявши досвід розвиненого світу Україна теж обрала інноваційний напрямок розвитку [1].

Нажаль є дуже багато негативних зовнішніх на внутрішніх факторів, що гальмують розвиток нашої країни у цьому напрямку. Найважливіші фактори наведені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Фактори	Зовнішні	Внутрішні
Політичні	Недовіра та невпевненість зарубіжних інвесторів у політичній ситуації в Україні.	Війна на Сході України. Недовіра населення уряду країни.
Економічні	Велика заборгованість країнам Євросоюзу.	Постійна інфляція. Знецінення національної валюти.
Соціальні	Інші країни приваблюють українців більшими заробітними платами, тому велика часта громадян виїзде закордон на заробітки.	Соціальна незахищеність громадян України. Постійне зниження умов життя.

Здійснюючи політику регулювання і стимулювання інноваційного розвитку, держава змушена постійно вирішувати проблему балансу розподілу суспільних ресурсів. Традиційна дилема суспільного вибору встановлення співвідношення між виробництвом продукції споживчого і виробничого призначення перетворюється сьогодні на тріаду "гармати, масло чи наука". Саме через нестабільну політичну ситуацію Україна вимушена виділяти величезні суми на воєнну техніку та оснащення. Вкладаючи кошти в стимулювання споживчого попиту, суспільство відволікає їх від інвестиційного й інноваційного напрямів. Рішення про виділення коштів на реалізацію інноваційних проектів веде до зменшення обсягів споживання, поточного виробництва та інвестування. Але, як зазначав ще М. Туган-Барановський, у довгостроковій перспективі саме технологічні зміни формують сукупний попит [2].

Зараз багато польських середніх підприємств переносять своє виробництво до України. Наша країна може стати потужним "субпостачальником" на європейські ринки – як зробили Болгарія і Румунія. Але сьогодні відносини з Польщею погіршуються, тому тут є деякі ризики [3].

Отже, вкладаючи кошти в інновації, суспільство закладає основи довгострокової стратегії формування внутрішнього ринку товарів споживчого та виробничого призначення. Слабке впровадження високих технологій, відсутність інноваційної інфраструктури, низька інноваційна активність – все це унеможливлює характеризувати будь-який з регіонів України як високотехнологічний [4]. Хоча інноваційність все-таки є визначальною характеристикою сучасних науково-технічних, виробничих, соціально-економічних та суспільних процесів нашої держави.

Україна зараз повинна виділяти досить велику частку свого бюджету на розвиток інновацій та введення їх на ринок. У нашій країні надзвичайно велика кількість високоякісних фахівців та вчених у області інновацій. На жаль, вони практично не використовуються в Україні, тому що немає внутрішнього попиту на інтелект і нове знання, немає інфраструктури, яка цей попит забезпечить. Інтелект і знання є одним з головних резервів країни, причому єдиним відновлюваним ресурсом. Країна повинна готувати якісних фахівців не тільки на експорт, а й для внутрішнього ринку. Також на сьогодні існує дуже багато підприємців, які повинні закривати свій бізнес через неможливість чи невміння правильно вводити інновації. Україна повинна розвиватися у цьому напрямку й це призведе до зростання рівня життя населення й до зростання поваги до нашої країни.

Література:

1. Арутюнян С.С. Інноваційна складова нової моделі економічного розвитку України у посткризовий період / С.С. Арутюнян, Р.Р. Арутюнян // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691. – С. 253–257

2. Геєць В.М.Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В.М. Геєць // НАН України, Ін - т екон. та прогнозув. – К., 2009. – 864 с.

3. Гросул В.А. Проблеми інноваційної діяльності в Україні / В.А. Гросул // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1 (3).– Т. 1. – С. 76–82.

4. Данік Н.В. Інноваційний розвиток економіки України / Н.В. Данік // Всеукраїнський науково-виробничий журнал Інноваційна економіка – 2012. – № 2 (28). – С. 36-39.

Волошина О.С., *студентка кафедри менеджменту,*
Київський національний торговельно-економічний університет
Науковий керівник – Білявська Ю.В., к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту,
Київський національний торговельно-економічний університет

STORYTELLING ЯК СПОСІБ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

У сфері управління сторітеллінг завжди розглядається в діяльнісному аспекті як специфічний інструмент спілкування між людьми та залучення їх до будь-якої справи. Значення сторітеллінгу в його прикладній спрямованості, завжди ліпше відбувається закріплення образу діяльності, цінностей, норм, правил тощо, якщо відбудувати цей образ наративно (від лат. narrare – “мовний акт”) [1, с.92]. У такому випадку магістранти засвоять цінність, що надається зовні як особистісну. Техніку “оповідання історій” використовують, перш за все, в педагогіці, психології, управлінні. При цьому організовують цей вплив на основі зворотного зв’язку − рефлексивного механізму. Сторіллінг спрямовано на “захоплення” уявлення магістранта, визволення його емоцій. Ефективність цього методу обумовлено виникненням у магістранта ланцюжка “емоція-висновок-дія” [2].

Storytelling – розповідання історій, яке використовується менеджерами та керівниками компаній для мотивації працівників та досягнення певних цілей.

Цю методику розробив Девід Армстронг, він є главою корпорації Armstrong International. У процесі створення сторітеллінга, Девід Армстронг враховував такі психологічні фактори : розповіді значно легше сприймаються, вони більш цікаві, ніж логічні аргументи і сухі міркування.

Основні функції storytelling.

1. Мотиваційна. Це спосіб переконання працівників, який дає змогу надихнути їх на прояв ініціативи в робочому процесі.

2. Об’єднуюча. Історії є інструментом розвитку дружніх, колективних міжособистісних стосунків у колективі.

3. Комунікативна. Історії здатні підвищити ефективність спілкування на різних рівнях.

4. Інструмент впливу. Дозволяє не директивно впливати на персонал та формувати в них суспільно корисні переконання.

5. Утилітарна. Один із найпростіших способів донести до інших зміст завдання або проекту.

Дослідження британських учених довели, що storytelling є більш ефективним засобом презентації будь – якої інформації. В Великобританії мистецтво storytelling набрало велику популярність, що внаслідок з’явилося ″ Товариство сторітелінгу″ (Society for Storytelling), де проводиться велика кількість конференцій та семінарів.

Таким чином, сторітеллінг можна визначити одночасно і як науку, і як мистецтво. Він поєднує в собі і психологічні, і управлінські аспекти. Успішний оповідач, як і наставник, присвячує навчанню багато часу і сил - адже тільки в цьому випадку сторітеллінг стає ефективним методом управління корпоративною культурою компанії та неформального навчання.

Відповідальним за написання і правильне поширення історій і міфів серед співробітників може бути хто завгодно в компанії - починаючи від менеджера з персоналу або фахівця з внутрішнього піару і закінчуючи генеральним директором. У російських компаніях зазвичай не існує офіційної посади "головного по розповідання історій". При організації корпоративних конкурсів співробітники самі створюють історії та міфи, менеджерам необхідно лише їх зберігати, відсівати, коригувати та сприяти поширенню. Зазвичай в компанії одночасно циркулює велика кількість найрізноманітніших історій. Важливо, щоб нові історії були звернені не тільки в минуле, і в них з'являлися сучасні герої. Необхідно вміти аналізувати "шари" історій, упорядковувати і просувати

їх далі. Ті історії, які виділяються менеджерами і поширюються далі у внутрішній і зовнішній середовищі, згодом стають ключовими історіями компанії.

Отже, Зараз до storytelling прикута велика увага. По – перше, сьогодні спілкування все більше йде у віртуальному середовищі. Реальне спілкування стає предметом розкоші, таким собі мистецтвом, якому треба знову навчати дорослих, і до якого необхідно повертатися. По – друге, в епоху надлишку товарів і послуг більшою популярністю буде користуватися товар з історією. Є просто молочний шоколад, але приємніше їсти шоколад, до складу якого входить молоко корів, які паслися на залитими сонцем альпійських луках. Але на даний момент storytelling більше практикується закордоном ніж в Україні. Наявність дружнього і мотивованого колективу – це успіх компанії. Також керівництво повинно вміти розвивати культуру знань, приділяючи увагу організаційним традиціям, нормам, цінностям. Більш ефективно управляти мотивацією та процесом навчання. Отримати простий інструмент для того, щоб контролювати проблеми в організації. Найголовніше це правильна подача історій. Є ймовірність, що в найближчому майбутньому в Україні почнуть відкриватися школи мистецтва сторітелінга. Щоб майбутнім керівникам було легше організувати роботу персоналу.

Література:

1. Нарративная психотерапия: от дебатов к диалогу / Е.С. Жорняк // Московский психотерапевтический журнал / ред. Т.В. Снегирева, Ф.Е. Василюк. – 2001. – №3 июль-сентябрь 2001. – с. 91-124.

2. Скворцов А. Сторителлинг [Электронный ресурс]. – Режим доступу: URL: http://www.mercator.ru/articles/ article.php?articleID=58.

Завидівська О. І., *к.е.н., доцент,*
доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівський державний університет фізичної культури
Нич В. Ю., *магістрант*
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»

РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Головним елементом досягнення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору економіки України є їх кадровий потенціал. Розвиток аграрного підприємства та підвищення його конкурентоспроможності значною мірою залежить від сформованості кадрових ресурсів та перспективи розвитку кадрового потенціалу працівників.

Дане питання є актуальним сьогодні, оскільки багато українських аграрних підприємств стикаються із проблемою нестачі кваліфікованих працівників. Тому, щоб прийняти правильні та ефективні управлінські рішень, потрібно брати до уваги не тільки техніко-технологічну оснащеність чи фінансову стабільність підприємства, а й здібності, навики, вміння, знання, досвід, компетенції та можливості працівників аграрної сфери.

Для України, яка стала на шлях ринкової економіки, сільське господарство має особливо велике значення тому, що воно є однією з найбільших галузей народного господарства. Понад 80% фонду споживання формується саме за рахунок продукції сільського господарства.

Проте навіть ця галузь, де працює найбільша кількість компаній світового рівня, завжди відчуває брак кадрів. Саме це одна із найголовніших проблем АПК в останні роки. У тваринницьких і рослинницьких господарствах завжди не вистарчає механізаторів, ветлікарів, зоотехніків, менеджерів з продажу, якщо компанія займається реалізацією продукції для сільгоспсектору та грамотних управлінських кадрів.

Відтворення кадрового потенціалу сільського господарства є одним із пріоритетних завдань аграрної політики. Процеси відтворення стосуються як

кількісних, так і якісних характеристик трудових ресурсів і, насамперед, за рахунок «омолодження» села [1].

На основі даних Державної служби статистики по міському та сільському населенню зроблено такі висновки [2]:

- кількість економічного активного міського населення в 2016 році складала 12 276,1 тис. осіб, а в 2017 склала 12 262 тис. осіб, що свідчить про зменшення кадрового персоналу;
- по сільському населенню – статистика свідчить про збільшення кількості зайнятих людей на підприємствах. У 2016 році вона складала 5 546,1 тис. осіб, а в 2017 році – 5 509,9 тис. осіб.

Кількість зайнятого населення у міській та сільській місцевості поступово зростає, що є позитивною тенденцією, однак кількісно зростання є незначним. Кількість зайнятих у містах значно перевищує аналогічний показник у селах (рис. 1.)

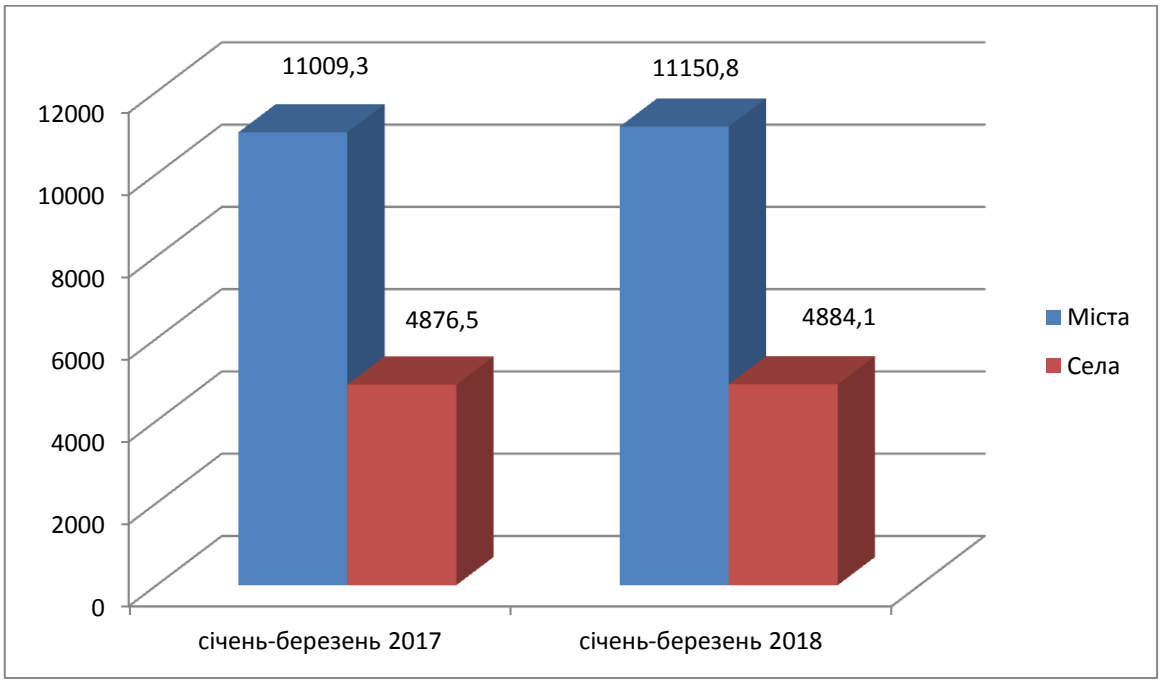


Рис. 1. Зайняте населення за типом місцевості у січні-березні 2017-2018 років, тис. осіб [2]

Чи не найголовнішою проблемою аграрного сектора є залучення до галузі фахівців з високим рівнем професійної підготовки. Рушійною силою тут має

виступати рівень матеріального заохочення, престиж професії та належні умови праці, можливість кар'єрного росту та інше. Головну увагу при розв'язанні цієї проблеми потрібно звернути на молодь сільської місцевості, призупинивши її відплив з сіл, створивши нормальні умови для життя з покращенням соціально-побутової сфери.

В Україні дійсно є великі перспективи розвитку кадрового потенціалу для агропромислових підприємств. Адже, у нас є кадровий потенціал для АПК –в аграрних вишах старанно навчається справді талановита молодь. І проблема не в аграрній освіті, беручи до уваги наявну кількість студентів та аграрних ВНЗ. Так, в Україні працює 23 вищих навчальних заклади 3-4 рівнів акредитації, з яких 6 мають статус національних, та 118 навчальних закладів 1-2 рівнів акредитації. Міністерство аграрної політики зазначає, що загальна кількість студентів перевищує 190 тис. осіб [3]. Проте всього лише 20% від усієї кількості студентів, які навчаються в українських аграрних ВНЗ після закінчення навчання працюють за фахом.

Тому, найголовнішою проблемою аграрного сектора є залучення до галузі фахівців з високим рівнем професійної підготовки. Рушійною силою тут має виступати рівень матеріального заохочення, належні умови праці, можливість кар'єрного росту та інше.

Багато роботодавців хочуть отримувати готового фахівця, якого не потрібно перевчати. Але, якщо брати до уваги студентів, яким треба отримати досвід роботи на підприємстві, ніхто не скаже як краще: брати готових чи «вирощувати» своїх?

До прикладу ПАТ «Миронівський хлібопродукт» – лідер агропромислового виробництва України, при формуванні штату працівників в першу чергу робить ставку на молодих спеціалістів [4].

Структуру компанії створено за системою вертикальної інтеграції бізнесу, де рослинництво – основа всіх подальших виробничих процесів, які завершуються виробництвом продукції «Наша Ряба». Таким чином, кожен, хто отримав с/г спеціальність, від агронома і механіка до ветеринара і технолога,

від економіста і бухгалтера до інженера з автоматизованих систем керування виробництвом і енергетика можуть реалізувати себе, як фахівець, і здобути безцінний досвід ставши частиною команди ПАТ «Миронівський хлібопродукт» [4].

Отже, формування і використання кадрового потенціалу є дійсно невід'ємним елементом і важливою функцією діяльності підприємства. Управління кадровим потенціалом є однією з головних функцій будь-якого підприємства.

До сучасних напрямів формування та розвитку кадрового потенціалу персоналу для сільськогосподарських підприємств можна віднести такі як, розробка ефективної кадрової політики, турбота керівництва про підвищення рівня кваліфікації своїх співробітників, поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації і мотивації для розвитку здібностей працівників, професійний вибір перспективних фахівців для подальшого навчання в магістратурі і аспірантурі по аграрному спрямуванню.

Література:

1. *Липчук* В. В. Мотиваційні чинники працевлаштування молоді у сільськогосподарських підприємствах / В. В. Липчук, А. О. Линдюк // Економіка АПК. – 2008. – № 7. – С. 131-136.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

3. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minagro.gov.ua.

4. Офіційний сайт ПАТ «Миронівський хлібопродукт» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mhp.com.ua.

Садовский А. В.,
старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства,
Национальная металлургическая академия Украины

ОБ ОПЫТЕ РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ КОРПОРАЦИЕЙ (ПРЕДПРИЯТИЕМ)

Система предназначена для повышения эффективности управления агропромышленной корпорацией (растениеводство). Фактически, речь идёт об автоматизации поддержки принятия решений в условиях риска и неопределённости.

Система состоит из трех модулей (подсистем):

- планирование и моделирование производственно-финансовой деятельности;
- учет и анализ производственно-финансовой деятельности, контроллинг себестоимости;
- учет и анализ движения и реализации готовой продукции (производство-склад-покупатель).

Финансовая деятельностью агропромышленной корпорации (предприятия) понимается как управление расходами и доходами (бюджетирование) в течение планируемого периода. Рассматривается обеспечение производства и хранения продукции (расходы) и реализация продукции (доходы). Расходы могут осуществляться как централизовано ("корпоративная деятельность"), так и самостоятельно "самостоятельная деятельность хозяйств". Система предусматривает возможность оперативного учета и анализа движения готовой продукции по складам, а также учета расходов.

В частном случае система может использоваться отдельным хозяйством (без учета корпоративной деятельности). Разница между автоматизацией планирования и учета деятельности агропромышленной корпорации и отдельного агропромышленного хозяйства состоит в том, что во втором случае

расчеты упрощаются (исключается необходимость осуществления расчетов корпоративных и межхозяйственных отношений).

Подсистема планирования и моделирования производственно-финансовой деятельности позволяет при заданных исходных данных и на основании оценки множества допустимых решений выбрать оптимальный вариант производственной программы (crops budget) как в виде плана, так и виде графика реализации данного плана в течение технологического периода. Степень детализации решений - различна и зависит от потребностей пользователя.

Подсистема учета и анализа производственно-финансовой деятельности и контроллинга себестоимости и предназначена для укрупненного и детализированного анализа производственно-хозяйственной деятельности, контроля выполнения выбранного производственно-финансового плана путем оперативного учета текущих расходов и доходов, анализа отклонений и корректировки плана. Подсистема позволяет прогнозировать результат деятельности на любом этапе планируемого периода.

Подсистема учета и анализа движения и реализации готовой продукции (производство-склад-покупатель) предназначена для оперативного учета и анализа движения готовой продукции по складам корпорации (предприятия) и реализации продукции.

Предлагаемая система была апробирована для средней агропромышленной корпорации, занимающейся растениеводством.

Система реализована в виде совокупности связанных таблиц Excel, что не требует приобретения и установки дополнительного дорогостоящего программного обеспечения, специального обучения персонала и позволяет легко дополнять и перестраивать систему. Надежность обеспечивается специальными организационными методами и использованием интерактивного диалогового режима. Выбор Excel обусловлен принципом целесообразности. В случае усложнения условий и размерности задачи или по желанию Заказчика данная система может быть усложнена, адаптирована к конкретным условиям

каждого предприятия и реализована на другом, более мощном программном обеспечении.

В процессе разработки было осуществлено изучение аналогичных теоретических и практических разработок, имеющихся на рынке Украины, России, Белоруссии, а также описанных на сайтах США, Канады и некоторых других стран. Это позволило более детально понять и структурировать задачу.

Система достаточно проста (Excel) и предназначена для хозяев или топ-менеджеров, управляющих различными агропромышленными предприятиями (в первую очередь – крупными и средними).

В процессе разработки и внедрения системы разработчики столкнулись с определёнными организационными сложностями, связанными с распределённой структурой ответственности и полномочий отдельных менеджеров хозяйства. Выяснилось, что внедрение системы, кроме основной функции автоматизации, учёта и моделирования, позволяет оптимизировать организационную структуру управления предприятием.

Леонт'єв В.С., *студент групи 760м,*
Задоя В.О., *к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту*
Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, м. Дніпро, Україна

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

В умовах глобалізації світу туризм є одним із перспективних напрямків розвитку економіки регіонів України. Різновид класичного туризму – освітній туризм надає можливість підвищити кваліфікацію, отримати диплом або удосконалити мовні здібності паралельно з відпочинком, дозволяє долучитися до культури інших країн. Привабливими рисами освітнього туризму є повнота, надійність, доступність, унікальність, інформативність.

З кожним роком популярність подорожей з освітнім ухилом зростає.

За даними аналітичного центру CEDOS число українців в іноземних університетах станом на 2014/2015 навчальний рік становило 59 648 осіб. Серед

найбільш бажаних для навчання країн, як і раніше, залишаються Польща, Німеччина, Росія, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. Динаміка зростання з 2009 по 2015 роки склала 129%. Якщо порівнювати два останні роки, то приріст складає майже 29% або ж 13 266 осіб. Причому 2/3 цього приросту склали саме українці, які навчаються в польських університетах. Вони показали найбільш стрімке збільшення, як в абсолютному, так і відносному показниках, – з 14 951 до 22 833 особи. Також значний відносний та абсолютний приріст українських громадян на студіях демонстрували канадські, чеські та італійські університети [1].

У 2016 році Європейський парламент прийняв нову директиву, яка повинна зробити країни ЄС більш привабливими для іноземних студентів з третіх країн. Зокрема усі члени ЄС (окрім Данії, Ірландії та Великобританії) протягом наступних двох років повинні дозволити іноземним студентам, які завершили їх університети, перебувати у країні з метою пошуку роботи або ж самозайнятості протягом щонайменше 9 місяців після випуску [2].

Підтримання високого рівня освіти, розвиток і підтримка економіки регіону, забезпечення зайнятості місцевого населення – важливі фактори на користь розвитку освітнього туризму.

Просування освітнього туризму на ринку послуг України дозволить регіонам брати участь в міжнародних програмах і проектах. Створення освітніх турів в регіонах повинно сприяти розвитку дружніх відносин між країнами і формуванню співпраці в інших галузях економіки. Розвиток освітнього туризму позитивно вплине на якість життя місцевого населення, створення нових робочих місць в туристичній сфері, а також допоможе зменшити рівень безробіття в країні. Регіональні центри отримають додаткове фінансування на розвиток освітніх програм для учнів, законодавчої бази в сфері туризму, інфраструктури міст тощо.

Україна має гарний потенціал для розвитку освітніх турів в регіонах. В нашій державі розташовані об'єкти культурної та історичної спадщини, сконцентровані унікальні природні та рекреаційні ресурси. Також приділяється

велика увага розвитку освітнього туризму в великих містах країни, відкриваються мовні школи і кафедри в університетах, які приймають іноземних студентів.

Популярність освітніх турів обумовлена низкою причин.

1. Закордонна освіта є «гарантом» отримання більш високооплачуваної посади і сприяє більш швидкому кар'єрному росту. На людину, яка отримала міжнародний диплом, більший попит на ринку праці.
2. У сучасному суспільстві бажання людини безперервно вдосконалюватися підштовхує до пошуку нових джерел знань. Одним з таких джерел може стати освітній туризм.
3. Оптимальний діапазон цін на освітні тури дозволить зробити вищу або післядипломну освіту доступнішою для населення.

Низка проблем потребує вирішення для подальшого розвитку освітнього туризму в регіонах.

Основною проблемою отримання повного навчання за кордоном є висока вартість. Як правило, освітні програми в будь-якій країні коштують дорожче, ніж аналогічні програми в Україні. Студенти, що навчаються за програмою бакалаврату, мають ризик не адаптуватися до умов проживання і навчання в країні, що може привести до переривання навчального процесу з відповідними фінансовими витратам.

Оптимальними з точки зору ефективності навчання є спільні освітні програми, що надають можливість отримати 2 та більше дипломів. Крім таких очевидних плюсів як отримання декількох дипломів за короткий проміжок часу, відсутня загроза незатребуваності знань, так як всі вивчені дисципліни уніфіковані для всіх університетів.

В даний час спільні освітні програми набувають все більшої популярності, і багато вітчизняних ЗВО пропонують своїм абітурієнтам можливість отримання 2-х і більше дипломів. Єдиними перешкодами на шляху до реалізації подібних програм є проблеми зіставлення навчальних планів і суворе освітнє законодавство деяких країн. За кордоном студенти можуть самі складати

розклад з переліку обов'язкових і факультативних дисциплін, а в нашій країні така свобода вибору практично, за рідким виключенням, відсутня.

Всі перераховані вище проблеми в тому чи іншому ступеню призводять до того, що в багатьох регіонах освітній туризм слабо розвинений або відсутній взагалі. Наявність багатого потенціалу країни, з точки зору культурного-пізнавального, екологічного, етнографічного, екстремального і багатьох інших видів туризму виступає каталізатором для фахівців і зацікавлених осіб в необхідності розвитку освітнього туризму.

Вирішення цього завдання вкрай актуально, так як цей сегмент послуг буде зростати пропорційно процесу світової глобалізації та європейської інтеграції нашої країни.

Література:

1. http://cedos.org.ua/uk/articles
2. http:// www.europarl.europa.eu/news/en/press-room

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ
ТА УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ»

Матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції
(м. Львів, 28 листопада 2018 р.)

Оргкомітет не завжди поділяє думку та погляди авторів.
Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Підписано до друку 26 грудня 2018 р.

Формат 60х84 1/16 Папір офсетний Друк офсетний
Замовлення ____ Тираж 100

Львівський інститут МАУП
79059 м. Львів, вул. Гетьмана Мазепи, 29