

*5-А ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ КОНФЕРЕНЦІЯ*



*«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ»*

*29 травня 2020 року
М. ХЕРСОН*



Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
кафедра менеджменту організацій
Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки
ДВНЗ «ХДАУ»
UHBDR Український проект
бізнес-розвитку плодоовочівництва
Департамент сільського господарства та зрошення
Херсонської обласної держадміністрації
Південна державна сільськогосподарська
дослідна станція ІВПМ НААН
Полтавська державна аграрна академія

МАТЕРІАЛИ



**5-ої Всеукраїнської науково –
практичної Інтернет – конференції**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

29 травня 2020 року

м. Херсон

Оргкомітет конференції

Кирилов Ю.Є. – д.е.н., професор, ректор ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Яремко Ю.І. - д.е.н., доцент, перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Аверчев О.В. - д.с.-г.н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародної діяльності ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», заслужений діяч науки і техніки України;

Грановська В.Г. - д.е.н., доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Жосан Г.В. - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, помічник декана економічного факультету з наукової та міжнародної діяльності ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Кириченко Н.В. - к.е.н., доцент, в.о. завідувачої кафедрою менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Морозов Р.В. - д.е.н., професор кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Степанова М.М. – к.е.н., заступник директора Департаменту сільського господарства та зрошення Херсонської обласної держадміністрації, начальник Управління інвестиційного забезпечення та переробної промисловості;

Самойлик Ю.В. - д.е.н., професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Полтавської державної аграрної академії;

Шабля О.С. – к.е.н., заступник директора з наукової та інноваційної діяльності державної сільськогосподарської дослідної станції ІВПМ НААНУ ;

Федорова Т.В. - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій, начальник навчально-методичного відділу ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Боліла С.Ю. — к.с.-г.н., доцент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;

Алещенко Л.О. – голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених економічного факультету, асистент кафедри менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет».

УДК 005

Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали 5-ої Всеукраїнської наук.-практ. Інтернет - конф. 29.05.2020: тези доповідей. Херсон, ДВНЗ «ХДАУ», 2020. 469 с.

В матеріалах конференції висвітлено передові науково-практичні результати досліджень, що отримані у галузі сучасного менеджменту. Конференція покликана стимулювати обмін ідеями та тематичною інформацією між українськими вченими, представниками наукового та виробничого середовищ, слугувати джерелом інформації про сучасний рівень наукової роботи для здобувачів вищої освіти.

Для здобувачів вищої освіти, науковців та фахівців.

*Матеріали збірника подаються в авторській редакції
та друкуються мовою оригіналу*

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, географічних назв, цитат та інших відомостей несуть автори публікацій. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей та матеріалів цього збірника, посилання на авторів і видання є обов'язковим.

Відповідальний за випуск – в.о. завідуючої кафедрою менеджменту організацій, к.е.н., доцент Кириченко Н.В.

Технічний редактор: доцент кафедри менеджменту організацій
Боліла С.Ю.

ЗМІСТ

1. НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Альошкіна Л.П. Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України в контексті інтеграційних процесів	16
Вардіашвілі А.В. Необхідність реформування портової галузі України	19
Кубецька О.М., Палешко Я.С., Остапенко Т.М. Сутність та види державної допомоги суб'єктам господарювання	22
Лебедченко В.В., Падалкін А.О. Чинники, що впливають на економічну ефективність діяльності підприємства	25
Лисюк А. Методологія проведення аналізу господарської діяльності підприємства	28
Літинська В.А. Моделі соціальної політики в економічних системах європейських країн	30
Палешко Я.С. , Кубецька О.М. Розвиток держави в залежності від стану національної безпеки	33
Шутько І.О., Вонберг Т.В. Корпоративна соціальна відповідальність на прикладі ПРАТ «Київстар»	36

2. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Білорусов С.Г., Сипко Ю.О. Впровадження цифрових технологій в умовах конкурентного середовища	40
Брусенцева О.А. Теоретико-методологічні засади управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації суспільства	43
Дем'янчук М.А., Колеснікова О.Г. Перспективи розвитку фінансової екосистеми в Україні	45
Єдинак В.Ю., Маракіна В.О., Дорош О.М. Трансформація організаційної структури підприємства в умовах цифровізації управлінських процесів	48

Моргунова Т. І. Ключові аспекти процесу формування конкурентоспроможних господарських рішень	51
Пристапа Л.А. Актуальні аспекти підвищення конкурентоспроможності страхової компанії на засадах ризик-менеджменту	55
Пушкар З.М., Пушкар Б.Т. Цифрова економіка та сучасні виклики	58
Халіна О.В. Спільні інтереси фінансового та інформаційного секторів економіки в господарській діяльності США	61

3. ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Баб'як Г.П., Коломієць С.О. Кадрова політика , як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства	65
Білорусов С.Г. Реалізація програми розвитку людського капіталу щодо навчання кадрів на регіональному рівні	68
Ілляшенко С.М. Перспективи і проблеми формування та реалізації людського капіталу підприємств та установ України	71
Літинська В.А., Полець М.Ю. Забезпечення зайнятості населення на основі ефективного формування людського капіталу	74
Літовченко Б.В., Ковтун Н.С. Еволюція менеджменту людських ресурсів у контексті економіки знань	77
Пилипова А.С., Євтушенко О.А. Професійний розвиток персоналу організації	80
Пунько Є.С., Євтушенко О.А. Лідерство та комунікації в управлінні організацією	83
Таран А.О., Великий В.М. Професійна деформація юриста та шляхи її подолання	85

4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Адвокатова Н.О. Проектний менеджмент в громадських організаціях України	89
--	----

Артеменко Д.К. Кроки зростання економічної ефективності в галузі рослинництва	92
Артеменко А.К., Пономарьова А.С. Вплив видів конкуренції на ведення ефективного бізнесу	97
Барабаш А. М., Дуга В.О. Кадрова безпека підприємства індустрії гостинності	99
Бойко Р. В. Використання маркетингового інструментарію у соціальних мережах	102
Великий В.М. Правові проблеми дистанційної форми роботи персоналу	106
Вініченко С.А., Ларіна Я.С. Шляхи виходу українського бджоляра на ринок ЄС	109
Галат Л.М. Особливості маркетингу свіжих овочів	112
Голіцин А.М. Можливості використання Telegram в маркетинговій діяльності компаній	115
Голованова М.А. Моделювання схильності споживачів , як інструмент формування попиту	119
Горбунов П.О., Чмут А.В. Креативні кластери в країнах ЄС	122
Гусєва В.В., Вонберг Т.В. Перспективи розвитку рекрутингу персоналу в сучасних умовах	124
Должикова І.С. Виокремлення основних конкурентних позицій підприємства в умовах економічної трансформації	128
Друшляк І.М. Умови створення конкурентного середовища в системі агробізнесу	130
Дуга В.О. Репутаційний менеджмент в агротуризмі	135
Єременко О.М. Значення фірмового та товарного образу організації у підвищенні ефективності функціонування	138
Жмуденко В.О., Чайка В.В. Проблеми формування кадрового потенціалу аграрних підприємств	141
Жуган Д., Чмут А.В. Методи оцінки інвестиційної привабливості регіонів	144

Іжевський П.Г. Довіра та опортунізм , як основа поведінки учасників бізнес-мережі	147
Кириченко Н.В., Боліла С.Ю. Маркетингова орієнтованість для забезпечення конкурентних переваг фермерів на аграрному ринку	149
Кобєлєв В.М., Косенко А.В., Кобєлєва Т.О. Маркетингові характеристики ринку асинхронних двигунів	152
Кобєлєва Т.О., Долина І.В., Матросов О.Д. Маркетингові засади побудови комплаєнс-служби	156
Косенко А.В. , Кобєлєв В.М., Маслак М.В. Маркетингові моделі комерціалізації результатів інноваційної діяльності	159
Котис Н.В. Тенденції розвитку дистанційного менеджменту	163
Куріс Ю.В. Розвиток сучасного менеджменту в Україні	166
Літинська В.А., Шевчук О, Островський П. Характеристика методів оцінювання персоналу в умовах соціально-економічних трансформацій	168
Ломська К. В., Теплюк М.А. Ключові аспекти підвищення мотивації працівників вітчизняних підприємств в сучасних умовах	171
Максимович Д.Д, Теплюк М.А. Методичні підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства	174
Матросова В.О., Перерва П.Г., Матросов О.Д. Маркетинг вражень: перспективи використання в туристичному бізнесі	177
Морозова О.С, Матейченко К.Ю. Сучасні умови управління готельно - ресторанним господарством	180
Опікунова Н.В. , Бутенко О.П. Проблеми корпоративного управління в Україні	184
Орлов А.М., Вонберг Т.В. Кадровий аутсорсинг , як необхідна вимога сьогодення	187
Перерва П.Г., Долина І.В., Погорєлов М.І. Ефективність маркетингу технологічних процесів	190
Пономарьова М. Економічний механізм в системі управління та	

маркетингу інтелектуального капіталу	194
Проскурня О.М., Перерва П.Г., Погорєлов М.І. Маркетингова сутність якості обслуговування в сфері туризму	196
Решмеділова С.Л., Лямзіна В.О. Прийняття рішень економічними агентами в умовах невизначеності та ризику	200
Сагер Л.Ю., Лазоренко В.Є. Актуальні проблеми менеджменту та маркетингу в умовах карантину для виробників продукції	203
Сергієнко Т.І. Актуальні проблеми менеджменту в сучасних умовах нестабільності зовнішнього середовища	206
Сиводед С.С., Боліла С.Ю. Аспекти удосконалення маркетингового забезпечення виробництва органічної продукції в сфері плодоовочівництва	209
Скопенко Н.С., Євсєєва-Северина І.В. Якість та безпечність харчових продуктів, як важлива складова конкурентоспроможності підприємств	212
Стеблюк Н.Ф. Використання маркетингових інструментів в системі управління закладами вищої освіти	215
Тельнов А.С., Бадюк О.Г. Теоретико-методичні засади сучасного розвитку експортного маркетингу	218
Федоренко Д.І., Бендик А.Н., Вонберг Т.В. Розвиток лізингу персоналу в Україні	221
Філатова А.В. Пріоритетність концепції маркетингу взаємовідносин у сучасному ринковому середовищі	223
Фролова Н.Є., Ананійчук О.О. Проблеми оцінки конкурентоспроможності персоналу	226
Фролова Н.Є., Делієва Є.С. Аналіз кадрового забезпечення підприємств готельного господарства України та Херсонської області	230
Чмуда П.Ю., Баб'як Г.П. Брендинг в системі маркетингу підприємства	233
Шапоренко О.О. Гейміфікація, як альтернативний метод підвищення лояльності споживачів до органічних продуктів харчування	236

5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ

ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Ковальов Д.В. Особливості природокористування Причорноморського економічного району	239
Мужайло С.В., Мужайло В.Д. “Green” tariff in energy: ukrainian realities	242
Соколова Л.В. Проблеми екологізації в галузі туризму	245

6. ФІНАНСИ ТА ОПОДАТКУВАННЯ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК,

АНАЛІЗ ТА АУДИТ, СТРАХУВАННЯ ТА БІРЖОВА СПРАВА,

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІЗНЕС- КУЛЬТУРА, ТУРИСТИЧНА

ІНДУСТРІЯ: НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Августова О.О. Вплив пандемії коронавірусу SARS-COVID-19 на формування проміжної фінансової звітності за МСБО	249
Артімонова І.В. Аналіз діяльності фондових бірж на ринку цінних паперів України	252
Гарбуз А.В., Карпенко Н.Г. Основи забезпечення економічної безпеки	255
Гармаш С.В. Виклики сучасності для вітчизняної індустрії туризму (проблеми та перспективи розвитку)	259
Герасименко В.В., Пилипенко К.А. Облік поточних біологічних активів	262
Головань Д.В. Стратегії та напрями розвитку туристичного бізнесу в Україні	264
Доценко І.О. Механізм управління фінансовою стійкістю банку	266
Заставецька Л.Б., Дударчук К.Д., Ілляш І.Д. Зміни в структурі сучасного туристичного попиту відповідно до концепції «Hard & Soft tourism» Джоста Криппендорфа	269
Захарченко Н.В., Михайлова Д.С. Чинники впливу на розвиток венчурної діяльності в Україні	272
Косован К.В. , Новосьолова О.С. Кредитний портфель банків України: оцінка складу та структури	275
Кулакова С.Ю., Белкіна М.О. Інвестиційний ринок: його оцінка та прогнозування розвитку	278

Кулакова С.Ю., Бикова І.Д. Стратегічне управління витратами підприємства на основі бюджетування	281
Кулакова С.Ю., Горошко Д.В. Роль і значення управління витратами в умовах ринкової економіки	284
Кулакова С.Ю., Загорулько Т.А. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні	287
Кулакова С.Ю., Кондратенко В.Р. Прямі іноземні інвестиції: стан та структурний розподіл в економіці України	290
Кулакова С.Ю., Ольшевська Є.В. Актуальні проблеми та шляхи вдосконалення інвестиційної діяльності банків на ринку фінансових інвестицій України	293
Кулакова С.Ю., Сінельник А.О. Використання транспортної моделі в системі управління витратами підприємства	295
Кулакова С.Ю., Таранець Б.В. Проблеми залучення фінансових інвестицій в економіку України	298
Кулакова С.Ю., Хурса В.В. Актуальні проблеми управління витратами компаній в сучасних умовах господарювання	301
Мединська Т.В., Мутян І.Є. Бюджетоутворюючі податки та їх вплив на формування доходів державного бюджету України	304
Морозова О.С., Морозов О.В., Миронець Т.А. Розвиток кулінарно – туристичної індустрії країн світу	308
Мурашко О.В. Вплив продуктивності праці на результати діяльності підприємства	311
Нічік Н.Б. Судова експертиза, як один з елементів фінансово-господарського контролю	314
Пенез О.В., Яковлєва Я.Ю. Проблеми та оптимізація сучасної податкової системи України	317
Писаревський Б.І. Страхування життя , як ефективний інструмент накопичення коштів вітчизняними домогосподарствами	320

Пристемський О. С. Посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства	323
Ромашко О.М. Професійна етика працівників економічної сфери діяльності	326
Самойлик Ю.В., Бачикало К.А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України	329
Самойлик Ю.В., Кулакова С.Ю., Корячко О.М. Актуальні проблеми функціонування ринку фінансових інвестицій в Україні	332
Сисоєнко І.А., Шапка Д.О. Аналіз доходів Херсонської області	335
Тютюнник С.В., Тютюнник Ю.М. Динаміка коефіцієнта фінансової автономії за видами економічної діяльності	338
Черненко К.В. Облікові аспекти трансакційних витрат	341

7. СУЧАСНІ МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ.

Маслій Н.Д., Дондич Л.В. Оцінка та управління банківськими ризиками України в сучасних умовах	344
Потанер Л.Д. Проблеми застосування інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства	347

8. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛЬНОГО СВІТУ

Василенко Н.Є. Посівні якості мітлици тонкої на півдні України	351
Джерелюк Ю.О., Бутиріна К.С. Сутність та особливості формування інноваційного потенціалу підприємства	355
Погорєлова Т.О. Проблеми при оцінюванні інноваційного потенціалу підприємства	359
Мартиненко А.В. Оцінка ефективності промислових інновацій на стадії дослідження та розробки товару	362
Мицишин О. Л., Козик В. В., Павелчак Т. І. Інноваційна спрямованість кластерів	365
Моргачов І.В., Хімченко А.О. Диверсифікація форм зайнятості наукових	

та інноваційно-активних кадрів , як чинник впливу на регіональні інноваційні процеси	367
Морозов Р.В., Чекамова О.І. Наукове забезпечення інноваційного напрямку розвитку галузі рисівництва в Україні	371
Некlesa О.В. Теоретичні аспекти проблем розвитку інновацій національної економіки в умовах викликів глобального світу	375
Чайковський Я.І. Перспективи розвитку фінансових технологій у банківських установах	377
Стаховська С.І., Залізна Л.В. Розвиток інтелектуалізації експортно-орієнтованої продукції	380
Шара В.І. Інноваційна безпека: еволюційний розвиток у складі економічної безпеки	383
Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Засади формування механізму управління інноваційним розвитком промислових підприємств на основі їх інноваційної культури	386
<u>9. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ</u>	
Дроздова В.А., Павленко А.О. Особливості складської логістики підприємств виноробної промисловості	390
Карімов Г.І., Карімов І.К. Відтворення ресурсів продовольчого комплексу у контексті сталого розвитку	392
Кобиліна Н.О., Рожелюк Н.І. Сучасний стан розвитку сільського господарства на Херсонщині	395
Коломієць Л.С. Фітосанітарні вимоги до ввезення рослинницької продукції до Республіки Корея	397
Копитець Н.Г., Волошин В.М. Окремі аспекти конкурентоспроможності м'яса великої рогатої худоби	399
Мельниченко С.Г. Порівняльний аналіз виробництва сої в Україні у 2010 та 2019 роках	402
Пархоменко Л.М. Міжгалузеві відносини у бурякоцукровому	

підкомплексі	405
Тельнов А.С., Кулеша К.В. Формування моделі безпечності харчових продуктів та її впровадження на підприємствах аграрного сектору України	408
Холодняк О.О., Шабля О.С. Ефективність спільного використання мінеральних добрив і бактеріальних препаратів під кавун	411
Холодняк О.Г., Шабля О.С., Павлова С.Л. Нові різновиди дині для виробництва в Україні	414
Холодняк О.Г., Шабля О.С. Економічна ефективність отримання насіння гібрида кабачка	417
Чернишова Є.О. Огляд місця зберігання насіння , як складова процесу його купівлі	419
Чмут А.В. Інтегровані системи взаємодії суб'єктів молочної галузі	421
Шабля О.С., Лимар В.А., Холодняк О.Г. Сучасний стан галузі баштанництва в світі та перспективи розвитку в Україні	423

10. ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З ВРАХУВАННЯМ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Бутенко В. В, Перетяцько В.О. Актуальні проблеми фінансової спроможності територіальної громади	428
Карташова О.Г. Просторове планування територій: досвід Португалії	430
Крамчанін О.В. Спадкування за цивільним кодексом України	433
Лебедченко В.В., Косухіна Л.І. Засади оцінювання соціально-економічного розвитку регіонів України	437
Новіков М.М. , Новікова М.М. До ролі публічного адміністрування у забезпеченні обороноздатності України	440
Ремзіна Н.А. Institutional support of the strategic development of the permanent structures of transport systems of Ukraine	444

11. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-ОСВІТИ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ, НАВЧАННЯ Й МЕНЕДЖМЕНТУ

Вайда Т.С. Деякі утруднення при використанні дистанційної форми освіти , як актуальна проблема менеджменту професійної підготовки поліцейських у закладах зі специфічними умовами навчання МВС України	447
Дашевська Л.М. Business education in Ukraine	452
Камінська М.О. Проблеми розвитку бізнес-освіти в Україні	455
Макухіна С.В. Сучасні тенденції викладання англійської мови для майбутніх фахівців у сфері бізнесу і підприємництва	457
Мороз С.Е., Калашник О.В. Освітні інновації в системі забезпечення якості підготовки бакалавра з торгівлі	460
Чеканович В.Г. Розширення словникового запасу , як складова розвитку англомовної професійної комунікації майбутніх менеджерів	463

1. НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ТА
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В КОНТЕКСТІ
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Альошкіна Л.П.,

к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ
ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Важливим напрямком розвитку аграрного сектора і невід'ємною складовою аграрного ринку є забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності, яка, в свою чергу, відіграє важливу роль у розвитку економіки будь-якої країни і України зокрема. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприятиме відновленню експортного потенціалу країни, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на світових ринках, формування раціональної структури експорту та імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпечення економічної безпеки України.

На наш погляд, прагнучи підвищити показники конкурентоспроможності, аграрним підприємствам необхідно приділити особливу увагу якості своєї продукції і ефективності її виробництва. Відповідність вітчизняних стандартів на продукцію аграрних підприємств вимогам стандартів Європейського Співтовариства, куди прагне вступити Україна, сьогодні є одним з можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняного аграрного підприємства. Помітно впливає на розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств втручання держави в його виробництво і торгівлю продукцією. Однією з першочергових завдань держави є формування

ефективного механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в агропромисловому секторі.

Саме тому український уряд сьогодні має розробити таку державну політику розвитку аграрного сектора, такі економіко-правові, фінансові, адміністративні заходи, які реально забезпечили б ефективні структурні перетворення агропромислового виробництва з урахуванням як національних, так і міжнародних аспектів.

Важливим напрямком розвитку зовнішньоекономічної діяльності є залучення іноземного капіталу для інвестування агропромислового виробництва. На етапі інтеграції України до Європейського Союзу інвестиційні процеси в більшості галузей агропромислового виробництва вимагають заходів щодо їх активізації. Іноземні інвестори вкладають кошти переважно у великі спільні підприємства. Переважна частина іноземних інвестицій як в сільському господарстві використовується на придбання нової техніки та обладнання, що сприяло впровадженню прогресивних технологій і використанню зарубіжного досвіду. Понад 70% іноземних інвестицій в сільське господарство спрямовується на розвиток експортоорієнтованих галузей рослинництва, насамперед, в зернове господарство, вирощування і переробку соняшнику і ріпаку. Більшість інтегрованих формувань в агропромисловому виробництві з іноземними інвестиціями направляє інвестиції в виробництво різних видів продукції помітно зменшує їх ризики.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності вимагає дотримання, перш за все, національних інтересів. Домогтися широкого застосування протекціоністських заходів стосовно імпорту товарів і обмеження конкуренції з боку зарубіжних фірм та інших партнерів на внутрішньому ринку можна тільки за умови становлення власного виробництва і відповідного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Для забезпечення розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрному підприємству необхідний єдиний стратегічний напрямок розвитку, згідно з яким воно зможе досягти довгострокових конкурентних переваг. З огляду на економічну та політичну

ситуацію в світі, стратегічні цілі формування зовнішнього сектора економіки України визначаються як орієнтація країни на подальше багатовекторна співпрацю з Європейським співтовариством. Звідси очевидно, що головною тенденцією розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств стає поступове включення України в Європейське співтовариство, яке вимагає проведення послідовної політики адаптації правової бази, економічних структур і всього господарського механізму з жорсткими вимогами, які висуває світова ринкова економіка. Процес євроінтеграції України впливає на забезпечення зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств і характеризується зміною особливостей структури зовнішньої торгівлі України з ЄС.

Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств в контексті інтеграції України в Європейський Союз, повинна базуватися на основі оптимізації структури експорту аграрної продукції з урахуванням вимог продовольчої безпеки, ефективного використання виробничого потенціалу аграрних підприємств, реалізації конкурентних переваг виробництва окремих видів продукції і досягнення позитивного зовнішньоторговельного балансу. Перспективи галузі пов'язані з посиленням комплексного розвитку зовнішньоекономічної діяльності, основними напрямками якого повинні стати структурна перебудова аграрного виробництва, поглиблення спеціалізації аграрних підприємств, диверсифікація діяльності переробних підприємств, вільного руху ресурсів і товарів, формування ринкової інфраструктури, посилення екологічного спрямування сільськогосподарського виробництва, переходу до європейських стандартів якості та безпеки харчування.

Отже, від успіху зовнішньоекономічної діяльності України залежить її дальший економічний і соціальний розвиток як підсистеми світової економіки. Очевидно, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств, а з ним і здійснення ефективної інтеграції країни до Європейського співтовариства, залежить від рішення багатьох проблем таких

як: низька конкурентоспроможність їх продукції на зовнішньому ринку, захисту внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції, проблема регулювання структури експорту-імпорту аграрної продукції тощо.

Вардіашвілі А.В.,

к.е.н., науковий співробітник

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

НЕОБХІДНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ПОРТОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ефективне управління портами впливає на вартість вантажних перевезень, оскільки воно може привести до поліпшення морського і внутрішнього сполучення, та зниження портових витрат. Не достатня ефективність діяльності портів, конкурентоспроможність портових послуг, зниження витрат функціонування в значній мірі залежать від режиму регулювання та ефективності управління.

Найпоширенішою моделлю порту на початку ХХІ століття є модель управління «порт-лендлорд», яка існує у кількох варіантах, залежно від рівня децентралізації та самостійності портової адміністрації.

Модель «порт-лендлорд» – найчастіше використовується у великих за розміром портах Північно-Західної Європи. Вона почала широко застосовуватися на хвилі контейнеризації вантажоперевезень.

Функціонування порту «лендлорд» складається з низки загальних елементів:

- управління, обслуговування та розвитку портового майна;
- забезпечення функціонування інфраструктури та об'єктів господарства;
- розробка та реалізація політики та стратегій розвитку, пов'язаних з експлуатацією портового майна [1].

У більшості країн управління портами обмежується портовими адміністраціями. Термін «портова адміністрація» вказує на конкретну, тобто публічну форму управління портами, але він використовується в цілому як

загальний термін для адміністрації, яка має встановлені законом обов'язки, яка управляє, експлуатує та розвиває водну та наземну сфери порту, незалежно від форми власності [2].

Портові адміністрації можуть взяти на себе чотири функції: лендлорда, регулятора, оператора та менеджера громади.

Основною ознакою портової адміністрації типу «лендлорд» – є повний контроль над портовим майном: інфраструктурою порту та землею, незалежно від того, хто є її власником. Наприклад, земля може залишатись в державній або муніципальній власності [3].

Модель «порт-лендлорд» передбачає, що портові адміністрації більше не беруть безпосередньої участі в наданні операційних послуг, а зосереджуються на ролях землевласника та регулятора. Функція землевласника може розглядатися як основна функція сучасної портової адміністрації, що також має сенс з точки зору ланцюга нарощування вартості. Особливість ролі оператора полягає у наданні та нагляді за концесіями, договорами оренди та / або ліцензіями незалежним постачальникам послуг, які, як правило, мають більше можливостей ефективніше використовувати об'єкти портової інфраструктури, а також забезпечують додаткові джерела надходжень доходів [4].

Окрім функцій безпосереднього управління вантажними процесами і власністю порту, портова адміністрація може брати на себе зв'язки та участь в вирішенні проблем місцевої громади, на території якої розташовано порт.

Портові адміністрації можуть розширити функції поза портову діяльність, створивши регіональні, на місцевому рівні, та глобальні мережі, незалежно від того, чи володіє портова адміністрація землями порту, чи управляє ними від імені державної або місцевої влади.

Функція менеджера громади має як економічний, так і суспільний аспект і по суті передбачає координуючу роль стосовно інтересів зацікавлених сторін.

Сучасна модель управління морськими портами України значно відстає від світових основних тенденцій. В Україні управлінням портовим майном та інфраструктурою займається державне підприємство «Адміністрація морських

портів України», яке було створено в 2013 році. Запровадження прогресивної і більш ефективної моделі «порт-лендлорд» вимагає суттєвих законодавчих змін, інституціональної перебудови, а також складної перебудови всієї організації діяльності портів та портової адміністрації, її взаємовідносин з суб'єктами портової діяльності, власниками земельних ділянок, органами місцевого самоврядування.

Реформування портової галузі є достатньо складним та багатограним процесом, який охоплює різні прояви функціонування морських портів, адміністративних структур управління, потребує відповідної нормативно-правової бази, формування якої є виключною компетенцією держави, використання різних моделей управління портами, організацію їх діяльності, організаційну структуру, систему взаємовідносин учасників транспортного процесу.

Незважаючи на соціальні та економічні зміни останніх років, державний сектор зберігає значний вплив на розвиток портів. Реформування має ґрунтуватися на зміні інституціональної структури портового бізнесу та значно більшу участь приватного сектора в експлуатації та фінансуванні портових споруд, терміналів та послуг. Реформа порту призводить до зміни відносин між державним та приватним секторами, спираючись на державно-приватне партнерство [5].

Завдяки переходу на сучасну модель управління портовою галуззю, Україна зможе реалізувати проекти державно-приватного партнерства і залучити приватні інвестиції для реконструкції та модернізації інфраструктури.

Література:

1. Baltazar, R. The Governance of Port Devolution: A Tale of Two Countries. *World Conference on Transport Research*. 2007. 25 p.
2. Wang T., Cullinane K., Dong-Wook Song. Container Port Production and Economic Efficiency. 2005. 188 p.

3. Brooks, M.R., Cullinane. K. Governance models defined. Devolution, Port Governance and Port Performance Research in Transportation Economics. 2007. №17. P. 405-435.
4. Світовий банк. 2020. Вдосконалення управління портовою галуззю України. Консолідація контролю за користуванням портовими територіями та наближення до моделі управління «порт-лендлорд»: світовий досвід і перспективи реформування в українському контексті. © Світовий банк. С.76.
5. Port Reform Toolkit. Second Edition. *World Bank Transport* : веб-сайт. URL: <https://ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/documents/toolkits/Portoolkit/Toolkit/module3/index.html>

Кубецька О. М.,

к.е.н.,

доцент, завідувач навчально-наукової
лабораторії

з дослідження проблем економічної безпеки

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Палешко Я. С.,

к.е.н., старший науковий співробітник

навчально-наукової лабораторії

з дослідження проблем економічної безпеки

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

Остапенко Т. М.,

к.е.н.,

доцент, доцент кафедри економіки,

підприємництва та управління

підприємствами,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ ДЕРЖАВНОЇ ДОПОМОГИ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ

На сучасному етапі Україна здійснює суттєві кроки для швидкої інтеграції до міжнародного економічного простору, що в свою чергу провокує загострення проблем з приводу надання державної допомоги суб'єктам господарювання країни. Законодавча база України має велику кількість нормативно-правових актів, які регулюють процес надання державної допомоги суб'єктам господарювання.

Дослідити сутність та визначити видовий склад державної допомоги суб'єктам господарювання.

Проблемою визначення сутнісного змісту державної допомоги та її видів займалися такі вчені як: К. Смирнова, О. Кулик, Масько А.М., Лічак Д.В. та інші. Не зважаючи на їх доробок, на сьогодні дана проблема вивчена недостатньо, зокрема сутність державної допомоги суб'єктам господарювання та її видовий склад.

Здебільшого поняття «державне регулювання», «державна підтримка» та «державна допомога» узагальнюються. Відповідно до статті 12 господарського кодексу України державне регулювання поєднує в собі: ліцензування, сертифікацію, державну підтримку та інше. Отже державне регулювання – це діяльність органів держави, яка спрямована на підвищення функціонування економіки, при умов коли ринковий механізм неефективно вирішує проблеми, щодо розподілу виробничих або ж споживчих благ. Державна ж підтримка – це система механізмів, які стимулюють суб'єктів господарської діяльності до раціональної та економічно вигідної діяльності, тобто чинники, які провокують суб'єктів господарювання до економічно обґрунтованої діяльності.

Державна допомога – це дії уряду країни, які надають економічні пільги для групи суб'єктів господарювання, які об'єднані певними визначеними критеріями. Тобто державна допомога – це ресурси держави, які направлені на

розвиток групи підприємств. Прикладом цього поняття являються субсидії, які є як допомогою так і підтримкою для суб'єктів господарської діяльності.

Згідно статті 1 Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» державна допомога – це підтримка країни суб'єктів господарювання за рахунок держави (її ресурсів), створюючи умови для виробництва окремих видів товарів, надання послуг чи ведення окремих видів діяльності. Відповідно до вказаного Закону України виділяють наступні види державної допомоги:

Нова державна допомога – це будь-яка державна підтримка суб'єктів господарювання, що не являється чинною державною допомогою, а також внесення істотних змін до умов надання чи обсягу чинної державної допомоги.

Чинна державна допомога – програма державної допомоги чи індивідуальна державна допомога, яка існувала на день набрання чинності Закону України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» або щодо якої відповідний орган, який має такі повноваження, прийняв рішення про допустимість такої допомоги для конкуренції на строк дії якої ще не завершився.

Незначна державна допомога – це державна допомога одному суб'єкту господарювання, сукупний розмір якої незалежно від форми та джерел не перевищує суми за будь-який трирічний період, еквівалентної 200 тисячам євро, визначеної за офіційним валютним курсом, встановленим Національним банком України, що діяв на останній день фінансового року.

Індивідуальна державна допомога – захід державної допомоги, який здійснюється за межами програми державної допомоги, та окремі заходи державної допомоги, що здійснюються в межах програми державної допомоги, але підлягають повідомленню згідно з умовами такої програми та законом України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

Державна допомога полягає в передачі ресурсів держави для окремих суб'єктів господарювання та виражається в наступних формах: гранти та субсидії; дотації; надання податкових пільг, відстрочення сплати податків,

зборів або обов'язкових платежів; списання боргів за надані державні послуги, списання штрафних санкцій; надання кредитів за пільговими тарифами; зменшення платежів, щодо фінансового зобов'язання перед фондами державного соціального страхування; надання товарів чи послуг за цінами, які нижчі ринкових або ж придбання товарів чи послуг суб'єкта господарювання за цінами вище ринкових; продаж майна, яке належить державі суб'єкту господарювання за ціною нижче ринкової; збільшення державної частки в статутному капіталі суб'єкта господарювання.

Науковці відзначають наступні форми державної допомоги: пряме фінансування підприємств державою; податкові канікули; часткове покриття державою відсотків за кредитами, державне страхування ризиків, списання заборгованості щодо податків та зборів; пільгові тарифи на електроенергію та інше. З наукової точки зору вище перелічені форми державної допомоги можна віднести до категорії субсидій.

Лебедченко В.В. ,

старший викладач

Падалкін А.О. ,

здобуач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Питання оцінки ефективності діяльності підприємств особливо важливо в сучасних умовах глобалізації економіки держав, з метою оцінки ефективності їх діяльності для утримання позицій на ринку.

Ефективність – інтегрована економічна категорія, яка відображає виробничі відносини щодо економії сукупних затрат уречевленої та живої праці на отримання кінцевого позитивного результату.

Ефективність діяльності – це результативність господарювання. Забезпечення ефективної діяльності – першочергове практичне завдання для кожного промислового підприємства. Економічною ефективністю вважають зв'язок між результатом діяльності і витратами, що здійснені для отримання цього результату.

На результати господарської діяльності підприємства та її ефективність впливають безліч чинників, які виявляють як позитивний, так і негативний вплив, тому дуже важливо систематизувати їхню класифікацію для комплексного підходу оцінки показників. Зміни діяльності підприємства, якості та асортименту продукції, що випускається, під впливом норм і стандартів СОТ, державного регулювання функціонування та оподаткування підприємств суттєво впливає на діяльність підприємств харчової промисловості і розширює коло результативних факторів.

В основі всіх економічних показників господарської діяльності підприємства лежить техніко-організаційний рівень виробництва, тобто якість продукції і використовуваної техніки, прогресивність технологічних процесів, технічна і енергетична озброєність праці, ступінь концентрації, кооперування і комбінування, тривалість виробничого циклу і ритмічність виробництва, рівень організаційного виробництва і управління. Технічна сторона виробництва безпосередньо не є предметом економічного аналізу. Але економічні показники вивчаються в тісній взаємодії з технологією виробництва, його організацією.

Всі явища і процеси господарської діяльності підприємств знаходяться у взаємозв'язку, взаємозалежності і обумовленості. Одні з них безпосередньо пов'язані між собою, інші - опосередковано. Наприклад, на величину валової продукції безпосередній вплив надають такі чинники, як чисельність працюючих та рівень продуктивності їхньої праці. Всі інші фактори впливають на цей показник побічно.[1]

В Україні не існує офіційної та загально визначеної методики комплексної оцінки результатів діяльності підприємства. Однак можна

визначити такі основні етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності підприємства:

- складання плану економічного аналізу;
- підготовка матеріалів для аналізу;
- попередня оцінка результатів аналізу;
- аналіз причин динамічних змін показників діяльності;
- оцінювання результатів аналізу.

Існує безліч класифікацій факторів, що впливають на ефективність роботи. Так, наприклад, фактори бувають загальними і приватними. Загальні чинники впливають на ряд досліджуваних показників, в той час, як приватні є специфічними для кожного з показників.

Важливе значення, з огляду на завдання оцінки ефективності діяльності, відіграє групування факторів на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносяться: матеріально-технічні, організаційно-управлінські та соціально-економічні. Зовнішні фактори поділяються на ринкові, кон'юнктурні, правові та адміністративні. [2]

Фактори ефективності діяльності поділяються на загальні та специфічні. Загальні фактори мають місце у всіх сферах економіки, специфічні окремих галузях, або на конкретних підприємствах. Дана класифікація факторів допомагає більш повно врахувати особливості окремих підприємств і галузей, а також дати точну оцінку їх діяльності. Якщо при аналізі ефективності ставиться мета – виміряти той чи інший вплив факторів, то застосовується класифікація факторів на кількісні та якісні, прямі і непрямі, прості і складні. [3] Кількісні чинники висловлюють кількісну оцінку явища (кількість обладнання, працівників, ресурсів і так далі), якісні фактори оцінюють внутрішні якості та особливості, досліджуваного явища або процесу (продуктивність праці, рентабельність і так далі). Багато факторів, які розглядаються в оцінці ефективності діяльності підприємства, складаються з ряду елементів. Але при цьому існують чинники, які не розкладаються на складові елементи. Саме тому фактори ефективності діяльності ділять на прості (кількість робочих днів у

періоді) і складні (продуктивність). Оскільки одні чинники безпосередньо впливають на результативний показник, а інші мають непрямий вплив, то у зв'язку з цим розрізняються чинники першого, другого і наступних рівнів.

Таким чином, щоб оцінити вплив факторів на ефективність діяльності підприємства, необхідно проведення економічного аналізу, за допомогою якого вивчаються і оцінюються факти і процеси комерційної діяльності.

Література:

1. Мазурова И. И., Белозерова Н.П., Леонова Т.М., Подшивалова М.М. Анализ эффективности деятельности предприятия : учеб. Пособ. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 113 с.
2. Мадрига Г. М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 739 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 16–21.
3. Дойчева К. С. Фактори, які впливають на ефективність діяльності підприємства. *Економіка Вісник Запорізького національного університету*, 2019 р.

Лисюк А.,

здобуач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення ефективного функціонування підприємств вимагає економічно грамотного управління їх діяльністю, яке багато в чому визначається вмінням її аналізувати. За допомогою аналізу вивчаються тенденції розвитку, глибоко і системно досліджуються чинники зміни

результатів діяльності, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їх виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, виробляється економічна стратегія його розвитку.

Аналіз господарської діяльності є науковою базою прийняття управлінських рішень в бізнесі. Для їх обґрунтування необхідно виявляти і прогнозувати існуючі та потенційні проблеми, виробничі і фінансові ризики, визначати вплив прийнятих рішень на рівень ризиків і доходів суб'єкта господарювання. Тому оволодіння методикою мікроекономічного аналізу менеджерами всіх рівнів є складовою частиною їхньої професійної підготовки.

Використання методу аналізу господарської діяльності проявляється через ряд конкретних методик аналітичного дослідження. Це можуть бути методики дослідження окремих сторін господарської діяльності або методики комплексного аналізу. Треба відзначити, що кожному виду аналізу відповідає своя методика.

Під методикою розуміється сукупність способів, правил найбільш доцільного виконання якої-небудь роботи. В економічному аналізі методика являє собою сукупність аналітичних способів і правил дослідження економіки підприємства, певним чином підлеглих досягненню мети аналізу. [1]

Для аналізу господарської діяльності важливе значення має класифікація факторів на внутрішні (вони, в свою чергу, підрозділяються на основні і неосновні) і зовнішні. Внутрішніми основними називаються чинники, що визначають результати роботи підприємства.

Внутрішні неосновні фактори хоча і визначають роботу виробничого колективу, але не пов'язані безпосередньо з розглядаються показником: це структурні зрушення в складі продукції, порушення господарської і технологічної дисципліни. Зовнішні чинники - це ті, які не залежать від діяльності виробничого колективу, але кількісно визначають рівень використання виробничих і фінансових ресурсів даного підприємства.

Економічне зростання може бути досягнутий і за рахунок екстенсивного, і за рахунок інтенсивного використання ресурсів. Відповідно з цим фактори економічного зростання поділяються на екстенсивні і інтенсивні.

За останні роки методики дослідження у всіх галузях науки стали більш досконаліми. Важливим придбанням економічної науки є використання статистичних методів в економічних дослідженнях, що робить аналіз більш глибоким і точним. (2)

Література:

1. Г.В. Савицкая Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие. 7-е изд., испр. Мн.: Новое знание, 2002. 704 с. (Экономическое образование).
2. Богатырева О.Н., Шмулевич Т.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. ВШТЭ СПбГУПТД. СПб., 2016. 73 с.

Літинська В.А.,

к.е.н., доцент

Хмельницький національний університет

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

Поняття «соціальна держава» або «держава соціального добробуту» вживається в Західній Європі ще з кінця 40-х років минулого століття. Найважливішою особливістю такого типу держави є високий рівень соціальної безпеки й соціальної захищеності її громадян. Досягнення такого рівня можливе завдяки проведенню ефективної соціальної політики.

Державна соціальна політика – це дії держави в соціальній сфері, що переслідують певні цілі, співвіднесені з конкретно-історичними обставинами,

підкріплені необхідними організаційними й пропагандистськими зусиллями, фінансовими ресурсами й розраховані на певні етапні соціальні результати [1, с. 326].

Незважаючи на те, що головним суб'єктом соціальної політики є держава, поряд з нею активну роль у соціальній політиці виконують інші, недержавні суб'єкти, зокрема, профспілки й політичні партії.

Головними показниками ефективності соціальної політики є рівень добробуту, освіти, здоров'я населення, соціальної стабільності, конструктивності відносин соціальних груп і т.д.

Важливе місце в досягненні поставленої мети має стратегія соціальної політики, яка являє собою своєрідний план розв'язання соціальних проблем країни на кожному конкретно-історичному етапі.

У демократичному суспільстві плюралізм ідеологій та наявність різних суб'єктів породжує розмаїтість цілей і багатоманітність стратегій соціальної політики. Кожна зі стратегій входить складовою частиною в ту або іншу ідеологію й програму суспільного розвитку.

Нижче наведений перелік моделей соціальної політики в різних країнах.

Американська. Головний принцип – відокремлення соціального захисту від вільного ринку й обмеження захисту лише тих, хто не має інших доходів, крім соціальних виплат. При цьому забезпечується досить високий рівень і якість життя основної частини населення [2, с. 176].

Відмінні риси: відсутність уніфікованої системи соціального захисту, мінімалістський підхід до розв'язання соціальних проблем; реалізація федеральних програм на рівні штатів із подвійним фінансуванням із бюджетів обох рівнів; обов'язкове солідарне соціальне страхування, за рахунок якого виплачують пенсії, допомогу малозабезпеченим тощо; використання перевірки нужденності в усіх програмах соціальної допомоги; розгалужена мережа добровільного медичного страхування, частково регульованого державою; існування приватних закладів із надання платних соціальних і медико-

соціальних послуг; активна діяльність благодійних організацій за відсутності політики “соціального замовлення”, розвиток волонтерства [2, с. 178].

Шведська. Термін “шведська модель” з’явився наприкінці 1960-х рр., коли іноземні спостерігачі стали відзначати успішне сполучення у Швеції швидкого економічного зростання з політикою реформ на тлі відносної соціальної безконфліктності в суспільстві. Відзначається надзвичайно високою часткою ВВП, яка розподіляється через бюджет (понад 50%); соціальна політика тісно пов’язана з державним регулюванням економіки, що має чітко виражену соціальну спрямованість [2, с.183].

Англосаксонська. Притаманна країнам Великої Британії, Ірландії, Канади. Виступає як проміжна між ліберальною американською і соціально орієнтованою шведською та німецькою моделями. Для неї характерним є активніше, ніж для першої моделі, регулювання соціальних процесів з боку держави, проте нижчий, ніж в останніх двох моделях, рівень оподаткування і перерозподіл ВВП через держбюджет (не більше 40%) [2, с. 185].

Японська. Передбачає проведення політики вирівнювання доходів, особливу політику використання робочої сили (система довічного найму з певними сучасними модифікаціями), домінування психології колективізму, солідарності в доходах, досягнення консенсусу між різними суб’єктами у розв’язанні соціально-економічних проблем, виділення питань підвищення життєвого рівня населення в ранг національних пріоритетів [2, с. 189].

Загальноєвропейська. Основою є принцип поєднання економічної ефективності та соціальної солідарності. Наголос робиться на збалансований розвиток соціальної політики Європи, транспарентність і дотримання інтересів усіх країн-членів ЄС. Відбувається процес переорієнтації соціальних програм з універсального рівня на індивідуальний, що значно дешевше і ефективніше, тому що адресна допомога надається тільки тим, хто її дійсно потребує [2, с. 192].

Таким чином, зважаючи на багатовекторність соціальної політики в процесі її проведення важливо враховувати усі її напрями, не захоплюючись

одними й не ігноруючи інших. Ефективність реалізації соціальної політики будь-якого рівня найбільшою мірою залежить від стану економіки, наявності необхідного фінансування соціальних програм за рахунок держави, органів місцевого самоврядування, підприємств, спонсорів і т.д. [3, с. 71].

Література:

1. Гриненко А. М. Соціальна політика : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ: КНЕУ, 2003. 309 с.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносини : підручник 3-тє вид., випр. і допов. Київ : Т-во "Знання" КОО, 2007. 559 с.
3. Мудролюбова Н. Північноєвропейський досвід соціальної держави на прикладі Королівства Швеції *Віче*. 2008. № 3. С. 70-72.

Палешко Я.С.,

к.е.н., старший науковий співробітник

навчально-наукової лабораторії з

дослідження проблем протидії організованій злочинності та корупції

Кубецька О.М.,

к.е.н., доцент, завідувач навчально-наукової лабораторії з

дослідження проблем протидії організованій злочинності та корупції

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СТАНУ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Суттєві зміни в економічній, політичній та екологічних сферах вплинули на розвиток нових проблем, які торкаються як кожної окремої особи, соціальних угруповань, так і суспільства нашої держави. Саме розвиток проблем та їх необхідність подолання запустили механізм розвитку наукової роботи, головне завдання якої – забезпечити економічне зростання та соціальну

стабільність в суспільстві. Науково-технічний прогрес сприяє розвитку науки та, відповідно, породжує плідну працю науковців, адже спираючись на зарубіжний досвід – темпи розвитку та стабільність суспільства залежить від розвитку та успішного застосування наукових досягнень.

Людська діяльність на сучасному етапі розвитку не лише нашої країни, але й світу в цілому – різноманітна. Та кожна діяльність має свою основу. Такою основою є економічне життя суспільства, тісно пов'язане з потребами та інтересами людей.

Держава є одним із найважливіших інститутів суспільства, центральним елементом його політичної системи. Визначальною рисою політичної системи суспільства та його підсистем – є держава.

Наша держава – Україна, являється демократичною країною. Демократична держава – це такий вид організації суспільства, в якій народ є джерелом влади, де державні демократичні соціально-політичні інститути та демократичний тип політичної культури, яка забезпечують органічне поєднання участі народу у вирішенні загальнодержавних справ із широкими громадянськими правами і свободами. Саме у демократичних державах запроваджена рівність перед законом громадян та органів управління (верховенство закону), громадянське суспільство, розподіл владних повноважень між одними її гілками, ефективні механізми стримувань і противаг.

Та в кожній державі існує можливість впливу дестабілізуючих факторів. Дестабілізуючі фактори – явища та процеси природного і штучного походження, що породжують загрозу існування держави. В ролі дестабілізуючих факторів можуть виступати як окремі особи, так і організації та їхні об'єднання. До найнебезпечніших факторів відносять недоброзичливі держави або їх об'єднання (коаліції), в яких для утворення штучних небезпек для інших держав утворюються та функціонують спеціальні органи та служби.

На даний момент багато держав знаходяться в стані «турбулентності», цьому причина – різноманітні деструктивні фактори, тобто загрози для стійкого

існування та функціонування держави. У станах підвищеної загрози, країнам слід проводити аналіз своєї діяльності та результати аналізу повинні стати фундаментом національній безпеці країни.

Сучасні держави повинні розуміти стан функціонування своєї країни. Постає необхідність завчасно бачити можливі виклики та розуміти величину ймовірності переходу викликів у загрози. Тобто службам безпеки держави необхідно мати сильну теоретичну базу. Кожна країна утворює цілу структурну систему національної безпеки. Держава управляє національною безпекою через систематизацію, деталізацію, класифікацію, відслідковує закономірність виникнення загроз та створює систему безпеки та ієрархію в ній.

Головне завдання по зменшенню дестабілізуючих факторів, щодо країни – це створення ефективної системи національної безпеки. Національна безпека – це стан внутрішніх і міждержавних відносин, який визначає ефективність системи державних, правових і суспільних гарантій прав і свобод людини і громадянина, базових цінностей та інтересів суспільства і суверенної держави від внутрішніх і зовнішніх загроз. Національна безпека – це упорядковане взаєморозуміння між усвідомленням дестабілізуючих факторів для держави (загрози) та систему механізмів для протидії цим факторам. Дестабілізуючі фактори, які чинять суттєвий вплив на функціонування держави є завжди, тому національна безпека – це своєрідний механізм, який утримує баланс між реальними та потенційними загрозами, з одного боку, та здатністю суб'єкта протидіяти їм, з другого. Безпека держави забезпечується завдяки відносинам між громадянами та державою і через взаємовідносини між різними державами. Тобто безпека держави – це структурована система взаємодії між державою та гарантіями правовими, які вона надає.

Література:

1. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : наказ Міністерства економічного розвитку та торгівлі від 29 жовтня 2013 року № 1277.

2. Чирка Д. Валютні операції як основа валютного ринку. *Економічний аналіз*. 2010. № 7. С. 129–132
3. Захаренко К.В. Категорія інформаційної безпеки у вітчизняному філософсько-політологічному дискурсі. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2018. Випуск 72. С. 44-52

Шутько І.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник : **Вонберг Т.В.,**

к. е. н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «КИЇВСТАР»

Сучасна кадрова політика підприємства повинна бути динамічною, гнучкою та адаптивною до умов зовнішнього середовища та галузевої специфіки діяльності підприємства, особливо в умовах карантинного режиму та дистанційної роботи персоналу. В першу чергу для забезпечення ефективної кадрової політики фірми стосовно управління персоналом та комплексної стратегічної діяльності підприємства загалом в більшості закордонних практик використовується концепція соціально орієнтованого управління, яке робить акценти на використанні інструментарію корпоративної соціальної відповідальності підприємства перед клієнтами, власним персоналом, громадськістю та державою загалом.

В статті хотіли б розглянути основи соціально відповідальної поведінки української компанії Київстар.

Оскільки фірма ПрАТ «Київстар» працює на ринку мобільного зв'язку України понад 20 років і обслуговує 26.2 млн. абонентів, значна увага

приділяється якості кадрової та комунікаційній політиці фірми. При цьому соціальна активність ПрАТ «Київстар» почалася ще у 2006 року. Так, за даними ПрАТ «Київстар», в 2019 році фірма інвестувала в соціальні проєкти 3 млн. грн., що хоча і є незначною сумою в порівнянні з розміром чистого прибутку мобільного оператора, проте дані соціальні інвестиції фірми носять системний, стратегічний та продуманий характер, що вказує на продуманість соціальної комунікації мобільного оператора з громадянським суспільством. Серед реалізованих соціальних проєктів ПрАТ «Київстар» в 2019 році були наявні 12 великих соціальних ініціатив, а їх суттєвою особливістю є добровільна участь персоналу в рамках даних проєктів, зокрема, понад 50% працівників фірми взяли участь в даних проєктах як волонтери і витратили понад 3600 годин на волонтерську соціальну роботу [1].

Навчальні соціальні ініціативи ПрАТ «Київстар» в 2019 році вказують, на орієнтацію роботи корпорації зі студентами та школярами, зокрема, соціальними проєктами було охоплено 1147 шкіл, надано менторську допомогу понад 60 стартапам, залучено понад 50 співробітників ПрАТ «Київстар» до менторської роботи.

Наголосимо, що загальний обсяг соціальних інвестицій з 2006 до 2019 рр. в ПрАТ «Київстар» складав понад 80 млн. грн., тобто в середньому 4-5 млн. грн. на рік, а динаміка соціального інвестування, їх склад та структура обумовлені як соціальною політикою фірми, так і викликами суспільства. Зокрема, з початком карантинного режиму внаслідок поширення коронавірусу в Україні ПрАТ «Київстар» виділив в фонд боротьби з хворобою понад 2 млн. грн., що вказує на актуальність соціальної відповідальності персоналу ПрАТ «Київстар».

Медичні соціальні ініціативи ПрАТ «Київстар» в 2019 році були спрямовані на співпрацю з 10 лікарнями стосовно передачі медичного обладнання для лікування понад 15000 дітей, при цьому завдяки сервісам мобільного оператора було знайдено понад 173 дитини, як загубилися або були викрадені.

Ключові соціальні ініціативи працівників ПрАТ «Київстар» призвели до перегляду лояльності клієнтів до даного мобільного оператора, оскільки абоненти на понад 54% збільшили інтернет-трафік в 10 тис. населених пунктах України. Як соціально відповідальний бізнес ПрАТ «Київстар» в 2019 році перерахував до державного і місцевих бюджетів України понад 7.8 млрд. грн. податків і різних ресурсних платежів та інвестував 3 млн. грн. у власні соціальні проєкти.

Разом із тим, ключовими проблемами в розвитку корпоративної соціальної відповідальності ПрАТ «Київстар», на наш погляд, є:

- комунікаційні проблеми представлення результатів реалізації проєктів корпоративної соціальної відповідальності ПрАТ «Київстар» для громадськості;
- проблеми фінансування, оскільки частину проєктів КСВ можна було б реалізувати спільно з партнерами або органами місцевої влади;
- проблеми стратегічного планування та реалізації заходів корпоративної соціальної відповідальності в ПрАТ «Київстар», оскільки в даний час вони носять більш не структурований та тактичний і оперативний характер.

З урахуванням специфіки діяльності ПрАТ «Київстар» в сфері телекомунікаційної діяльності базовими напрямками розвитку системи КСВ є:

- в сфері взаємодії з працівниками – проведення навчання, тренінгів, системи тайм - білдінгу;
- в сфері взаємодії з постачальниками – створення спільних проєктів по реалізації соціальних проєктів;
- в сфері взаємодії з місцевими громадами та органами місцевої влади – забезпечення встановлення екологічно безпечного телекомунікаційного обладнання, державно-приватне партнерство стосовно ремонту місцевих доріг та об'єктів соціальної інфраструктури;

- в сфері взаємодії з державою – участь у провадженні повного покриття 4G інтернетом більшості територій України з наданням безкоштовних точок доступу до Інтернет в туристичних та культурних місцях і територіях.

Наведені практичні рекомендації щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності в ПрАТ «Київстар» вказують на потребу поглиблення комунікаційної взаємодії підприємства з ключовими групами стейкхолдерів, а саме – з працівниками, постачальниками, місцевими громадами та окремими соціальними фондами. Це дозволить, на нашу думку, якісно покращити рівень корпоративної культури ПрАТ «Київстар» і забезпечити стратегічний розвиток системи корпоративної соціальної відповідальності в стратегічній перспективі.

Література

1. Офіційний сайт «Київстар», URL: <https://kyivstar.ua/uk/mm> (дата звернення 15.05.2020).

2. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Білорусов С.Г.,

к.т.н., доцент, директор

Сипко Ю.О.,

завідувач лабораторії з питань удосконалення підготовки
кадрів державної служби та місцевого самоврядування,
Херсонський обласний центр перепідготовки та підвищення
кваліфікації працівників органів державної влади, органів
місцевого самоврядування, державних підприємств,
установ і організацій

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Визначальна ознака сучасного суспільства полягає у переорієнтації економіки держав на новий рівень технологічного розвитку на основі розробки і використання високих технологій. Однією із необхідних умов формування нових високотехнологічних галузей економіки, стимулювання ринку інновацій та наукомісткої продукції є модернізація системи освіти з метою підготовки кадрів для інноваційної діяльності. У зв'язку з цим, важливим і актуальним є аналіз досліджень інноваційних процесів у вищій освіті та сучасних моделей освітньої діяльності. Одним із найважливіших завдань для органів публічної влади є широке впровадження в процес прийняття управлінських рішень цифрових технологій. Без цього неможливо забезпечити належну якість та швидкість прийняття рішень з питань розвитку територій, а отже, і реальне покращення якості надання публічних послуг.

Прийняття рішень органами влади щодо розвитку території, формування та реалізації стратегії власного розвитку територіальних громад потребують регулярний і структурований супровід. Якість управлінських рішень

безпосередньо визначається повнотою і достовірністю вихідної інформації. Проте досвід показує, що органам влади та місцевого самоврядування доводиться працювати в умовах обмежених термінів та кількості фахових даних. Сприяти вирішенню цього питання може цілісна система інформаційно-аналітичного прийняття управлінських рішень щодо реалізації проектів регіонального розвитку із залученням інструментарію сучасних цифрових технологій. Важливою особливістю освітньої цифровізації є їх трансформація з традиційної технології навчання кадрів до нових інформаційних комп'ютерних, тобто СМАРТ-технологій. На шляху до євроінтеграції стає електронне навчання, тобто освітній простір, у якому відбувається формування у слухачів якостей і вмінь необхідних публічному службовцю, а саме: медіаграмотність, критичне мислення, здатність до рішення творчих завдань, вміння мислити масштабно, готовність працювати в команді, громадянська свідомість.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 року № 67-р було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Ця концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій [1]. Цифровізація є визнаним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, громадської та особистої діяльності.

Цифрові технології - одночасно величезний ринок та індустрія, а також платформа ефективності і конкурентоспроможності всіх інших ринків та індустрій. Високотехнологічне виробництво та модернізація промисловості за

допомогою інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, масштаб і темп цифрових трансформацій повинні стати пріоритетом економічного розвитку, в тому числі на місцевому та регіональному рівнях.

Масштаб і темп цифрових трансформацій мають стати основними характеристиками економічного розвитку. При системному державному підході цифрові технології будуть значно стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів розвитку демократії в країні, підвищення продуктивності, економічного зростання, а також підвищення якості життя громадян України. Існуюча система закладів підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців органів державної влади та посадових осіб органів місцевого самоврядування може стати базою для інноваційних підходів щодо поступового використання засобів нових освітніх цифрових технологій.

Виходячи з цього дистанційне навчання повинно базуватися на тому, що є корисного в методиці заочного навчання. В комплексі з найновішими технічними засобами комунікації обробки інформації, досвідом країн далекого і ближнього зарубіжжя, дистанційне навчання допоможе нам вийти на якісно новий рівень підготовки спеціалістів та значно збільшити їх кількість, а також за рахунок виключення витрат, зменшити питомі витрати на навчання.

В даний час в Центрі запроваджено та продовжується навчання за короткостроковою програмою підвищення кваліфікації державних службовців Головного управління Пенсійного фонду України в дистанційному форматі через освітні веб-платформи. Велику увагу приділяється вивченню однієї з пріоритетних фахових компетенцій щодо цифровізації державної служби та смарт-технологіям. Херсонський обласний центр перепідготовки та підвищенні кваліфікації продовжує вдосконалювати інноваційні он-лайн заходи, а саме, платформи для дистанційного навчання державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування, в тому числі об'єднаних територіальних громад Херсонської області.

Література:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 року № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>

Брусенцева О.А.,

к.е.н., ст. викладач

ДЗВО «УМО» НАПН України,

Навчально-науковий інститут менеджменту та психології

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Стримкий перехід провідних економік світу до нового технологічного укладу (Industry 4.0), цифровізація, глобалізація суспільства становлять перед вітчизняними підприємствами принципово нові завдання щодо підвищення конкурентоспроможності. Впровадження стратегії Industry 4.0 в провідних постіндустріальних країнах вже має суттєвий позитивний результат на економіку. В Україні офіційно підтвердженням початку політики цифровізації стало прийняття «Концепції розвитку цифрової економіки і суспільства України на 2018–2020рр» (2018р.) [3].

Конкурентоспроможність підприємства визначається як одна із найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища, що змінюється, за допомогою раціонального використання наявних ресурсів та шляхом досягнення конкурентних переваг [4].

Управління конкурентоспроможністю на підприємстві включає: нейтралізацію або обмеження дії негативних факторів, формування захисту

проти них; нарощування та реалізація конкурентних переваг шляхом використання позитивних зовнішніх факторів та його адаптації до змін зовнішнього середовища; забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень; адаптація організаційної структури підприємства. Конкурентоспроможність є об'єктом управління. Суб'єктом управління виступає певне коло осіб (власник, вищий управлінський персонал, менеджери підрозділів), яке за допомогою різних прийомів і способів управління здійснює цілеспрямований вплив на об'єкт управління, з метою реалізації його завдань. Загальні функції управління (цілевстановлення, планування, організація, мотивація та контроль) є типовими елементами управлінського циклу. Для успішного функціонування підприємства в умовах конкуренції, управлінські дії менеджерів мають бути спрямовані на формування та реалізацію конкурентних переваг. Зазначимо, що цифрова економіка змінює традиційні види економічної діяльності, формує принципово нові бізнес-моделі підприємства (з використанням хмарних технологій, штучного інтелекту, роботизації, віртуальної реальності, Big Data і т. ін.), які при досягненні критичної маси стають важливим капіталом цифрової економіки [2]. Вміле користування інноваційними технологіями обумовлює потребу в розвитку інтелектуальних здібностей менеджерів (цифрових навичок), здатності швидко реагувати на мінливі зовнішні чинники [1].

В своїй діяльності менеджерам слід враховувати як загальні базові принципи управління конкурентоспроможністю підприємства (єдності теорії та практики управління конкурентоспроможністю підприємства, системності управління, наукової обґрунтованості управління, ранжування об'єктів управління за їх важливістю, багатоваріантності, співставності управлінських рішень при аналізі їх варіантів, збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства, ринкової орієнтації, цільової спрямованості, комплексності, гнучкості, етапності), так і ті, що враховують нові тенденції глобальних трансформацій. Впровадження стратегії Industry 4.0 в провідних країнах, реалізація концепцій «економіки знань», «інформаційного суспільства» та ін. вимагає впровадження таких принципів управління: гнучке поєднання

конвергенції та дивергенції, централізації та децентралізації, інтерналізації та екстерналізації, конкуренції та партнерства, соціалізації та капіталізації, відкритості та закритості [2].

Таким чином, управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах цифровізації суспільства потребує дотримання всіх розглянутих вище принципів для підвищення ефективності його діяльності.

Література:

1. Брусенцева О.А. Конкурентоспроможність персоналу в умовах цифровізації економіки: сутність та фактори формування. *Науковий вісник УМО* : Електронне видання. К. : ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2018. URL: <http://umo.edu.ua/elektronne-naukovo-praktichne-vidannja-naukovij-visnik-umo>.
2. Брусенцева О. А. Тенденції переходу України до «цифрової економіки». *Соціально-економічні та гуманітарні аспекти світових інноваційних трансформацій*: електронне наук.-практ. вид.: зб. тез II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ – Суми, 2017). URL: <http://umo.edu.ua/materiali-konferencij-nimp/ii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferenc-26-04>.
3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. URL: Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n14>.
4. Портер М. Международная конкуренция. М. :Международные отношения, 1993. 896 с.

Дем'янчук М. А.,

к.е.н., доцент

Колеснікова О. Г.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Перехід в цифровий світ став загальним трендом для всіх учасників фінансового ринку. Відповідно прогнозів до 2030 року всі фінансові установи функціонуватимуть в електронному вигляді як сервіси, особисті електронні помічники і додатки. Сучасні тенденції розвитку фінансового сектора вказують на те, що в майбутньому фінансові установи перестануть бути фінансовими інститутами, а трансформуються в екосистеми, що акумулюють в собі не тільки фінансові послуги, а й послуги підприємств-партнерів. Маючи доступ до величезної аудиторії своїх клієнтів, вони можуть типізувати їх на певні сегменти і пропонувати їм ефективні рішення. Усе спрямовано на те, щоб клієнт фінансової установи отримував максимальний широкий набір сервісів, які дозволяли б закривати проблеми тієї чи іншої частини його повсякденного життя, причому сервісів не тільки фінансових, а й близьких до фінансових. В повній мірі це виправдано не тільки на рівні окремої фінансової установи, а й на рівні усієї фінансової системи України. Саме тому проблема розвитку фінансової екосистеми України набуває в останні роки надзвичайно важливого значення. Водночас, для вирішення цієї проблеми необхідно унормувати велике різноманіття чинників, елементів такої екосистеми, та сформувати відповідну стратегію розвитку з метою визначення пріоритетів, з'ясування проблем та встановлення шляхів їх подолання. Не зважаючи на те, що кількість публікацій в цій сфері активно зростає, серед вчених відсутня єдність у визначенні основних понять. Серед вітчизняних науковців, які займаються вивченням проблеми цифрової трансформації діяльності фінансових установ, можна виділити Т. Васильєва, А. Долгушина, С. Кириленко, В. Корнівську, Л. Кузнецову, С. Леонова, Н. Полторадневу, П. Рубанова, О. Степаненка. Як показали дослідження до 2020 р. в Україні було проведено значну роботу з фінансовим сектором з метою його підготовки до впровадження фінансової екосистеми. Для цього було прийнято значну кількість нормативно-правових актів Національним банком України (НБУ), направлених на [1]:

1) удосконалення і осучаснення порядку здійснення емісії електронних платіжних засобів та операцій з їх використанням, захисту прав споживачів та урахування сучасних тенденцій на ринку;

2) створення умов для збільшення безготівкових розрахунків через запровадження нового виду рахунків – рахунок умовного зберігання (Escrow);

3) створення Експертної ради з питань комунікації з інноваційними компаніями та проектами;

4) внесення змін до Програмних продуктів, які використовуються на фондовому ринку, та програмного забезпечення автоматизованих, інформаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем, призначених для здійснення професійної діяльності на фондовому ринку, депозитарної діяльності Центрального депозитарію цінних паперів.

5) сприяння використанню новітніх ІТ-технологій учасниками фінансового сектору та забезпечення надійності функціонування ІТ-інфраструктури НБУ виконані окремі заходи проекту Будівництва основного центру оброблення даних регулятора НБУ (ЦОД НБУ) в частині побудови ІТ-інфраструктури (модернізація мереж та систем збереження даних) з розміщенням нового обладнання в існуючих серверних приміщеннях НБУ з можливістю подальшого перенесення цього обладнання до нового основного ЦОД НБУ;

6) розроблення проекту Національної стратегії підвищення рівня фінансової грамотності.

Реалізація Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року дозволила покращити окремі показники, які свідчать про готовність фінансового сектору до впровадження фінансової екосистеми. Проте FinTech в Україні перебуває на етапі зародження та налічує більше ніж 60 компаній з різним ступенем зрілості. Фактично, найбільшим FinTech-прикладом в країні є АТ КБ «Приватбанк» (до націоналізації), технологічні послуги якого випереджали не лише локальний український ринок, але й європейський [2]. Серед послуг фінансової екосистеми АТ КБ «ПриватБанк» найбільшим попитом користуються послуги, які входять до сегменту платежів та мобільних гаманців і рітейл-банкінгу

(«Приват24», «ІРАУ», «Фотокасса»), що пояснюється значною кількістю користувачів даних послуг; багатофункціональним інтерфейсом; відсутністю конкурентів; більш раннім часом їх впровадження порівняно з іншими послугами. Варто зазначити, що значно менший обсяг запитів до послуг з блокчейну, краудфандингу та фінансового менеджменту пояснюються обмеженням та дуже специфічним колом споживачів даних послуг. Однак не лише банки намагаються створити власні екосистеми. В Україні, мобільний оператор ПАТ «Київстар» пропонує платформу мобільних платежів «Смартгроші», якою скористалися понад 1 млн. клієнтів. До Vodafone Pay – послуги від ПрАТ «ВФ Україна» з моменту запуску долучилось понад 150 тис. клієнтів з середнім чеком 350 грн.

Таким чином, можна стверджувати, що на сьогодні в Україні склалася ситуація, коли інфраструктура та інші фактори є сприятливими для впровадження фінансової екосистеми. Не зважаючи на певне відставання, від запланованих показників Україна значно просунулася на шляху цифровізації фінансових послуг, про що свідчить зростання партнерства банків та інших фінансових установ в цій сфері.

Література:

1. Звіт про виконання комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/CP_finsektor_2020_report_2020-final.pdf?v=4 (дата звернення 22.05.2020).
2. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf (дата звернення 22.05.2020).

Єдинак В.Ю.,

к.е.н., доцент

Маракіна В.О.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Дорош О.М.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ

Ми живемо в епоху панування цифрових технологій, які розвиваються надшвидкими темпами. Володіння інформацією та перебування в інформаційних потоках значно розширює можливості підприємства на сучасному ринку. Інформаційно-телекомунікаційні технології стали одним із найважливіших факторів економічного зростання, створюючи передумови формування глобальної епохи цифрової економіки. До того ж вони є джерелом підвищення ефективності діяльності підприємства та його стійкого конкурентного розвитку.

Цифрова економіка надає вільний доступ до інформації та полегшує передачу знань, незважаючи на існуючі кордони. На відміну від старої моделі економіки, де інформація була аналоговою або фізичною, а спілкування відбувалося через фактичне переміщення людей та носіїв інформації, у сучасній економіці цифрові технології дають можливість вільно переміщати величезну кількість інформації в найкоротші терміни між людьми в різних частинах світу. Не менш важливим фактором є те, що сьогодні доступ до Інтернету є майже у кожному куточку планети, що значно розширює можливості інтеграції цифрової економіки. Цифрова економіка буде й надалі активно розвиватися, а в найближчі кілька років стане головним двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання у світі. Сучасні технологічні тенденції, такі як мобільні додатки, хмарні технології й аналіз даних створюють нові можливості для бізнесу. Перешкодою на цьому шляху може бути сповільнений розвиток частини країн світу та їх неготовність до глобальних змін. За таких умов виникає об'єктивна необхідність оновлення та адаптації організаційних структур управління підприємствами.

Інноваційне цифрове переосмислення існуючих бізнес-процесів передбачає скорочення рівнів ієрархії на користь простих та гнучких організаційних структур, які б збільшували отримання інноваційних ідей від «польових» працівників. Плоска структура організації – організаційна структура управління підприємством та компанією, що передбачає незначну кількість рівнів управління і широке коло управлінських функцій.

Для того, щоб так звані «польові» працівники мали можливість ефективно виконувати роботу в умовах скорочених організаційних ланок управління, можуть використовуватися різноманітні сучасні інструменти цифрового управління організацією. Наприклад, дистанційна зайнятість здійснюється поза традиційним місцем роботи й передбачає взаємодію з роботодавцем за допомогою телекомунікаційних та інформаційних технологій. Робота в «хмарі» (cloudworking) дає можливість виконувати окремі види робіт за допомогою сервісів та систем, які компанія отримує ззовні. Вони не потребують встановлення програмного забезпечення на комп'ютери, а відтак залучення додаткових ресурсів та людей. Краудсорсинг дає можливість отримання необхідних послуг, ідей або контенту шляхом прохання про взаємодію, звернених до великої аудиторії або соціальних груп в он-лайн співтоваристві. Фриланс дає змогу виконувати види робіт без залучення працівника у штат компанії. Завдяки коворкінгу виникає можливість поєднання різноманітних фахівців в єдиному для роботи просторі для виконання окремих проектів чи задач. Аутстафінг – це виведення співробітника за штат компанії-замовника та відповідне оформлення його в штат компанії-підрядника. При цьому співробітник продовжує працювати на колишньому місці і виконувати свої обов'язки, проте обов'язки роботодавця щодо нього покладаються на компанію-підрядника. Таким чином, спрощується організаційна структура компанії.

Цифрова сфера надасть можливість переходу на цифрові платформи управління інфраструктурою і сервісом. Основними напрямками розвитку можуть бути: здійснення різних транзакцій; створення бізнес-порталів для

розміщення замовлень і пропозицій; пошук постачальників через мережу Інтернет; продаж продукції через Інтернет; купівля продукції та сировини через Інтернет; пошук персоналу через мережу Інтернет; розміщення інформації в Інтернет-довідниках; створення власного сайту; онлайн-реклама; впровадження системи Інтернет-банкінгу для роботи з активами в режимі он-лайн; створення платіжних механізмів для підтримки торгівлі товарами і послугами; створення нових форм і інститутів кредитування, інвестування та страхування.

Тому на сучасному етапі розвитку всієї світової економічної системи перед українськими підприємницькими структура стоїть завдання побудови адаптивних організаційних структур з використанням цифрових інструментів управління. Це не тільки підвищить адаптивність такої організаційної структури підприємства, але й суттєво підвищить ефективність його діяльності.

Моргунова Т.І.,

к.т.н., доцент

Херсонський факультет Одеського державного університету внутрішніх справ

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ

Ухвалення господарського рішення – це складний багатоелементний процес, який формується і реалізується через певний організаційно-економічний механізм. Його реалізація потребує визначення та обґрунтування системи критеріїв, яких при цьому необхідно досягти. В умовах функціонування ринкового середовища одним з ключових параметрів, на які зорієнтовані господарські рішення, є забезпечення конкурентоспроможності підприємства, виготовлюваних товарів, робіт, послуг, а також господарської діяльності загалом.

Поняття конкурентоспроможності традиційно застосовують для характеристики таких об'єктів, як товар, підприємство, галузь, країна. До об'єктів, що володіють властивістю конкурентоспроможності, окремі науковці зараховують ще і нормативні акти, науково-методичні документи, проектно-

конструкторську документацію, технологію, виробництво, персонал (робітників, фахівців, менеджерів), цінні папери, інфраструктуру (навколишнє середовище), інформацію.

Конкурентоспроможність – це ринкова характеристика, яка може стосуватись як до окремого об'єкта, так і до суб'єкта ухвалення господарського рішення.

У процесі дослідження конкурентоспроможності ухвалених господарських рішень як узагальненої економічної проблеми треба враховувати такі фактори:

- необхідна кількісна об'єктивна оцінка конкурентоспроможності економічних об'єктів і ресурсів, що є носіями властивості, без чого забезпечення або підвищення рівня конкурентоспроможності має суб'єктивний характер;

- до основних принципів, що визначають дослідження конкурентоспроможності рішень, належать комплексність, відносність і конкретність;

- конкурентоспроможність є поняттям відносним;

- порівняння економічних об'єктів і ресурсів у процесі порівняльного аналізу конкурентоспроможності має задовольняти вимоги повноти і коректності.

У працях світових та українських вчених конкурентоспроможність об'єктів розглянута з позиції їх взаємодії і підпорядкування, що ґрунтується на фундаментальних основах теорії конкуренції [1]. За результатами цього аналізу можна зробити такі висновки:

- конкурентоспроможність суб'єкта господарювання визначається рівнем конкурентоспроможності його продукту (товару, послуги);

- що вища конкурентоспроможність підприємства, то вищою вважають галузеву конкурентоспроможність;

- конкурентоспроможність країни формують конкурентні переваги її суб'єктів господарювання і ресурсів, якими вона володіє;

- конкурентоспроможність продукту окремого суб'єкта господарювання, виду діяльності, регіону чи країни визначається якістю менеджменту, тобто організацією розроблення та реалізації конкурентоспроможних господарських

рішень.

Господарське рішення має складний і багатоелементний характер, тому його обґрунтованість залежить від якості виконання основних функцій менеджменту, здійснюваних як у процесі розроблення, так і в процесі реалізації кожного з них. Складність ухвалення господарського рішення можна простежити в процесі управління конкурентоспроможністю суб'єкта господарювання, оскільки цей процес повинен забезпечити прийняття таких конкурентоспроможних рішень, які повинні охоплювати всі рівні конкурентоспроможності. Такі умови, як показали дослідження, визначають істотний вплив процесів ухвалення господарського рішення на забезпечення конкурентоспроможності діяльності господарських суб'єктів.

Ключові аспекти процесу формування і забезпечення різних учасників процесу господарського управління і рівнів конкурентоспроможності подано на схемі (рис. 1).

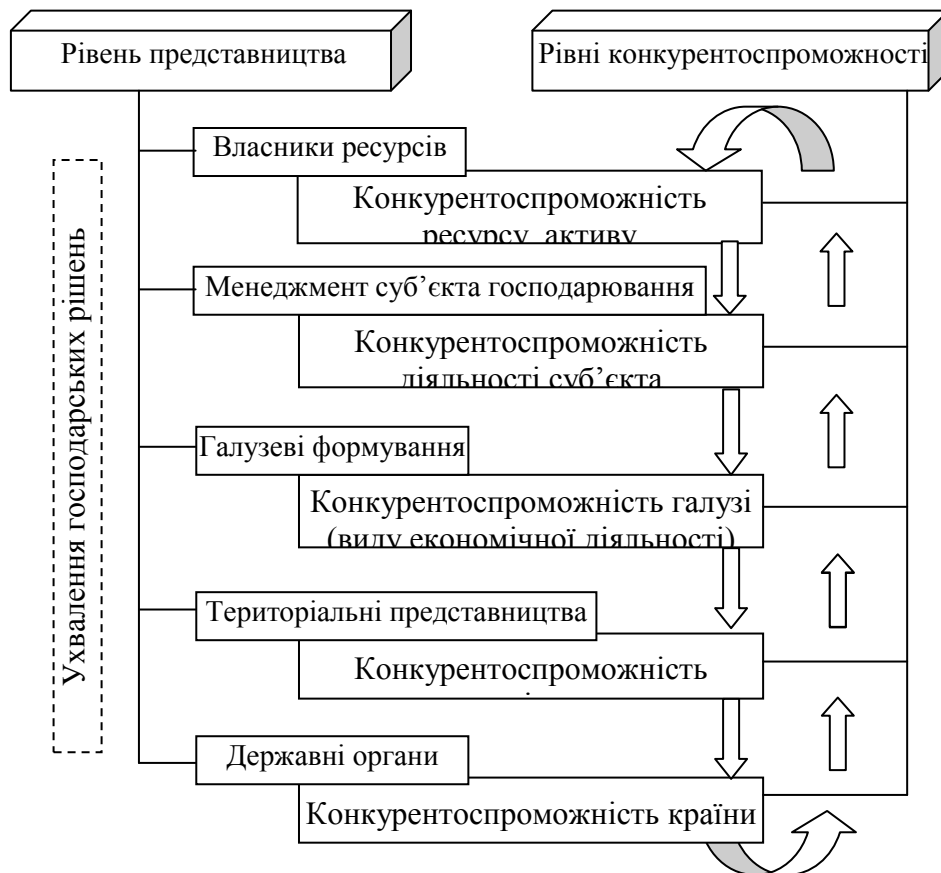


Рис. 1. Структурно-логічна схема взаємозв'язку процесів ухвалення конкурентоспроможних господарських рішень

Запропонований підхід до формування конкурентоспроможності кожного із вказаних рівнів визначає ієрархію об'єктів ухвалення рішень та факторів господарського впливу.

По-перше, він формує чіткі уявлення суб'єктів ухвалення господарського рішення про відкриту модель окремого активу, ресурсу і підприємства в умовах ринкового господарювання.

По-друге, він дає підстави зробити висновки, що конкурентоспроможність суб'єкта господарювання – це не іманентно притаманна йому властивість, а його характеристика, зумовлена якістю системи менеджменту і/або конкурентоспроможністю ухвалених господарських рішень, які розробляє суб'єкт господарської діяльності, порівняно з іншими учасниками ринкових відносин.

По-третє, запропонований підхід обґрунтовує необхідність встановлення критеріїв конкурентоспроможності рішення на кожному з визначених циклів господарської діяльності й під час побудови системи показників [2].

Під конкурентоспроможним господарським рішенням розумітимемо результат обґрунтування та вибору оптимального варіанта дії, сформований суб'єктом господарської діяльності щодо способів, напрямів, засобів забезпечення показників об'єкта управління відповідно до поставленої мети й установлених обмежень господарювання. Вибір відповідного варіанта господарського рішення здійснюється з урахуванням вибраної системи критеріїв і показників конкурентоспроможності та з дотриманням заздалегідь установленого порядку на основі науково обґрунтованих принципів.

В підсумку відзначимо, що оцінку конкурентоспроможності господарського рішення потрібно проводити, зіставляючи прогнозовані показники, отримані у результаті реалізації господарського рішення, із визначеними критеріями господарської діяльності суб'єктів. Під формуванням конкурентоспроможних господарських рішень слід розуміти розроблення такої сукупності господарських операцій, економічна ефективність яких забезпечує досягнення цілей господарської діяльності суб'єктів. Серед різних типів ухвалюваних господарських

рішень особливого значення набувають стратегічні рішення, оскільки вони визначають перспективи соціально-економічного розвитку підприємств. Саме такі рішення охоплені інвестиційною сферою діяльності господарських формувань. Розробляють такі рішення менеджери і погоджують загальні збори засновників.

Література:

1. Воронкова А. Е., Калюжна Н. Г., Отенко В. І. Управлінські рішення у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2008. 512 с.
2. Терехух А. А. Господарські рішення на промислових підприємствах: формування, реалізація та економічна ефективність: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. 244 с.

Приступа Л.А.,

к.е.н., доцент

Хмельницький національний університет

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ НА ЗАСАДАХ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ

Страхова компанія має постійно стежити за зміною ризику в тих чи інших галузях (сферах), вести відповідний статистичний облік, аналізувати й обробляти інформацію. З цією метою страхові компанії використовують систему управління ризиками, яка містить низку різноманітних заходів організаційно-фінансового характеру, що дозволяє певною мірою передбачити їх наслідки та розмір збитку, який потрібно відшкодувати.

У світовій страховій практиці управління ризиком визначається як «ризик-менеджмент», під яким розуміють сукупність послідовних заходів антикризової діяльності, застосування яких має комплексний, системний

характер і базується на використанні стандартних прийомів управління ризиком. Провідні світові компанії випереджальними темпами вносять істотні зміни в системи ризик-менеджменту. Підходи, принципи й універсальні рекомендації з управління ризиками описані в ключовому глобальному стандарті з ризик-менеджменту ISO 31000.

Функціонування систем ризик-менеджменту, в умовах цифровізації страхового бізнесу нерозривно пов'язано з еволюцією різновидів ризикових подій, що вимагатиме нових навичок від менеджменту, інструментів та методів управління ризиками в умовах посилення конкуренції. Тому, важливим є розвиток методів реагування на ці проблеми за допомогою прогнозування та адаптивного управління. Таким чином, у відповідності до умов конкурентного середовища системна робота з впровадження інновацій страховими компаніями повинна проводитись й у сфері ризик-менеджменту (рисунок 1). Складовими системи впровадження інноваційного ризик-менеджменту страховою компанією є методи, процедури, нормативи, які використовуються для оптимізації ризиків, де початковими блоками є дизайн системи, розробка структури і політики управління, також аналіз звітів, фінансової та іншої інформації, що супроводжується безперервним удосконаленням структури.

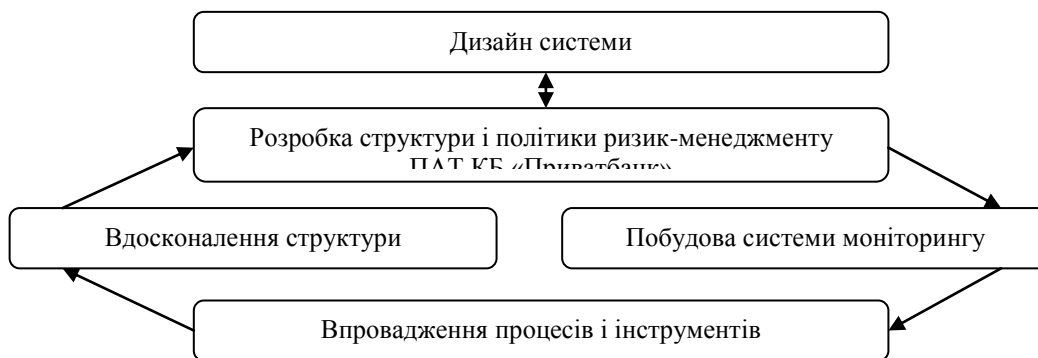


Рис. 1. Концептуальна модель системи впровадження інноваційного ризик-менеджменту страховою компанією

Побудова ефективної системи ризик-менеджменту є ознакою якісного корпоративного управління для всіх страхових компаній і має бути ключовим

пріоритетом для керівництва з метою ужиття превентивних, а не реактивних заходів фінансового управління. На основі аналітичного узагальнення фахової літератури та проведених досліджень пропонуємо наступну структурну організацію процесу ризик-менеджменту страхової компанії (рисунок 2). Ключовим етапом оцінювання можливості ризику є виявлення причин ризиків і визначення тенденцій. Запобігання є набагато більш ефективним, ніж прийняття ризиків та покриття втрат від їх дії. Використання технологічних інновацій страховиками, дозволить впроваджувати нові методи управління ризиками і приймати більш ефективні рішення щодо зниження ризику при менших витратах. Швидкі та дешеві обчислювальні потужності дозволяють використовувати наявні можливості структурованої і неструктурованої інформації про клієнтів, для більш ефективних рішень щодо потенційних ризиків, контролювати страховий портфель для раннього виявлення проблем, виявляти фінансові проблеми та прогнозувати операційні втрати.



Рис. 2. Структурна організація процесу ризик-менеджменту страхової компанії

Усі ризики страхової компанії повинні оцінюватись на основі ймовірності та ступеня їх впливу. Ризики з низькою ймовірністю і низьким впливом, швидше за все, будуть допущені, та ніяких подальших дій не будуть потребувати. Для тих ризиків, які вимагають застосування нереалізаційних дій, доцільною є розробка відповідної стратегії, а планування ризик-менеджменту і вибір інструментів буде залежати від типу ризику. Важливим етапом у даному напрямі є оцифрування процесу, що створює взаємовигідну ситуацію: збільшення ефективності та нижчу ціну поряд з покращенням якості обслуговування клієнтів, також покращуються результати продажів.

Пушкар З.М.,

к. г. н., доцент

Пушкар Б.Т.,

к. г. н., викладач

Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

В умовах третьої хвилі глобалізації важливу роль в розвитку країн відіграє цифрова економіка, найголовнішим фактором якої є інформація та знання, а також шляхи доступу до них. Цифрова економіка - це не окрема галузь, а віртуальне середовище, яке доповнює нашу реальність. Все частіше цифрова економіка переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування все складнішим.

Останні негативні тенденції у світі, а саме боротьба з коронавірусом, яка обмежила вільне пересування громадян усіх країн і звичний їх спосіб життя, зумовило їх все частіше користуватися інтернет мережами і іншими цифровими технологіями. Звичні офіси змінилися домашніми обстановками, шкільні класи та аудиторії ВНЗ теж перемістилися на різні інтернет платформи. Таке цифрове робоче місце це віртуальний еквівалент фізичного робочого

місця, котрий вимагає належної організації, користування та управління, оскільки воно має стати запорукою підвищеної ефективності працівників та створення для них більш сприятливих умов праці. В умовах цифрової економіки робочі місця перестають бути прив'язаними до фізичних місць. Вони стають “цифровими”, віртуальними, мобільними, тобто такими, що не потребують постійного перебування працівника на робочому місці [5].

Сучасні світові зміни змушують шукати все новіші шляхи і технології які б могли найбільшим чином задовільнити попит споживача у виборі тих чи інших цифрових продуктів. На сьогоднішній день основними продуктами цифрової економіки є ті ж самі товари і послуги традиційної економіки, що надаються за допомогою комп'ютерного обладнання і цифрових систем на кшталт глобальної мережі Інтернет. Це має свої переваги, головною з яких є підвищення доступності звичайних користувачів до певних ринків (товарів чи послуг), а не лише великих компаній, зниження трансакційних витрат, підвищення ефективності і конкурентоспроможності [1].

Цифрова економіка виступає ефективною основою розвитку системи державного управління, економіки, бізнесу, соціальної сфери і всього суспільства. Формування цифрової економіки – це також питання національної безпеки і незалежності України, конкуренції вітчизняних компаній, позиції країни на світовій арені на довгострокову перспективу.

В цілому технологічні зміни мають значний вплив на економічний розвиток країни. Водночас впровадження цифрових технологій супроводжується і певними викликами, які мусить подолати суспільство і держава для успішного впровадження цифрової економіки в життя: короткострокове зниження продуктивності праці від впровадження нових технологій; скорочення чисельності працюючих, зокрема високооплачуваних та низько кваліфікованих працівників та зростання технологічного безробіття. Серед чинників, які сприяють цифровому розвитку і поширюють вигоди на всю економіку і на все суспільство слід виділити

цифрові фінансові послуги, цифрова ідентифікація, соціальні мережі і відкриті дані, використання технології блокчейн [3].

В умовах цифрової економіки людський капітал та інформаційні технології відіграють вирішальну роль в забезпеченні сталого розвитку економіки. У зв'язку з цим підготовка висококваліфікованих фахівців з врахуванням потреб ринку та сучасних тенденцій розвитку цифрових технологій, ефективне впровадження яких супроводжується прискоренням економічного зростання, збільшенням кількості робочих місць, підвищенням якості послуг, набуває особливого значення. Щоб максимально використати потенціал цифрових технологій потрібні нові фахівці, що володіють сучасними знаннями, цифровими навиками, мають професійні навички базової ІКТ-грамотності, здатні до самонавчання протягом усього життя, вміють вирішувати складні завдання в постійно змінюваному середовищі [4].

Для успішного розвитку цифрової економіки в Україні потрібна ефективна державна політика щодо подолання «цифрового розриву» та стимулювання розвитку цифрової економіки. Країна не може бути успішною в розвитку цифрової економіки за відсутності необхідної нормативно-правової бази, стратегії розвитку економіки, що базується на цифрових технологіях. Персонал підприємств у даний час виступає в якості ключового чинника виробництва в усіх сферах економічної діяльності, що підвищує конкурентоспроможність продукції, рівень життя населення, забезпечує економічне зростання і національний суверенітет держави.

Література:

1. Ефективність та конкурентоспроможність банківської системи України /Г.Т. Карчева, Т.С. Смовженко, В.І. Міщенко та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук Г.Т. Карчевої. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2016. 276 с.
2. Шваб Клаус. Четвертая промышленная революция: перевод с анлийского. Москва: Издательство «Э». 2017. 208 с.

3. Карчева Г., Ленартович Р., Кавецький В. Використання технології блокчейн як фактор підвищення ефективності фінансової сфери. *Банківська справа*. 2017. №2. С. 110-119.
4. Карчева Г.Т., Карчева І.Я. Удосконалення освіти в умовах цифрової економіки. Проблеми забезпечення ефективного функціонування та стабільного розвитку банківської системи та економіки. Київ. 19 травня 2017. С. 320-322.
5. Пушкар З. М., Пушкар Б. Т. Вплив цифрової економіки на ринок праці. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. Збірник тез доповідей 16–17 квітня 2020 р. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту. С. 290 -294.

Халіна О. В.,

к.е.н., доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

СПІЛЬНІ ІНТЕРЕСИ ФІНАНСОВОГО ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ В ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ США

За сучасними переконаннями, розвинене інформаційне суспільство характеризується певним набором функцій, серед яких головним чином виділяють: підвищення ролі інформації та знань у суспільстві, створення глобального інформаційного простору, появу нових фундаментальних стратегій в економіці, використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, підвищення рівня професійної та культурної освіти тощо. У світовій практиці розроблено декілька підходів до розробки ІС, які визначаються національними особливостями політичного, економічного та соціального характеру. Сполучені Штати походять від існування національної інформаційної інфраструктури та побудови цифрової економіки. У другій половині 90-х років у США доходи на вкладений капітал та темпи зростання доходу були одними з найвищих в

розвиненому світі. Стверджується, що ці досягнення базуються на таких чинниках: технологічні інновації, зміни в організації бізнесу та державна економічна політика. Технологічні інновації стосуються переважно інформаційних технологій. Їх різні галузі, об'єднані в єдине ціле в комп'ютерах, програмному забезпеченні для них та в телекомунікаціях. Ще на початку 90-х це призвело до прориву економічного потенціалу нових технологій [1].

Однак ці досягнення принесли мало б користі для економіки, якби США не виявили самої суті цих змін і не зробили б необхідних перетворень. Зміни відбулися як у провідних технологіях, так і на рівні організації виробництва: змінилися стратегії управління персоналом, виникли нові типи взаємовідносин з постачальниками та споживачами продукції та послуг, виникли нові стратегії бізнесу, відбулися серйозні зміни характеру фінансових відносин та оплати праці. Не відставала і державна політика, де впровадили жорстку економічну дисципліну. Держава заохочувала інвестиції для покращення якості робочої сили та нових технологій, докладала серйозних зусиль для створення нових ринків в країні та за кордоном, створювала та підтримувала інституції, які сприяли розвитку глобальних інтеграційних процесів. Усі ці заходи сприяли розвитку нових технологій та покращували якість організації фінансового сектору [2]. Першість в технологіях не можна виграти з невеликим дослідницьким бюджетом, без тісної співпраці з університетськими центрами та національними лабораторіями. Найуспішніше нова економіка формується в центрі концентрації наукових відомств і компаній, орієнтованих на впровадження нових технологій, таких як Кремнієва долина, Каліфорнія. Тут і в інших подібних центрах творчий потенціал злиття американської науки та бізнесу особливо високий. Таким чином, нова економіка є кластерною. Саме в їхніх кластерах з'являються і дозрівають нові технології та бізнес-рішення, які перетворюють не тільки національну, але і глобальну економіку [3]. Розвитку фінансового сектору сприяють прямі контакти носіїв знань – дослідників та розробників. Ці умови майже ідеально досягаються у кластері малих та середніх фірм, які беруть участь у розробці та впровадженні нових продуктів та

технологій, центром яких часто є університет. Саме тут виникають умови для переливу як знань, спостерігається синергетичний ефект взаємодії різних областей знань, існує плідна атмосфера академічних і прикладних досліджень. Найвідомішими центрами цього типу є Кремнієва долина; Дослідницький трикутник у Північній Кароліні; Массачусетс 128; Остін, Техас [4]. На прикладі індексу S&P 500 сектор інформаційних технологій посідає 1 місце (21,48%), а фінансовий сектор – 3 місце (13,07%). S&P 500 - це фондовий індекс, в який включені 500 компаній з найбільшою капіталізацією, що торгуються на біржах США [2]. Зараз передовими секторами, які формують нову технічну структуру, є біотехнологія, поновлювана енергетика, штучний інтелект, 3D-друк. Рання фаза бізнес-циклу триває в середньому близько одного року і супроводжується максимальним зростанням ринку – близько 20%. Як результат, фінансовий сектор демонструє хороше зростання. Окрім цього, на ранній фазі в очікуванні відновлення економіки, інформаційний сектор також демонструє позитивні результати [5]. У фінансовий сектор входять компанії, пов'язані з розробкою технологічних продуктів: електроніки, ПО, комп'ютерів і компонентів. Це найбільший сектор в індексі S&P 500, що становить чверть його капіталізації. Сектор інформаційних технологій – основний драйвер зростання американського ринку в останнє десятиліття, він показав за цей час зростання майже в 300%. Будь-який великий бізнес залежить від технологічних рішень і інновацій, потребує автоматизації, створення корпоративного ПО, управлінні своїми логістичними системами, в захисті своїх даних [5]. В новій економіці технологічні інновації надзвичайно важливі з двох причин. По-перше, ІТ сектор сам по собі високопродуктивний, його зростання благотворно позначається на всій економіці. По-друге, проникнення інформаційних технологій в інші сектори економіки принципово змінює їх характер, робить більш продуктивними як їх людський, так і фізичний капітал за рахунок зміни самих форматів ведення бізнесу.

Література:

1. Asselin G., Mastron R. FrancaisAmericains. Ces Differences qui Nous Rapprochent .N.Y.: Alban. 2015. 135p.
2. Сектори на прикладі індексу S & P [Электронный ресурс]. URL: [500https://journal.tinkoff.ru/sectors](https://journal.tinkoff.ru/sectors).
3. Анікін А. Економіка США на рубежі століття: Підсумки проблеми. *Збірник наукових праць КНЕУ*. 2016. № 11. С. 27 - 46.
4. Baudry P. French and Americans. The Other Shore . Berkeley. 2015. 186p.
5. Сектори економіки США в індексі S & P500 [Электронный ресурс]. URL: <https://academybusiness.ru/clients/press/sectori-ekonomiki-ssha-v-indekse-sp500/>

3. ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Баб'як Г.П.,

к.г.н., доцент

Коломієць С.О.,

здобувач вищої освіти

Тернопільський національний економічний університет

КАДРОВА ПОЛІТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних ринкових умовах, кадрова політика підприємства є складовою частиною всієї управлінської діяльності. Вчені стверджують, що кадрова політика спрямована на підвищення максимальної віддачі від використання людських ресурсів. Значимість кадрової політики підприємства в сучасних ринкових умовах істотно зросла, оскільки робоча сила є основним елементом, який сприяє його результативній роботі.

Загальні вимоги до кадрової політики в системі сучасного менеджменту зводяться до такого [4]:

1) кадрова політика повинна бути тісно пов'язана зі стратегією розвитку підприємства;

2) кадрова політика повинна бути досить гнучкою. Це означає, що вона повинна бути, з одного боку, стабільною, оскільки саме зі стабільністю пов'язані певні очікування працівника, а з іншого – динамічною, тобто коригуватися відповідно до змін, що відбуваються на підприємстві, виробничої та економічної ситуації;

3) кадрова політика повинна бути економічно обґрунтованою, тобто виходити з реальних фінансових можливостей підприємства;

4) кадрова політика повинна бути спрямована на формування такої системи роботи, яка орієнтувалася б на отримання не тільки економічного, але і соціального ефекту. В цілому, вона повинна забезпечити процеси формування і відшкодування людських ресурсів шляхом організації:

- управління демографічними процесами;
- управління освітою;
- управління соціальним розвитком.

Наразі, у побудові стратегічного плану розвитку кадрової політики підприємства має переважати ефективно розроблена концепція управління персоналом з чітко визначеними компонентами. Метою цієї концепції є створення системи на засадах синергетичного підходу, який базується на економічних стимулах та різних формах соціальних гарантій, що в свою чергу має зблизити інтереси найманих працівників з інтересами власників, відповідно, підвищити ефективність виробництва продукції, а також продуктивність праці персоналу.

Існує багато підходів до формування концепції управління персоналом, але з-поміж них виділяють такі основні методологічні засади, як:

- будь-яке підприємство залучає у необхідній кількості людський капітал;
- обов'язковою умовою є проведення добору персоналу, а саме проведення співбесіди з новими співробітниками підприємства, де з ними проводять вступний інструктаж, а також оцінюють їх потенційні навички чи здібності; проводиться щорічна атестація персоналу на відповідність займаній посаді;
- на підприємстві повинна бути налагоджена ефективна система матеріальної компенсації праці, а саме бізнес-результат – матеріальна винагорода [3].

В загальному розумінні напрямками покращення показників використання персоналу є певні невикористані можливості економії затрат праці персоналу підприємства, які виникають внаслідок дії тих чи інших факторів (удосконалення техніки, технології, організації виробництва і праці).

Ефективність використання залежить передусім від ступеня використання даних напрямків.

В рамках кадрового планування вирішуються питання стосовно забезпечення підприємства робочою силою необхідної якості та в необхідній кількості, ефективного використання персоналу, удосконалення соціальних відносин. Ці питання мають бути невід'ємною прерогативою відділу персоналу. В результаті того, що планування кадрового потенціалу підприємства здійснюється працівниками, які не в повній мірі володіють азами планування, то формування можливого його кадрового потенціалу може бути приблизним. Частіше трапляються обставини, коли для забезпечення ефективного виробничого процесу не вистачає робітників, тому начальникам цехів (ділянок) доводиться розподіляти невиконану роботу між робітниками.

Підсумовуючи вищесказане, варто зазначити, що кадрова політика підприємства займає важливе місце серед основних інструментів моделі корпоративного управління, що пов'язує між собою його виробниче, економічне та соціальне середовище та забезпечує оптимізацію використання кадрового потенціалу залежно від поточних потреб.

Література:

1. Баб'як Г.П. Відбір персоналу – основа технологій управління якістю персоналу. *Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій*: монографія /В. А. Фалович [та ін.]; за ред. д.е.н., доц. В. А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б. 2019. С. 6-20 (231 с.)
2. Babiak Halyna, Iliash Iryna. Personnel selection – basis of technology of it's quality managemant. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України: Науковий журнал*. Випуск 23. Тернопіль: Економічна думка. 2018. С. 73-77.
3. Мамотенко Д. Ю. Розробка кадрової стратегії організації в сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. №14. С. 49-52.

4. Письменна О. О. Теоретичні основи та методичний інструментарій формування кадрової стратегії підприємства: дис. канд. ек. наук: 08.00.04. Дніпро, 2017. 320 с.

Білуросов С.Г.,

к.т.н., доцент, директор

Херсонського обласного центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЩОДО НАВЧАННЯ КАДРІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Людський потенціал є основним стратегічним ресурсом і чинником економічного зростання. Запорукою сталого соціально-економічного розвитку є високі якісні та кількісні параметри людського потенціалу, природна база формування якого характеризується демографічними особливостями його відтворення. Перспективи демографічного розвитку Херсонської області, в тому числі, обумовлені ефективністю регіональної соціальної політики у напрямі зниження темпів зменшення населення, підтримки народжуваності; зменшення міграційних втрат населення шляхом збільшення інвестицій у медичне обслуговування і соціальний захист різних верств населення та ін. [1].

У травні поточного року, відбулось засідання постійної комісії Херсонської обласної ради з питань міжнаціональних відносин, культури, науки, освіти, молодіжної політики, фізичної культури та спорту, курортно-туристичної діяльності. Проінформовано, що обсяг фінансування програми «Розвиток людського капіталу Херсонської області», затвердженої рішенням XII сесії Херсонської обласної ради VII скликання №473 від 10 квітня 2017 року, у 2019 році становить 2743,3 тис. грн., які використані в сумі 2393,1 тис.

грн., з них: 717,3 тис. грн. – кошти обласного бюджету, 1675,8 тис. грн. – кошти інших місцевих бюджетів. За рахунок яких було здійснено наступні заходи:

- надано 44 цільові пільгові кредити на здобуття вищої освіти педагогічних фахівців;
- надано 23 цільові пільгові кредити на здобуття вищої освіти медичних фахівців;
- надано 2 цільові пільгові кредити на здобуття вищої освіти фахівців тренерсько - викладацького складу;
- надано 4 цільові пільгові кредити на здобуття вищої освіти фахівців для галузі культури;
- надано 4 цільові пільгові кредити на здобуття вищої освіти фахівців для агропромислового комплексу;
- здійснено підготовку 181 особи у вузах за спеціальностями демобілізованих військовослужбовців, які проходили службу в зоні проведення АТО;
- здійснено підготовку 2 осіб у закладах вищої освіти військовослужбовців підрозділів територіальної оборони в Херсонській області;
- надано матеріальну допомогу 3 демобілізованим військовослужбовцям, які проходили службу в зоні проведення АТО, на навчання за програмою підготовки офіцерів запасу на кафедрі військової підготовки Одеського державного екологічного університету;
- спрямовано 102,0 тис. грн. на відшкодування витрат на обслуговування кредиту Обласного фонду підтримки індивідуального житлового будівництва на селі.

Таким чином, за програмою «Розвиток людського капіталу Херсонської області» навчається 263 особи. За словами начальниці управління освіти і науки облдержадміністрації Ірини Дробиш, іще 20 осіб виявили бажання розпочинати навчання в рамках цієї програми у 2020 році. Херсонська область на постійній основі надає інформаційно-аналітичні матеріали щодо її реалізації до центральних органів влади [2].

На базі Херсонського обласного центру перепідготовки та підвищення кваліфікації з метою підвищення компетентності працівників реформованих органів місцевого самоврядування (об'єднаних територіальних громад), відповідно до підписаної у 2020 році Угоди з Малопольською школою публічного адміністрування Краківського економічного університету за участю Центру планується провести навчальні семінари для працівників реформованих органів місцевого самоврядування (ОТГ) шляхом реалізації (сертифікованої освітньої) спеціалізованої професійної програми післядипломного навчання «Управління в органах місцевого самоврядування України» для менеджерів середнього рівня (керівники підрозділів, комунальних інституцій, проектних та робочих груп) в рамках проекту «Децентралізація приносить кращі результати та ефективність (DOBRE)» за допомогою платформи дистанційного навчання, що залучить більшу кількість бажаючих взяти участь у зазначеному навчанні.

Навчання слухачів, в тому числі і дистанційне, планується проходити за 8 напрямками, один із яких є розкриття актуального питання щодо формування, розвитку та управління людськими ресурсами в умовах соціально-економічних реформ:

- управління місцевим самоврядуванням - концепції, моделі та практика в Україні;
- управління людськими ресурсами;
- управління місцевим економічним розвитком;
- публічні послуги – масштаб та наслідки для лідерів;
- територіальне управління;
- бюджети та управління фінансовими ресурсами;
- соціальні комунікації та зовнішні партнерства;
- управління проектами;
- лідерство.

В умовах децентралізації державного управління в Україні, зміцнення самостійності регіонів, формування об'єднаних територіальних громад важливим стає коригування державної та розробка ефективної регіональної

кадрової політики як одного з дієвих інструментів активного впливу на процеси, що відбуваються в державі, в межах оптимізації чисельності апарату управління, необхідність ефективного використання людського потенціалу та якісна підготовка фахівців та управлінців, запровадження інновацій в усі сфери життєдіяльності.

На сьогодні для регіону продовжує бути актуальною реалізація обласної програми «Розвиток людського капіталу Херсонської області» на 2017-2023 роки та ключової її складової щодо створення робочих місць та заповнення вакансій в області за рахунок інформаційно-роз'яснювальної роботи з населенням, застосування сучасних технологій підготовки кадрів та створення нових робочих місць.

Література:

1. Білорусов С.Г. Формування та розвиток людського капіталу в Україні: науково-практична розробка. Херсон: ХОЦППК. Видавництво "ЛТ-Офіс", 2017. 58 с.
2. Інформація щодо проведення передсесійного засідання гуманітарної комісії обласної ради з питань міжнаціональних відносин, культури, науки, освіти, молодіжної політики, фізичної культури та спорту, курортно-туристичної діяльності: Електронний ресурс. URL: <http://khor.gov.ua/2020/05/25/20>

Ілляшенко С.М.,

д.е.н., професор

Національний технічний університет ХП

ПЕРСПЕКТИВИ І ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТА УСТАНОВ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку світової економіки знання стають основними засобами й предметом суспільного виробництва. Вони також стають основними факторами формування конкурентних переваг як окремих

підприємств та установ, так і національних економік у цілому. Знання становлять основу людського капіталу який, в свою чергу, є однією зі складових інтелектуального капіталу господарюючих суб'єктів різного рівня (окремого підприємства чи установи, галузі, регіону, держави тощо), разом з організаційним (структурним) та споживчим (інтерфейсним) капіталами [1]. Здатність до формування, збільшення і реалізації людського капіталу все більшою мірою визначають економічну міць держави та якість життя її народу.

У людському капіталі, як і інших капіталах-підсистемах інтелектуального капіталу, автор виділяє дві частини [2]: ресурсну, як певну сукупність ресурсів; потенціальну, як здатність до реалізації наявних ресурсів. Світовий досвід свідчить, що економічно розвинені країни, які як правило є лідерами інноваційного зростання, мають збалансовану структуру людського капіталу. Їх ресурсна і потенційні частини є збалансованими і взаємно відповідними одна одній.

Аналіз вітчизняних реалій показує іншу картину. Ресурсна частина людського капіталу оцінена за низкою важливих показників є достатньо розвиненою. Зокрема, за одним з показників (відсоток населення віком 30–34 роки, які мають завершену вищу освіту) Україна має рівень вищий ніж середньоєвропейський [3]. За даними [4] Україна має достатньо високі значення 2 з 6 характеристик людського капіталу, які впливають на інноваційний розвиток країни: 21 – ефективність вищої освіти; 32 - концентрація високотехнологічних і дослідницьких підприємств і компаній. Це також свідчить про потенційну здатність персоналу підприємств та установ України продукувати і комерціалізувати нові знання які є основою інновацій. У цілому ж – про все ще не втрачену можливість переходу на шлях випереджаючого інноваційного зростання на основі продукування і комерціалізації нових знань, як головного фактору формування, посилення і реалізації конкурентних переваг [5], що сприятиме зростанню вітчизняної економіки, а відповідно і добробуту та якості життя народу України.

Проте інша (потенційна) частина людського капіталу України (її підприємств та установ) є такою, що не відповідає ресурсній, до того ж вона постійно і неухильно зменшується [6]. Зокрема, зменшується кількість наукових і науково-дослідницьких установ, кількість дослідників у розрахунку на 1 млн. населення. Відбувається спад інноваційної активності підприємств та установ. Зростає міграція творчо активного населення як молоді, так кваліфікованих фахівців до інших країн, де вони можуть реалізувати себе. Подальше продовження цих процесів призведе до того, що у найближчому майбутньому вже не можна буде передати накопичені знання і досвід, ноу-хау тощо новим поколінням: не буде тих хто передає і тих, що сприймають. У окремих галузях ситуація вже є критичною.

Фактично відбувається деіндустріалізація країни і це при тому, що розвиток підприємств промисловості безпосередньо визначає темпи НТП і економічного зростання інших галузей і національних економік у цілому. А це вже безпосередньо загрожує системним відривом від економічно розвинених країн через несумісність техніки, технологій, методів управління, стандартів якості життя тощо. Подолати такий розрив вже буде практично неможливо, оскільки не буде основної рушійної сили розвитку, а для економіки України єдино прийнятним є випереджаючий інноваційний розвиток, – людського капіталу певного рівня.

Узагальнюючи викладе можна зазначити про розбалансованість процесів формування і реалізації людського капіталу України. Україна все ще має достатньо високий рівень його ресурсної частини, який проте має тенденції до зменшення і низький та явно недостатній рівень його потенційної частини, який визначає здатність реалізувати наявні людські ресурси. Без розроблення і впровадження державної стратегії розвитку людського капіталу виправити існуючий стан речей не уявляється можливим. Причому часу на це вже практично не залишилося.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розроблення і наукове обґрунтування основних положень зазначеної стратегії. Звичайно, з урахуванням зарубіжного досвіду і вітчизняної специфіки.

Література:

1. Ілляшенко С.М., Голишева Є.О., Колодка А.В. *Управління інтелектуальним капіталом підприємства: монографія*. Суми: ТОВ «Триторія». 2017. 360 с.
2. Ілляшенко С.М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства. *Економіка України*. 2008. № 11. С.16-26.
3. The Global Innovation Index. (2019). Retrieved from <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>.
4. Bloomberg назвав нову позицію України у рейтингу найбільш інноваційних економік світу. 2019. Retrieved from <https://informator.news/bloomberg-nazvav-novu-pozytsiyu-ukrajiny-u-rejty-nhu-najbilsh-innovatsijnyh-ekonomik-svitu/>.
5. Iliashenko Sergii, Rot-Sierov Yevhenii. Knowledge as a factor of organization's competitive benefits: prospects for Ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2016. № 156 (1-2). P. 49-53.
6. Наукова та інноваційна діяльність України : статистичний збірник.. Київ : Державна служба статистики України. 2019. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf.

Літинська В.А.,

к.е.н., доцент

Полець М.Ю.,

здобувач вищої освіти

Хмельницький національний університет

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ НА ОСНОВІ
ЕФЕКТИВНОГО ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ**

На сьогоднішній день, зайнятість населення являє собою діяльність частини населення щодо створення суспільного продукту (національного доходу). Саме в цьому полягає її економічна сутність.

Зайнятість населення – найбільш узагальнена характеристика економіки. Вона відбиває досягнутий рівень економічного розвитку, внесок живої праці в досягнення виробництва. Зайнятість об'єднує виробництво і споживання, а її структура визначає характер їхніх взаємозв'язків [1, с. 213].

Соціальна сутність зайнятості відображає потребу людини в самовираженні, а також у задоволенні матеріальних потреб через дохід, який особа отримує за свою працю. Саме тому, можна стверджувати, що для повномасштабної зайнятості необхідно ефективно формувати людський капітал.

Сучасний погляд на людину як носія людського капіталу означає визнання її здібностей у повному розумінні слова капіталом, тобто цінністю, яка приносить дохід, але з яскраво вираженою специфікою, без урахування якої потенціал людини може і не реалізуватися. Ця специфіка полягає у визнанні елементів індивідуального в людській природі, в задатках, поведінці, потребах, бажаннях людини, що опосередковують співвідношення капіталовкладень і результатів.

Людський капітал можна визначити як накопичений людиною запас здібностей, знань, навичок, умінь, які використовуються в тій чи іншій сфері суспільного відтворення, сприяють зростанню продуктивності праці і тим самим впливають на збільшення доходів цієї особи. Формування людського капіталу потребує додаткових інвестицій задля отримання додаткових прибутків у майбутньому. До найважливішого виду інвестицій у людський капітал належить освіта [2, с. 124].

Формування людського капіталу на певному рівні має свої особливості, та відбуватись воно може одночасно на декількох, а то і на кожному з них.

Всеохоплюючим для країни є четвертий рівень, який дає нам уявлення про ситуацію загалом.

На формування людського капіталу впливають такі фактори [3, с. 39]: рівень освіти; стан сфери охорони здоров'я; соціальне середовище; демографічна ситуація; рівень життя населення; екологічна ситуація.

Людський капітал потребує постійного розвитку, а для цього необхідні значні інвестиційні вкладення. На макрорівні його фінансування відбувається за рахунок Державного бюджету України.

Одним з аспектів, що найбільше впливають на людський капітал є освіта, а саме інвестиції в неї. Вона є основоположним чинником формування особистості, рівня її інтелекту та культури, дозволяє проявити нахил до певної сфери діяльності.

Від якості освіти залежить подальше працевлаштування та заробітна плата працівника, які можуть надалі збагачувати людський капітал. Інвестиції в цю сферу можуть бути формальними та неформальними. Формальними інвестиціями вважаються отримання початкової, середньої, спеціальної та вищої освіти, різні курси, а неформальними – самоосвіта, тобто читання розвиваючої літератури, зацікавленість мистецтвом.

Науковці стверджують, що рівень інвестування в освіту не повинен бути меншим 10 % від ВВП, а у певних джерелах – не менше 12% [4, с. 36].

Щороку все менше студентів вступають та випускаються з вищих навчальних закладів України, що частково спричинено їх нерозумінням важливості вищої освіти або вибором такого закладу закордоном. Певним чином такі процеси відбуваються через низький рівень народжуваності у 90-ті роки, спричинений становленням держави та економічною кризою. Проте число студентів, як I-II, так і III-IV рівнів акредитації зменшується через небажання навчатися в Україні та вибір іноземних закладів як альтернативи. Стан вищої освіти і людського капіталу загалом залежить також від зовнішньої міграції молоді в цілях навчання чи постійної роботи, яка негативно впливає на людський капітал в державі. Такий відтік умів пояснюється вищим, ніж в

Україні, рівнем потенційної заробітної плати закордоном, який приваблює населення.

Людський капітал є основним ресурсом держави та активатором її розвитку, що пояснюється інтелектом населення, його здатністю до вдосконалення та креативністю. Ці складові доповнюють один одного, тому тільки за наявності їх усіх індивід може ефективно працювати та бути корисним для суспільства.

Література:

1. Буряк П. Ю. Економіка праці і соціально-трудова відносини: навч. посіб. / П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, М. І. Григор'єва. Київ: Центр навч. літератури, 2004. 410 с.
2. Головка Л.С. Людський капітал як ресурс економічного розвитку. *Економічний нобелівський вісник*. №1(7). С. 122—127.
3. Горбань С.Ф., Чумак О.В. Сучасний стан та шляхи забезпечення розвитку людського капіталу в Україні. *Економіка та держава*. 2013. №9. С. 37—41.
4. Горячук В.Ф. Інвестиції у людський капітал та віддача від них. *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2012. 2, №1. С. 34—39.

Літовченко Б.В.,

к.е.н., доцент

Ковтун Н.С.,

к.е.н., доцент

Університет митної справи та фінансів (м. Дніпро)

ЕВОЛЮЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Сучасний світ стоїть на порозі нового суспільства – інтелектуального, яке базується на концепції “економіки знань”. Саме тому теорія та практика

менеджменту виходять на якісно новий щабель свого розвитку. Проблеми “економіки, що базується на знаннях”, “організації, яка навчається” стають сьогодні предметом дослідження всесвітньо відомих західних і вітчизняних економістів, теоретиків та практиків менеджменту, у тому числі, і стратегічного управління, з огляду на зміни як внутрішнього середовища сучасних організацій, так і зовнішнього оточення, яке все в більшій мірі впливає на їх функціонування.

В умовах дефіциту ресурсів і більш відкритого доступу до них, основною конкурентною перевагою організацій починає ставати такий чинник, як “людський ресурс” “персонал”, “людський капітал”, “людський фактор”. Починаючи з другої половини ХХ-го ст. в обіг досліджень вводяться такі категорії, як “управління персоналу”, “корпоративна культура”, “організаційні знання”, “управління людськими ресурсами”, “якість життя”, які вплинули на розвиток теорії менеджменту і практику діяльності сучасного організаційного життя, а саме:

- всебічний аналіз людини в суспільстві, який зробив наголос на трудовій діяльності як основі соціалізації особи на мікро- і макрорівні;
- визнання джерелом суспільного розвитку культуру, яка формує образ життя і образ мислення людини, організації і спільноти;
- розробка стандартів соціальної ефективності менеджменту – від екологічних показників, поширених у 70-х рр. ХХ-го ст. до всіх без виключення аспектів розвитку світового співтовариства у глобальній економіці – економічних, політичних, соціальних, технологічних, моральних, демографічних тощо.

Даний феномен характеризує зміну парадигми менеджменту у контексті еволюції глобалізації. Якщо на початку 80-х рр. ХХ-го ст. фокус уваги аналізу поведінки фірм на міжнародних ринках був, в основному, спрямований на економіко-технічні параметри, а в 90-ті рр. ХХ-го ст. все більше значення почало надаватися кроскультурним аспектам діяльності фірм у міжнародному середовищі, то вже на початку ХХІ-го ст. людський чинник у стратегіях

багатонаціонального (глобального) бізнесу починає відігравати вирішальну роль.

В сучасних дослідженнях, які сьогодні стали “класикою” стратегічного аспекту розвитку організацій і розглядають його через призму організаційних знань або так звану “організацію, яка навчається” (MBL – Management by Learning), людські ресурси (кваліфікований персонал, організаційні знання) вважаються головним джерелом конкурентних переваг успішних організацій, в яких існує чіткий взаємозв’язок між рівнем організаційних знань (або комплексністю організації) і її ефективністю. Така організація є багато в чому антиподом старої, бюрократичної організації, вона відкрита, сприяє роботі у команді та будь-яким для сприятливим розвитку комунікаціям. Як наслідок цього – організація, яка має навички організаційного навчання, є достатньо відкритою для несподіванок, і, водночас, готова пристосовуватися до будь-яких змін у зовнішньому середовищі.

Разом з тим, зміни соціально-економічного життя в кінці ХХ-го – на початку ХХІ-го ст. продемонстрували, що основна парадигма “школи навчання” про успіх організації у певній мірі застаріла, і сьогодні недостатньо просто пристосовуватися до середовища – потрібно його створювати бажаним для себе. Сучасне зовнішнє організаційне середовище стає не просто турбулентним, а й шоковим, коли несподівані, несистемні події – т.зв. “чорні лебеді” – руйнують природній стан середовища глобального бізнесу (у якості таких прикладів можна навести розпад світової системи соціалізму і Радянського Союзу, війну в Югославії, повітряний напад терористів у США, пандемію коронавірусу).

Тому відбувається зміна поглядів менеджменту на саме використання значення слова “resources” (ресурси) – як “запасів або потужностей будь-якого виду” до “здатності справлятися з будь-якою проблемою або ситуацією”.

За таких обставин, сучасні організації (а потім і дослідники) переходять до нового етапу у розвитку культури менеджменту – за аналогією його можна назвати MBT – Management by Teaching (організація, яка навчає) – коли

організація через управління знаннями створює бажану для себе екосистему, в якій організаційна культура виходить за межі внутрішнього середовища.

Тут же виявляються основні загрози організації, яка навчас, для соціально-економічної системи – включаючи зовнішню аудиторію до власного середовища, вона не дає їй право вибору – адже, як і будь-якому домогосподарстві, існують «старші» і «молодші», і, відповідно, останні повинні погоджуватися з першими у відношенні до своїх смаків, вподобань, потреб – доки не виростуть і стануть вимогливими і вибагливими – а «старші» будуть цьому перешкоджати, користуючись ідеєю патерналізму.

Таким чином, можна зробити висновок, що зміни в парадигмі сучасного менеджменту неможливо розглядати без людського чиннику. Теорія та практика менеджменту на початку XXI-го ст. стоять на порозі нового етапу сфер вивчення, зокрема, управління середовищем, і, в цьому контексті – можливого переходу від “human resources management” (управління людськими ресурсами) до “humanent – human management” (управління людиною). На даний момент зазначений напрям вивчений лише частково і повинен стати предметом подальших досліджень.

Пилипова А.С.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Євтушенко О.А.,**

к.е.н., доцент

Університет імені Альфреда Нобеля

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Стрімкий розвиток ролі знань у суспільному середовищі, зростання рівня використання наукоємних та інтелектуальних технологій сприяє гнучкому та адаптивному використанню людських ресурсів підприємства, підвищення значимості творчої активності працівників, формування організаційної

культури. Тому, на сучасних підприємствах постають проблеми вдосконалення наявних систем менеджменту персоналу та впровадження нових моделей управління, орієнтованих на безперервний розвиток інтелектуального, культурного та творчого потенціалу працівників підприємств та організацій.

Професійний розвиток персоналу є одним з основних чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Досліджуючи підходи до визначення сутності поняття «професійний розвиток персоналу» вітчизняними та зарубіжними вченими, можна зробити висновки, що професійний розвиток персоналу це – системний процес постійного вдосконалення оволодіння новими якісними професійними, діловими навичками та вміннями, особистісними компетенціями в результаті здійснення безперервного навчання та саморозвитку особистості [1].

Оцінка ефективності управління професійним розвитком працівників повинна здійснюватися протягом усіх фаз управлінської діяльності. Підсумковий кінцевий ефект управління професійним розвитком персоналу можна обчислити кількома способами:

- 1) як узагальнену величину усіх кінцевих позитивних результатів;
- 2) як загальну величину ефективності від часткових напрямів, спрямованих на реалізацію заходів з професійного розвитку персоналу [2].

Зарубіжний досвід організації системи професійного розвитку персоналу підприємства є доволі цікавим для українських підприємств, так як саме процес управління розвитком персоналу на вітчизняних підприємствах є недосконалим, що підтверджується високим рівнем плинності кадрів, низьким професіоналізмом, дефіцитом кадрів деяких професій та недосконало побудованим процесом професійного навчання. Досвід провідних країн світу свідчить, що створити ефективну систему професійного навчання кадрів можливо лише за умови співпраці усіх зацікавлених сторін: держави, роботодавців та самих працівників.

На ТОВ «АКВАДЕВАЙС» процес професійного розвитку персоналу організовує та координує інспектор по кадрам. Розвиток персоналу на

ТОВ «АКВАДЕВАЙС» здійснюється у трьох напрямках: професійному, соціальному, особистісному. Професійне навчання кадрів на ТОВ «АКВАДЕВАЙС» здійснюється відповідно до нормативно-правових актів у галузі освіти та праці, зокрема Законів України «Про освіту», «Про професійно-технічну освіту», «Про вищу освіту», Кодексу законів про працю. Основним документом, що регламентує організацію та проведення професійного навчання працівників ТОВ «АКВАДЕВАЙС», є Положення про професійне навчання кадрів на виробництві.

Чисельність персоналу ТОВ «АКВАДЕВАЙС», який за досліджувані роки пройшов перепідготовку або підвищив кваліфікацію є невисокою до загальної чисельності персоналу підприємства. Тому, на підприємстві необхідно більш активно здійснювати заходи, що будуть сприяти професійному розвитку персоналу. Підставою для складання плану розвитку кар'єри на ТОВ «АКВАДЕВАЙС» є наявність низки показників, що характеризують виробничу діяльність і поведінку працівника: мотивація на кар'єру; якісна і ефективна праця протягом кількох останніх років; висновок атестаційної комісії або керівника підприємства; професійна компетентність та ерудиція (підготовка); висновок або рекомендація іншого підприємства, якщо працівник працевлаштувався (переведений) на роботу з нього; психологічна придатність до необхідної виробничої діяльності.

Важливим в удосконаленні організації професійного розвитку персоналу на ТОВ «АКВАДЕВАЙС» є той факт, що кошти, вкладені в навчання персоналу, повинні принести максимальну ефективність для підприємства. Для цього необхідно розробляти програми навчання, які дозволять комплексно підійти до даного питання. З огляду на зарубіжний досвід, відзначимо, що з метою підвищення ролі розвитку персоналу у високо розвинутих країнах провідні компанії взяли безпосередньо на себе функції щодо здійснення професійного навчання персоналу, його виробничої адаптації, планування трудової кар'єри робітників та фахівців, підготовки резерву керівників, створивши власні служби розвитку персоналу.

Доволі привабливим та ефективним методом навчання персоналу ТОВ «АКВАДЕВАЙС» є тренінг, що дає можливість за допомогою рольових ігор, рішення нестандартних задач змінити поведінку, набутти нових професійних навичок.

Ефективна система навчання персоналу на підприємстві має бути інтегрована, «вбудована» в загальну систему управління персоналом і управління підприємством в цілому.

Пунько Є. С.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Євтушенко О.А.,**

к.е.н., доцент

Університет імені Альфреда Нобеля

ЛІДЕРСТВО ТА КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Що таке лідерство? Просте визначення полягає в тому, що лідерство - це мистецтво мотивувати групу людей діяти задля досягнення спільної мети. У бізнес-умовах це може означати спрямування працівників та колег на стратегію задоволення потреб компанії.

Це визначення керівництва відображає основні можливості бути здатними та готовими надихати інших. Ефективне лідерство базується на ідеях (будь то оригінальних чи запозичених), але це не відбудеться, якщо ці ідеї не зможуть бути передані іншим способом, який залучає їх достатньо, щоб діяти так, як лідер хоче, щоб вони діяли.

Немає недоліків для тих, хто прагне бути ефективними лідерами. Хоча є особливо приваблива порада: якщо ви хочете бути успішним лідером, переконайтеся, що вас вважають лідером, а не послідовником. Для цього, слідуючи звичайній пораді, ви повинні шукати можливості керувати, приймати поведінку, яку люди асоціюють з лідерами, а не з послідовниками (наприклад,

домінування і впевненість), і - перш за все - показати свою винятковість по відношенню до своїх однолітків.

Група навичок, які допомагають ефективно взаємодіяти з іншими людьми і без яких лідер просто не буде існувати, - це комунікація. Вона є тією субстанцією, яка склеює до купи лідера і команду. Це навички, які з навколишнього світу роблять прихильників, з прихильників - послідовників, а з послідовників - членів команди.

Вміння мотивувати, надихати та переконувати.

Лідерство повинно мати всі три прояви цих рис, бо це найголовніші методи, які впливають на оточуючих людей. Всі поняття несуть унікальний сенс, які потрібні для майбутнього лідера. Вміння мотивувати – розуміти, що вам потрібно створювати певні імпульси, які заохочуть та дадуть напрямок правильної мотивації для вашої групи, команди, оточення. Зазвичай виділяють два типи мотивації: мотивація приближення та мотивація уникнення. Обидва напрямки ефективні при використанні для різних типів людей. Перші намагаються бути обережними, щоб не отримати неприємні скарги або порушення, другі хочуть отримати приємні бонуси за працю або премію за гарний результат. Щоб працювати ефективніше, ці дві групи об'єднують або комбінують, щоб отримати більш якісний результат.

Лідерство, як і управління - певної міри мистецтвом.

Можливо, це і є причина того, чому дослідникам не вдалося розробити і обґрунтувати єдину теорію.

Лідерство як специфічний тип відносин управління ґрунтується більше на процесі психологічного впливу, а отже поняття «комунікації» невіддільне від поняття «лідер».

Лідер повинен бачити, чути і відчувати все, що знаходиться у віддаленому доступі, а тим більше в зоні найближчій досяжності. Незважаючи на те, що інформаційний простір сучасного світу перевантажений інформацією, лідер повинен вміти відрізнити і вибирати золоті крупички потрібної інформації, яка стосується безпосередньо нього, його команди, компанії, ринку. Якщо лідер

не буде першим, хто зреагує на новий сигнал про важливі зміни, то це зроблять інші, і він ризикує програти вже на старті. Будь-які нові тенденції в світі, навіть маленькі хвилі, можуть викликати бурю на іншій стороні океану можливостей. У минулому події, що відбувалися на іншому материку, навіть в іншій сусідній країні, мало стосувалися когось особисто і тим більше вели до будь-яких ключовим змін у себе вдома. То тепер реальністю теперішнього часу є глобалізація, в світлі якої варто тільки на одному кінці світу підняти на цент вартість нафти, моментально починає резонувати весь світ. Тому лідеру варто бути особливо чутливим і вловлювати будь-які, навіть дуже слабкі сигнали, що приходять ззовні.

Таким чином, лідерство і комунікація є два взаємопов'язані поняття.

Таран А.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Великий В.М.,

к.п.н., доцент

Одеський державний університет внутрішніх справ

ПРОФЕСІЙНА ДЕФОРМАЦІЯ ЮРИСТА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

Професійна юридична діяльність характеризується множинністю наслідків як для особистості самого юриста, так і для окремих категорій громадян, суспільства в цілому. Найчастіше прийнято говорити про її позитивну спрямованість, регулятивний вплив на різні сфери соціального життя, про розвиток особистості юриста у міру набуття ним відповідного професійного і життєвого досвіду. Такий підхід природний, оскільки він виходить з позитивної ролі, яку відіграє юриспруденція в гармонізації взаємодії особистості і суспільства, громадянина і держави, мінімізації конфліктності соціальних відносин стосовно до різних сфер життя.

Однак, як і будь-якому іншому соціальному процесу, професійній діяльності юриста поряд з позитивними характеристиками притаманні різного роду негативні прояви. Ситуація, в рамках якої одна сторона наділена певними повноваженнями по відношенню до іншої, а друга сторона залежить від неї, або ж потребує її послуги, з плином часу здатна викликати негативні прояви як в поведінці, так і в рисах особистості носія професії. У науці цей феномен отримав назву професійної деформації.

Професійна деформація – явище об'єктивно існуюче, супутне розвитку людини в її професійній діяльності (цей факт визнається науковцями і знаходить підтвердження на практиці). Загалом, професійну деформацію можна визначити як негативні зміни у морально-психологічних рисах характеру працівників, їхніх службових і позаслужбових відносинах у колективі, які відбуваються під впливом і внаслідок їх професійної діяльності[1,2,3,4].

На відміну від професій, де деформація одного працівника не «кидає тінь» на його колег, у діяльності правників (суддей, прокурорів, адвокатів, працівників органів внутрішніх справ тощо) таке явище нівелює соціальну цінність праці всіх представників правової сфери. Помилки та недоліки однієї особи в суспільній свідомості проєктуються на усіх працівників, породжуючи відповідний негативний стереотип.

Деформація моральної свідомості юриста проявляється в таких формах як:

- правовий нігілізм як прояв неповажного ставлення до норм права і підштовхує вирішувати проблеми довірителя незаконними способами;
- формалізм, стереотипний підхід до вирішення професійних завдань;
- байдуже ставлення до людей, відсутність співпереживання і жалю;
- безпринципність;
- безчесність, корисливість, безсовісність, байдужості до об'єкту професійної діяльності;

- свідоме порушення основних принципів професійної моралі (колективізму, гуманізму, патріотизму), та її норм (обов'язку, совісті, відповідальності, честі і гідності);

- низький професійний рівень знань;

- мстиве, злісне, підозріле ставлення до людей;

- неправильне розуміння владних повноважень, зловживання ними;

- втрата ініціативи в роботі, що виражається в орієнтації лише на виконання наказів і розпоряджень керівників, вищих ланок управління і забутті своїх особистих посадових обов'язків і відповідальності і т.д.

Можна виділити й загальні шляхи подолання професійних деформацій юриста:

- вдосконалювання професійної діяльності, її основних механізмів, орієнтуючись на сформовану ідеальну модель юриста-фахівця;

- удосконалення механізму відповідальності за неетичні та незаконні дії під час реалізації нормативно-правових актів;

- розробка критеріїв оцінки роботи юриста-фахівця;

- запровадження системи періодичної атестації кожного юриста-фахівця щодо виконання функціональних обов'язків;

- створення системи підвищення кваліфікаційного або посадового рівня, коли кожен новий рівень характеризувався б більш високими вимогами до професійної культури - правової, етичної, психологічної та ін;

- створення в юридичній практиці дієвої системи попередження відхилень та зловживань;

- формування особистої несприйнятливості до негативних явищ юридичної практики через механізми самоконтролю своєї професійної діяльності, компенсації недорозвинених або порушених функцій.

Звичайно, реалізація цих шляхів саме по собі не може вирішити дану проблему, необхідно щоб значимість дотримання нормативів професійної діяльності стала для кожного правника свідомленою і безумовною.

Література:

1. Лежичкіна Л.М. Чинники та прояви професійної деформації особистості слідчого / Л.М. Лежичкіна // Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія. Випуск 55. С. 103-111.
2. Макаренко П.В. Особливості соціально-психологічних деструкцій у спільній професійній діяльності працівників ОВС / П.В. Макаренко // Вісник національного університету оборони: зб. наук. праць. — Вип. 1(27). — К.: НУОУ, 2012. — С. 195-199.
3. Нестеренко О.М. Аналіз особливості деформації правової свідомості у професійному середовищі / О.М. Нестеренко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція. 2017 № 25. С. 10-12.
4. Синєокий О.В. Індивідуальні умови професійної деформації особистості адвоката / О.В. Синєокий // Форум права. — 2008. - № 2 — С 425-431.

4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Адвокато́ва Н.О.,

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ

Сучасні громадські організації України накопичили значний досвід вирішення соціальних проблем через використання сучасних методів проектної діяльності, які широко застосовують в громадських організаціях усіх країн світу. Їх успіх багато в чому обумовлений специфічним ставленням цих організацій до ресурсів і, в першу чергу, до фінансів. Перед тим, як витратити гроші, організація проводить якісний аналіз ефективності їхнього використання. При цьому, важливо, що громадські організації не володіють фінансовими активами: вони лише розпоряджаються тим, що їм довірили спонсори. Принципова відмінність громадської організації від державної установи полягає в тому, що вона починає діяти, виходячи із прагнення задоволення потреб, а не від організаційної структури. У зв'язку із цим роль професійного керування організацією й, зокрема, її ресурсами, значно зростає.

Ресурсами НУО є люди, фінанси, цінності, можливості, запаси, джерела засобів і доходу, інформація. Процес перетворення їх у результати має місце не тільки у виробничих організаціях та в організаціях сфери обслуговування, але й у некомерційних об'єднаннях, до яких відносяться неурядові організації. Відомо, що менеджмент передбачає планування, регулювання й контроль для досягнення цілей та збереження організації [1].

У проектах, котрі реалізуються неприбутковими організаціями, існує специфіка у відборі головних учасників проекту. Ініціатором, зазвичай, є сама

громадська організація. Замовник висуває вимоги щодо кінцевого результату. Проект громадської організації фінансується, як правило, за рахунок спонсорських коштів. Керівник проекту координує дії учасників та персоналу.

Проект завжди розпочинається з оцінки загальних потреб місцевого соціуму та вибору окремих проблем, на вирішення яких проект спрямовується. Вибір проблеми має узгоджуватися не лише з потребами місцевої громади, але й з можливостями самої організації. З формулювання проблеми й загальної стратегії проекту витікають його конкретні завдання, які слід розуміти як досягнення, результат, котрий одержується по завершенні проекту [2].

Метою всіх проектів, які реалізуються громадськими організаціями, є розробка заходів стимулювання позитивних змін в соціальному оточенні. Цієї мети можна досягти через вирішення локальних завдань різного рівня, саме тому після визначення проблеми проекту вкрай важливо встановити його цілі та масштаби шляхом пошуку такого комплексу заходів, який мав би шанси підвищити рівень життя людей, що знаходяться у сфері дії проекту.

Уся організаційна діяльність щодо проектів всередині неурядової організації проходить чотири етапи: з'ясування всіх питань, що потребують узгодження із законами, до початку проекту; етап планування, практичного здійснення через проектну групу та використання результатів проекту. Вирішення проблем даним методом відбувається у 7 етапів: аналізу ринку, ризику, потреб, проблем та ймовірності успіху проекту (Feasibility Study); планування загальних принципів його здійснення, визначення вихідних даних для планування проектної діяльності та планування різних функцій у проекті; планування та визначення економічності проекту та його ефективності.

В практиці проектного управління сучасних НУО варто говорити про важливість правильно організованої інформаційно-комунікативної діяльності, оскільки результативність діяльності громадської організації визначається безперервним інформаційним зв'язком не лише з органами влади, а й клієнтами, ЗМІ, бізнес-структурами, а також неурядовими організаціями-партнерами [1].

Ведуча роль інформаційного потенціалу НУО при стратегічному плануванні спирається на аналітичну інформацію, що відображає реальні умови та ресурсні можливості організації. Ефективний менеджмент орієнтує діяльність сучасної громадської організації на задоволення потреб громадян та створює умови для її стабільного розвитку. Збір та аналіз інформації, яка дозволяє розробити ряд конкретних заходів щодо досягнення очікуваної ефективності в процесі реалізації проектної діяльності включає також прогнозування можливої ефективності організації [3].

Практика співробітництва НУО з місцевими органами влади набуває все більш широкого розмаху в Україні і є досить плідною: в деяких регіонах з місцевих бюджетів виділяють частину фінансових засобів, призначених для впровадження соціальних програм, громадським організаціям, що реалізують проекти, спрямовані на підтримку соціально незахищених верств населення. Важливими аргументами в захист державної підтримки, при цьому, є наступні можливості: вплив громадськості на політику місцевої влади, об'єднання ресурсів з метою досягненні загальної мети, формування в представників місцевої влади поваги до організацій третього сектору та своєчасне вирішення місцевих проблем.

Правильна організація інформаційного обміну НУО із провідними структурами – органами державного апарату, клієнтами, засобами масової інформації, бізнес-структурами, а також неурядовими організаціями-партнерами стає необхідною умовою при вирішенні соціальних проблем на локальному рівні. Так як: якісна інформація відбиває всю розмаїтість життя громади: її інтереси, проблеми, шляхи розвитку місцевого співтовариства. Завдяки інформації кожен громадянин має можливість відчувати свою приналежність до громади й відповідальність за її благополуччя; шляхом її осягнення ними освоюється соціальний досвід, адже інформація спонукає людей до активної участі в соціальних перетвореннях. Таким чином здійснюється інформаційне забезпечення громадських ініціатив вітчизняних неурядових організацій.

На сьогоднішньому етапі розвитку суспільства неурядові організації стали значним важелем контролю з боку громадянського суспільства за діяльністю органів державної влади: саме їм належить виняткова місія щодо впливу на громадську свідомість та культуру громадян. Це, в свою чергу, передбачає усвідомлення та активну реалізацію ними своєї громадянської позиції; контроль за діями органів державної влади та місцевого самоврядування; усвідомлення необхідності правомірної поведінки й дотримання правових норм; вміння знаходити, адекватно оцінювати інформацію та вміло цілеспрямовано використовувати її.

Література:

1. Губіліт І., Зеленьок Н. Посібник лідера [Текст]: метод. посібн. Вид. друге. Львів. 2011. 164 с.
2. Трілленберг В. Проектний менеджмент. Тернопіль: Економічна думка. 2001. 195 с.
3. Чотири кроки до успіху [Текст]: посібник для менеджера неурядових організацій «Голос громадськості». «Каунтерпарт». К: «МАКАР», 2005. 248 с.
4. Азарова, Т.В., Абрамов Л.К. Менеджмент неприбуткової організації. Кіровоград: ЦПТІ. 2003. 128 с.

Артеменко Д.К.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

КРОКИ ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА

Сільське господарство є чи не єдиною галуззю матеріального виробництва, яка здатна не тільки витратити, але і, завдяки фотосинтезу рослин, накопичувати енергію у врожаї. Поряд із загально прийнятими

методами оцінки економічної ефективності виробництва продукції рослинництва через вартісні та трудові показники останнім часом в світовій практиці застосовують також універсальний енергетичний показник – співвідношення акумульованої в продукції та витраченої на її отримання енергії. Це дає змогу найбільш точно врахувати не тільки прямі витрати енергії на технологічні процеси і операції, а також і енергію, акумульовану в різних засобах виробництва і в виробленій продукції [1].

Виробництво в АПК здійснюється в умовах зростаючого навантаження на природне середовище і його забруднення. В результаті зменшується відтворювальна спроможність біогеоценозів, екологічна стійкість агроландшафтів, біологічна активність і природна родючість ґрунтів, відбувається розвиток ерозійних процесів. За цих умов порушена екологічна стабільність більшої частини території країни [2]. Досягнення сталого розвитку економіки сільського господарства в даний час і в перспективі потребує вирішення проблеми оптимізації ресурсоспоживання та ресурсозбереження. У виробництві сільськогосподарської продукції беруть участь трудові (виробничий персонал та ін.), енергетичні (паливно-мастильні матеріали різного походження), матеріально-сировинні (ґрунт, навколишнє середовище, машинно-тракторний парк, інфраструктура, добрива) і інформаційні ресурси. Особливо це стосується рослинницької галузі, результативність якої залежить від великої кількості факторів як внутрішнього середовища так і зовнішнього, а саме факторів пов'язаних з локалізацією підприємства, так званих регіональних характеристик, а для нівелювання негативних наслідків цих факторів або зменшення їх впливу на майбутній результат необхідно значне вливання коштів. Мета економічного розвитку полягає в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняного виробництва за рахунок зниження показників його ресурсо- та енергоємності; підвищенні технологічного рівня промисловості і націлені її на задоволення внутрішніх потреб; побудові якісно нової - інноваційної – економіки [3]. Тема ресурсо- і енергозбереження на сьогоднішній день є доволі актуальною, так як зменшення витрат на

виробництво продукції є одним з пріоритетних напрямів при збільшенні прибутковості підприємства.

В умовах зниження на світовому ринку цін на зерно і зростання вимог до охорони навколишнього середовища, необхідне розширене застосування інтегрованих ресурсозберігаючих та ресурсоощадних технологій. *Інтегровані технології* передбачають: 1) обмеження енергетичних і ресурсних вкладень, порівняно з інтенсивними на 20-30%, максимальне використання адаптивного потенціалу агроєкосистем; 2) поєднання застосування як новітніх засобів виробництва, виробничих процесів, технічних засобів, шляхів регулювання родючості ґрунту, захисту культур від шкочинних об'єктів, так і біологічних методів, придатних для екстенсивних технологій, включаючи ручну працю.

Традиційна технологія вирощування культур, яка базується на застосуванні оранки, в середньому за сівозміну використовує 100-120 кг/га/рік паливно-мастильних матеріалів. Якщо площу ріллі сільськогосподарських підприємств в Україні взяти за 30 млн. га (без присадибних ділянок) і перемножити на витрати паливно-мастильних матеріалів на 1 га, то це виразиться в 3,0-3,6 млн. тонн на рік, але ж витрачається менше. Тому через нестачу пального порушується агротехніка, частину ріллі господарства перевели в переліг. Не маючи достатньо паливно-мастильних матеріалів, вони спрощують технології вирощування культур, ігнорують найбільш енергоємні технологічні операції, що впливає на врожайність вирощених культур та їх валове виробництво [2].

Ресурсоощадні технології – значно наукоємніші, вони передбачають зменшення наполовину обсягів застосування агрохімікатів. Для їхньої реалізації обов'язково потрібно освоїти сівозміну, яка передбачає поле багаторічних бобових трав. Це дозволяє знизити на 30-50% норми внесення мінеральних добрив та певною мірою обсяги використання засобів захисту рослин. Урожайність за цих технологій майже не зменшується, порівняно з інтенсивними. Поширені в Австрії, Швейцарії, Швеції та ін. Оскільки сівозміни зруйновано, як в Україні, так і в Європі (у США це зробили ще в 50-ті роки), та

масового поширення цих технологій очікувати важко.

Ресурсозберігаючі технології вирощування характеризуються комплексністю дії факторів інтенсифікації на продуктивність культур. Суть їх полягає в тому, що найвища ефективність досягається при комплексному застосуванні високоврожайних та перспективних сортів, поєднанні агротехнічних і хімічних методів боротьби з бур'янами, інкрустації насіння, проведенні в єдиному технологічному процесі підживлення мінеральними добривами та хімічному захисті від шкідників і хвороб, використанні побічної продукції та мінеральних добрив, застосуванні штамів азотфіксуючих та фосфорбілізуючих бактерій відповідно до сорту для зернобобових культур, що забезпечує підвищення врожайності на 0,15-0,5 т/га, зниження енергетичних і трудових затрат у два рази [3]. Залежно від функцій рослини і тварини можуть бути як предметом праці (наприклад, енергетичні засоби використовують енергію, впливаючи на стан сільськогосподарських культур), так і засобом праці (зокрема, продуктивна худоба). Ця особливість сільського господарства вимагає при конструюванні технічних засобів урахувати специфіку вимог біологічного процесу відтворення живих організмів. Сільськогосподарські роботи поєднують у собі біологічні процеси та виробничі операції.

На економічну ефективність виробництва продукції впливає ріст цін на енергоносії, що призводить до збільшення затрат на виробництво, раціональне використання енергоресурсів і використання нетрадиційних і поновлюваних джерел енергії, які сприяють зменшенню витрат на виробництво продукції та кількості платежів за викиди в атмосферу. Це дає змогу збільшити об'єми виробництва, підвищити якість продукції та її конкурентоздатність і зменшити енергоємність. Кожний із цих напрямів позитивно впливає на економіку держави в цілому. Існуючі сучасні глобалізаційні процеси вимагають від України якомога швидшого входження в міжнародну систему торгівлі, зокрема через набуття членства у Світовій організації торгівлі та вступ до Європейського Союзу. Інтеграційні процеси - це напрями реалізації економічних інтересів України, можливість захоплення іноземних ринків

шляхом використання потенціалу її аграрного сектора та конкурентних переваг (родючі землі, географічне положення) [4]. Підвищення соціально-економічного стану на селі повинно базуватись на комплексному використанні ресурсів спеціально створених державних фондів, однак покладатись на державну підтримки є короткостроковим засобом вирішення проблеми через що необхідно підшукувати нові ринкові механізми фінансування [5].

Література:

1. Яровий Г.І. [та ін.]. Економічна та енергетична ефективність вирощування капусти цвітної за різних способів живлення при краплинному. *Вісник ХНАУ*. Серія «Економічні науки» : зб. наук. пр. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків : ХНАУ, 2019. №3. С. 285-299.
2. Рябуха М.С. Стан екології та природоохоронних заходів на Харківщині та перспективи їх розвитку. *Вісник ВІСІІ* (Сер. Екологія, техногенна безпека і соціальний прогрес). 2003. №4. С.90-95.
3. Романова Т. А. Пономарьова М. С., Мещеряков В. Є. Оцінка можливостей та визначення напрямів підвищення економічної ефективності виробництва продукції рослинництва. *Вісник ХНАУ*, Серія "Економічні науки". № 4. Т. 1. С. 109-119.
4. Пономарьова М.С., Фесенко А.С. Особливості управління в галузі рослинництва в умовах ринкових перетворень . *Фундаментальні та прикладні проблеми підприємницької діяльності в аграрному секторі*:: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Х.: 23 – 24 квітня 2015 р. С. 65-68. 338 с.
5. Пономарьова М.С., Дончегнко А.Ю. Реалії українського села та сучасні проблеми соціально-економічного розвитку. Економічні, соціальні та екологічні проблеми розвитку агропродовольчої сфери: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції.. -Х.: 19 лютого 2016 р. С. 230-233. 348 с.

Артеменко А.К.,

здобувач вищої освіти

Пономарьова А.С.,

здобувач вищої освіти

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ВПЛИВ ВИДІВ КОНКУРЕНЦІЇ НА ВЕДЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ

Конкуренція відбиває зв'язок між виробництвом і реалізацією продукту. Цей зв'язок є причинно-наслідковим, суттєвим, необхідним і повторюваним, тобто об'єктивним економічним законом. Закон конкуренції відображує причинно-наслідковий зв'язок між можливостями створити продукт, потрібний споживачам, і можливостями реалізувати його з вигодою насамперед для покупця, а потім уже для виробника. Зокрема, розрізняють такі види конкуренції: цінова – конкуренція, що здійснюється через зниження цін; нецінова – конкуренція, здійснювана через підвищення якості товарів, їх надійності, збільшення термінів служби, підвищення продуктивності, поліпшення умов реалізації за незмінних цін; чиста (ідеальна, досконала) – конкуренція, на ринку з багатьма продавцями та покупцями тотожного, взаємозамінного товару, коли жоден із продавців чи покупців не здатний відчутно вплинути на ціну чи обсяги продажу; недосконала – конкуренція, коли ринок не здатний виконувати свої функції, внаслідок чого, наприклад, окремі виробники мають змогу контролювати ціни й обсяги продажу продукції, яку вони виробляють; монополістична – конкуренція, яка має місце на ринку з багатьма продавцями і покупцями та значною кількістю товарів, що реалізуються за різними цінами; олігополістична (грець. oligos — мало) – конкуренція, на ринку з небагатьма великими продавцями товарів, здатними суттєво впливати на ціни реалізації цих товарів; модель ринкової структури, за якої небагато великих фірм монополізують виробництво і реалізацію основної

маси товарів.

В економіці прийнято розділяти конкуренцію за її методам на цінову, нецінову, або конкуренцію на основі ціни і конкуренцію на основі якості (споживчої вартості). Цінова конкуренція сходиться до тих далеких часів вільного ринкового суперництва, коли навіть однорідні товари пропонувалися на ринку по самим різноманітним цінами. Зниження ціни було тією основою, за допомогою якої торговець виділяв свій товар, привертая увагу до нього і, в кінцевому рахунку, завойовував собі бажану частку ринку [1-3]. Коли ринки монополізовані, розділені між собою незначним числом великих фірм, які захопили ключові позиції, виробники прагнуть можливо довше утримати ціни постійними, щоб цілеспрямовано знижуючи собівартість і витрати на маркетинг, забезпечити зростання прибутку (максимізацію). Коли ж встановилася рівновага, нова спроба знизити ціну призводить до того, що конкуренти реагують точно так. Позиції фірм на ринку не зазнають змін, однак норма прибутку падає, фінансовий стан фірм у більшості випадків погіршується, а це веде до зниження інвестицій в оновлення і розширення основних фондів, у результаті спад виробництва посилюється. Замість очікуваних перемог і витіснення конкурентів наступають несподівані розорення та банкрутства. Цінова конкуренція застосовується головним чином фірмами – аутсайдерами в боротьбі з монополіями, для суперництва з якими у аутсайдерів немає сил і можливості у сфері нецінової конкуренції. Крім того, цінові методи використовуються для проникнення на ринки з новими товарами (цим не нехтують і монополії, там, де вони не мають абсолютну перевагу), а також для зміцнення позицій у разі раптового загострення проблеми збуту.

Нецінова конкуренція висуває на перший план більш високу, ніж у суперників, надійність, меншу "ціну споживання", більш сучасний дизайн і так далі. До нецінових методів відносять також надання великого комплексу послуг (у тому числі навчання персоналу), залік старого зданого товару в якості першого внеску за новий, постачання обладнання вже не "під ключ", а на умовах "готова продукція в руки". Менше енергоспоживання, знижена

металоємність, запобігання забруднення природи та інші аналогічні покращені споживчі властивості висунулися в останнє десятиліття на провідне місце в переліку нецінових аргументів на користь товару. Найсильнішим знаряддям нецінової конкуренції завжди була реклама, сьогодні її роль зросла у багато разів. За допомогою реклами фірми не тільки доносять до покупців інформацію про споживчих властивості своїх товарів, а й формують довіру до своєї товарної, цінової, збутової політики, прагнучи створити образ фірми, як "хорошого громадянина" тієї країни, на ринку якої підприємець виступає у зовнішній торгівлі.

Література:

1. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ*. Серія: економіка АПК і природокористування. Харків: ХНАУ. 6, 2007. С. 96-100.
2. Должикова І., Пономарьова М.. Заходи забезпеченні конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможного виробництва. *Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії*: мат-ли Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. С. 86-88.
3. Пономарьова М. С., Єфремова Н.О., Нагорнюк О.П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ*. Серія Економічні науки. № 1. 2018. С. 247-256.

Барабаш А.М. ,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня,

Науковий керівник: **Дуга В.О. ,**

ст. викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

КАДРОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

В ринковому середовищі, що так динамічно розвивається, гостро стоять питання ефективного функціонування підприємств та забезпечення їх економічної безпеки. Особливо це відчувається в діяльності закладів індустрії гостинності. Адже на їх розвиток впливають такі чинники як нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні, недосконалість законодавства, криміналізація суспільства, шахрайство, корупція, міжнаціональні, регіональні, територіальні конфлікти, воєнні дії тощо. Все це різко загострює проблему забезпечення економічної безпеки підприємств [1].

Економічна безпека підприємства — це такий стан ресурсів (капіталу, прав, інформації та технологій, персоналу, техніки та устаткування) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам.

Економічна безпека підприємства є достатньо широким поняттям та охоплює фінансову, силову, інформаційну, техніко-технологічну, правову, а також кадрову безпеку. Остання є ключовим фактором економічної безпеки підприємства. Адже у той час як керівники намагаються захистити власний бізнес від зовнішніх загроз, не менша загроза може виходити зсередини підприємства, від його персоналу. Бо саме від персоналу залежить буде те чи інше підприємство стрімко розвиватися чи навпаки. Тому питанню забезпечення кадрової безпеки на підприємствах індустрії гостинності слід приділяти особливу увагу.

Кадрова безпека – це процес запобігання негативних впливів на економічну безпеку підприємства через ризики й загрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому. Кадрова безпека – стан захищеності: від зовнішньої загрози персоналу і підприємству; від внутрішньої загрози, що спрямована від самого персоналу

(непрофесіоналізм, невихованість, неблагонадійність, неуважність, нечесність, ворожа налаштованість). На даному етапі розвитку підприємництва кадрова безпека підприємств ще не є всебічно висвітленою темою [2].

Слабка організація системи управління персоналом, неефективна система мотивації, помилки в плануванні персоналу, нецільове використання кваліфікованих співробітників, неякісні перевірки кандидатів під час прийняття на роботу – це неповний перелік внутрішніх чинників, що впливають на кадрову безпеку підприємства. Рівень кадрової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його управлінці спроможні уникнути можливих загроз із боку персоналу. Згідно зі статистичними даними зовнішні та внутрішні загрози для підприємств індустрії гостинності співвідносяться як 20% до 80%. Та фахівці кадрових служб можуть майже на 60% знизити збитки підприємств, пов'язані з персоналом. Для цього варто лише кожного кандидата на вакантну посаду щомиті розглядати в тому числі як і джерело ризику, джерело потенційної загрози.

До заходів безпеки, що здійснюються шляхом ефективною та цільовою роботи з персоналом, віднесемо: якісний відбір персоналу при прийнятті на роботу; включення в діяльність по забезпеченню безпеки всього колективу підприємства; забезпечення заходів особистої безпеки працівників; адміністративний контроль за роботою персоналу; періодичні інструктажі з питань безпеки; налаштованість персоналу на контроль і пильність; внутрішньофірмове навчання персоналу у сфері безпеки, підвищення його кваліфікації та професіоналізму; забезпечення кадрової безпеки у разі звільнення працівника і т.д.

Одним з основних елементів кадрової безпеки підприємства індустрії гостинності слід вважати організацію навчання співробітників у сфері безпеки, воно може охоплювати такі напрями: навчання правилам техніки виробничої безпеки, правилам особистої (побутової) безпеки, колективним та індивідуальним діям в екстрених ситуаціях, методам захисту інформації й

інтелектуальної власності, способам виявлення й запобігання неправомірних дій інших працівників, методам розпізнавання шахрайських дій тощо [3].

Отже, над зміцненням кадрової безпеки необхідно працювати постійно. Завдяки ефективному управлінню можна своєчасно запобігти значній кількості ризиків, пов'язаних з «людським фактором». Розробка і реалізація заходів що стосуються кадрової безпеки дозволить знизити частоту негативних подій і скоротити загальні витрати на забезпечення безпеки підприємства. Та для цього надалі необхідно розробляти ефективні методики та детальні рекомендації для керівництва та персоналу. Це дасть можливість зменшити загрози з боку працівників підприємств, передбачити їх, а також здійснювати своєчасну профілактику.

Література:

1. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. *Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна*. Випуск 36-1. 2009. С. 179-184.
2. Кравченко В. О. Кадрова безпека — основа економічної безпеки підприємства. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 301-305. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2014_1_50.
3. Правила поведення персонала отеля в соціальних сетях. URL: <https://fullboard.info/materials/articles/pravila-povedeniya-personala-otelya-v-s/>.

Бойко Р.В.,

к.е.н., доцент

Хмельницький національний університет

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій все більшої популярності здобуває цифровий маркетинг – просування брендів з

використанням всіх цифрових каналів, до яких належать телебачення, радіо, Інтернет, мобільний телефон та інші. Але зараз все більшої популярності набирає реклама в мережі інтернет.

З огляду на існуючу тенденцію зменшення чутливості споживачів до комунікаційних заходів підприємств через традиційні медіа-канали, такі як радіо та телебачення, і постійне зростання уваги населення до соціальних спільнот в мережі Інтернет, найбільш динамічно розвивається маркетинг у соціальних мережах. Таким чином для маркетологів відкривається новий вид медіа, а разом з тим і нові можливості комунікації з цільовою аудиторією.

SMM (Social media marketing) – маркетинг в соціальних медіа, або, частіше, в соціальних мережах. Він закладається у просуванні або PR будь-чого через соціальні медіа (блоги, форуми, соціальні мережі). Останнім часом просування товарів і послуг за допомогою соціальних мереж набуває все більшої популярності, вважаючись при цьому новим і досить ефективним способом реклами. Для того щоб отримати хороший результат, необхідно знати головне – реклама в соціальних мережах повинна бути адресована правильно.

Такі соціальні мережі, як «Instagram», «Facebook», «MySpace», «Мій Круг», «Twitter» і багато інших величезними темпами збирають всередині себе багатомільйонну активну аудиторію Інтернет-користувачів, яка, крім інших дій, кожену хвилину може вести бесіди про компанії, їх товари і послуги, обговорюючи свої думки і враження. Тут як штучно, так природним шляхом може бути і буває задіяний ще один маркетинговий інструмент – вірусний маркетинг.

Варто відзначити, що величезний потенціал соціальних мереж сьогодні грає і на користь споживачів, оскільки продавець піде на багато поступок, щоб задовольнити потреби клієнта для того щоб останній залишив позитивний відзив про укладену угоду. Відзиви формують рейтинг даного продавця (за прикладом рейтингової системи Інтернет-аукціонів), і в подальшому від рейтингу будуть залежати його продажі.

У рамках реалізації концепції Social media marketing корпоративний профіль на базі соціальних мереж стає обов'язковим елементом комунікаційного міксу вітчизняних підприємств.

До критеріїв оцінки ефективності корпоративної сторінки у соціальних мережах належить:

—обсяг аудиторії (кількість послідовників «followers» - у мережі Twitter, а також кількість переглядів кожної публікації на корпоративній сторінці у мережі Facebook);

—рівень залучення аудиторії (кількість дискусій, коментарів та рекомендацій: «retweets» у Twitter та «likes» на Facebook);

—якісні характеристики аудиторії (у більшості послідовників заповнені профілі користувачів, серед яких є і лідери думок).

Основні причини частого вибору Social media marketing як маркетингового інструменту в даний час полягають у наступному.

За аналогією із західними компаніями, які щороку збільшують витрати на просування товарів через соціальні мережі, українські підприємці починають переймати корисний досвід і використовувати SMM.

Аудиторія соціальних мереж складає мільйони користувачів. Соціальні мережі стають більш популярними, ніж інші ресурси, зокрема, традиційні Інтернет-медіа.

Якщо говорити про результативність просування в соціальних мережах, то можна впевнено сказати, що на таку рекламу споживач звертає більше уваги. Стандартна форма реклами в ЗМІ вже набридла і споживач просто її ігнорує. Найбільш успішна рекламна компанія в соціальній мережі – це реклама, органічно вписана в сценарій процесів і інтегрована в спілкування, інтерфейс та ігри.

Якщо товар або бренд вже зарекомендували себе на ринку товарів, то просування в соціальних мережах відбувається легше. Складніше доводиться

новій продукції, оскільки їй ще потрібно заслужити довіру користувачів та споживачів.

Позитивним моментом у просуванні товарів в соціальній мережі для рекламодавців є те, що багато користувачів прийшли в Інтернет недавно, поки що не встигши втомитися від настирливої реклами, сприймаючи все в новинку і з великою цікавістю. Тож характерним є лояльне ставлення до реклами в інтернет та відсутність яскраво вираженого негативу.

Ключова особливість роботи з соціальними мережами полягає у можливості точної роботи з конкретною аудиторією (директ-маркетинг). Цільові групи в соціальних мережах можна ефективно розділити: за статтю користувачів, їх доходу, віком, професією. Можна розробити індивідуальний сценарій саме для того бренду, який просувається. Саме цей процес можна назвати запорукою успіху активного просування. Після цього етапу важливо підібрати майданчики для роботи з аудиторією.

Наприклад, цілком можливо, що аудиторія концентровано користується сервісом «Facebook» і навіть не зареєстрована на сайті «Однокласники» і т. ін. Крім того, від аудиторії і майданчика залежить і мова та манера спілкування, а також готовність аудиторії та майданчику до інтерактиву. Необхідно з'ясувати, наприклад, чи готові користувачі тієї чи іншої соціальної мережі грати в рольову онлайн-гру, або їй більше до смаку традиційний фотоконкурс; чи можливо на обраному майданчику влаштувати онлайн-конференцію з учасниками групи і чи буде це цікаво аудиторії.

Компанії, зацікавленої в просуванні свого бренду, корисно буде створити представництво на соціальному майданчику – це відмінний спосіб залучити користувачів соціальної мережі в події, що відбуваються, які пов'язані з компанією, її інноваціями, надходженнями товарів. Необхідно створити унікальний контент, який буде корисний і цікавий аудиторії, також необхідно зручно оформити навігацію групи. Необхідно так само просунути цю групу, таким чином представництво знайде свою аудиторію і шанувальників.

Саме живий зворотний зв'язок, спілкування з аудиторією, або прямий візуальний контакт, є одними з головних чинників успішного "входження" в соціальну мережу.

Тож український інтернет-ринок знаходиться в процесі розвитку, за темпами зростання він випереджає всі інші засоби комунікацій. Враховуючи той факт, що інтернет-аудиторія зростає та компанії з різних галузей усвідомлюють привабливість даного медіа каналу, ринок інтернет-маркетингу, а разом з ним і social media marketing, продемонструє значне зростання у найближчі роки. Соціальна мережа є потужним інструментом для виконання поставлених завдань по залученню аудиторії до свого продукту чи послуги.

Для забезпечення конкурентоздатної позиції на ринку, вітчизняним підприємцям слід будувати рекламну стратегію свого бізнесу на принципах соціально-етичної концепції маркетингу, що дозволить зміцнити репутацію та імідж компанії, покращити якість управління бізнесом та підвищить її інвестиційну привабливість.

Великий В.М.,

к.п.н., доцент

Одеський державний університет внутрішніх справ

ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

Ситуація карантину в Україні і світі підвищила актуальність проблеми дистанційної форми роботи персоналу.

Разом з тим, слід зазначити, що ця проблема не нова. Ще у 1981 році Держкомітетом СРСР з праці і соціальних питань, Секретаріатом ВЦСПС Постановою № 275/17-99 «Про затвердження Положення про умови праці надомників» було визначено сутність поняття «особа надомник», категорію осіб, яким надається переважне право на укладання трудового договору про

роботу на дому. Праця надомників була спрямована, як правило, на виробництво товарів народного споживання, надання окремих послуг громадянам та підприємствам [1].

Однак сучасні зміст та умови праці значно розширюють можливості виконання виробничих завдань поза межами підприємства або установи. Якоюсь мірою, Верховна Рада України намагалась врахувати це в Законі № 530-IX прийнятому 17 березня 2020 р. «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» [2]. 30 березня 2020 р. Законом України № 540-IX було внесено відповідні зміни у деякі статті Кодексу законів про працю, які стосуються у тому числі і особливостей гнучкого режиму робочого часу [3].

Однак, як бачимо, дія цих документів обмежена лише періодом карантину(ів) або обмежувальних заходів, пов'язаних з поширенням коронавірусної хвороби.

Ми вважаємо, що дистанційний режим роботи персоналу збережеться і навіть буде розширюватись і після завершення карантину. У такого режиму є певні конкретні позитивні моменти, які, наприклад, були виявлені під час досліджень проведених у США ще на початку 1970-х років. Серед таких моментів відзначались можливість вирішення транспортних проблем як міста, так і працівника, забезпечення роботою населення відділених сільських районів. У зв'язку з вище наведеним, багато країн розробили програми розширення дистанційної зайнятості населення. У США, Канаді, Фінляндії, Швеції частка таких працівників сягає 30 і більше відсотків, Німеччина поставила собі за мету довести цю частку до 50 відсотків.

Міжнародна Організація Праці та Європейський фонд з покращення умов життя і праці 15 лютого 2017 року у доповіді «Робота у будь якому місці у будь який час і її вплив на сферу праці» відзначає, що сучасні комунікаційні технології сприяють кращому поєднанні роботи і особистого життя через віддалену роботу[4].

Але не слід замовчувати і низку соціальних та соціально-психологічних проблем пов'язаних з дистанційною роботою: далеко не кожен працівник за своїм психологічним складом здатен продуктивно працювати поза дисциплінуючої обстановки, яка є на підприємстві або в організації.

Відповідно, слід на законодавчому рівні чітко визначитись з поняттями «надомна», «віддалена», «дистанційна» робота та розмежувати їх сутність, їх співвідношення з поняттям «гнучкий режим робочого часу», поняття «фрилансер» як особа, що працює віддалено тощо.

На нашу думку, дистанційна (віддалена) робота - це така форма організації праці, коли робота виконується працівником за місцем його проживання чи в іншому місці за його вибором, у тому числі за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, але поза приміщенням роботодавця. Дистанційна робота передбачає, що працівник має право розподіляти робочий час на свій розсуд, на нього не поширюються правила внутрішнього трудового розпорядку, якщо інше не передбачено у трудовому договорі.

Надомна робота вирізняється виконанням виробничих завдань з використанням матеріалів, інструментів та механізмів, які надаються роботодавцем або закупаються самим працівником. Надомник може залучати до роботи і членів своєї сім'ї.

Гнучкий режим робочого часу - це форма організації праці, якою допускається встановлення режиму роботи, що є відмінним від визначеного правилами внутрішнього трудового розпорядку. При таких умовах роботи може бути встановлений визначений фіксований робочий час, коли працівник зобов'язаний бути на робочому місці, та не визначений не фіксований час, коли працівник самостійно вирішує, протягом якого часу він буде виконувати роботу.

У зв'язку з дистанційною роботою потребують правової регламентації й такі питання, як: відпустка, вимушений простій, надання лікарняних в умовах дистанційної роботи; обладнання робочого місця; компенсаційні виплати за використання власних матеріалів, інструментів, техніки, енергоресурсів,

викликів (відряджень) безпосередньо на підприємство або в установу, умови забезпечення постійного надійного зв'язку з роботодавцем тощо.

Література:

1. Постановление Госкомтруда СССР, ВЦСПС Об утверждении Положения об условиях труда надомников. От 29.09.1981 № 275/17-99 http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN5075.html
2. Закон України Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19) Від 17 березня 2020 р. № 530-IX URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення 23.05.20р.).
3. Закон України Про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-2019) Від 30 березня 2020 р. № 540-IX URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show> (дата звернення 23.05.20р.).
4. Working anytime, anywhere: The effects on the world of work. URL: <https://www.ilo.org/global/publications/Eurofound/EU> (дата звернення 23.05.20р.).

Вініченко С. А.,

аспірант

Ларіна Я. С.,

д. е. н., професор

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ШЛЯХИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКОГО БДЖОЛЯРА НА РИНОК ЄС

На сьогодні ні для кого не секрет, що найдохіднішими для збуту продукції є закордонні споживачі і ринки збуту. Але зазвичай простому

українському фермеру чи виробнику одноосібнику не так просто потрапити на лавки закордонних торгових мереж. Це зв'язано в першу чергу через складність розуміння законодавчої бази щодо експорту продукції, а також невеликих обсягах продукції, що не задовольняє іноземних покупців. Тому часто постає проблема, як простому українському пасічнику конкурувати з експортерами та вийти на більш дохідні ринки. Експортери та переробники оптимізують собівартість меду, переслідуючи свої власні інтереси, та конкурують між собою на зовнішньому ринку, в той час як вітчизняні виробники меду втрачають прибутки. Для експорту натурального меду до країн ЄС згідно Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС (Deep and Comprehensive Free Trade Area) наразі існує розмір безмитної квоти 5000 т/рік, із поступовим збільшенням упродовж п'яти років (до 2020 р.) до 6000 т/рік. Тарифна квота не означає заборони на експорт, але при перевищенні обсягу квоти застосовується ставка ввізного мита ЄС - 17,3%. Основні споживачі українського меду в ЄС це Польща, Німеччина, Франція, Бельгія та Угорщина. Фактичні обсяги експорту меду до ЄС перевищують розмір тарифної квоти у кілька разів. Так, у 2019 р. Україна поставила в ЄС 45 тис. т натурального меду на суму майже 76 млн. євро, що більше майже у 10 разів, порівняно з 2003 р., що свідчить про досить вигідний ринок збуту (рис.1).

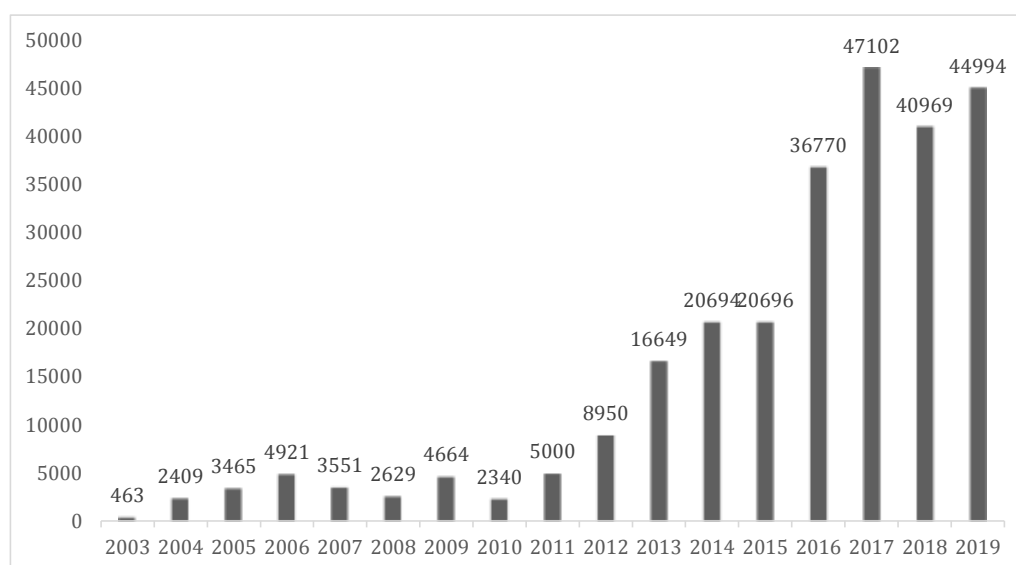


Рис. 1. Динаміка експорту меду з України до ЄС, 2003-2019 рр., тис. т.

Для того, що б зробити поставку меду за кордон необхідно пройти певну процедуру. Алгоритм розглянуто на рисунку 2.

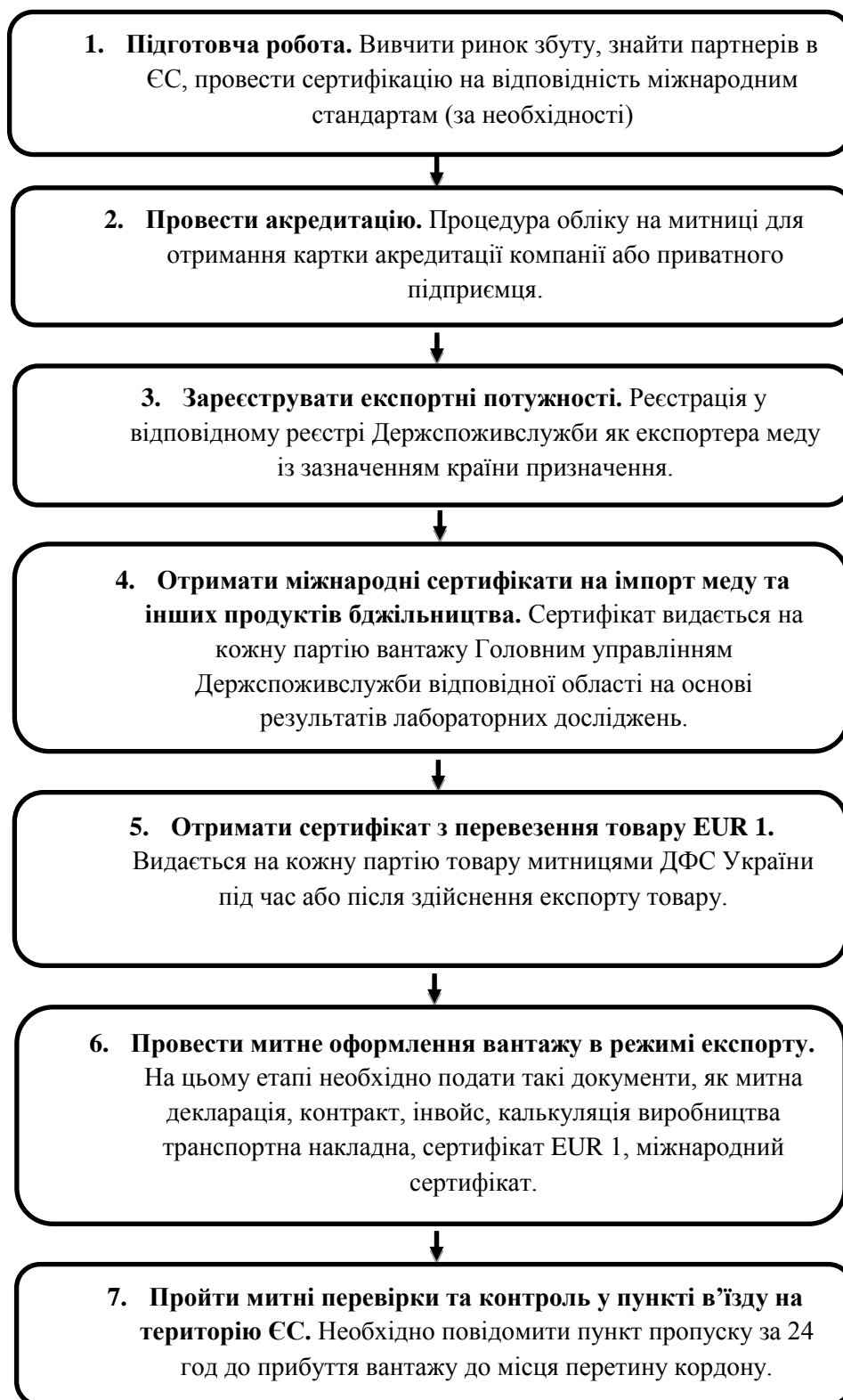


Рис.2. Основні етапи здійснення експорту меду до ЄС

Також стає зрозумілим, що одноосібному пасічнику пройти шлях зі своєю продукцією від своєї пасіки на стіл споживача ЄС постає складним та досить затратним. Тому достатньо простим і першочерговим шляхом в цьому випадку є об'єднання в кооперативи. Існує постанова, що регулює та допомагає кооперативам отримати гроші від держави за програмою часткової компенсації відсоткової ставки за банківськими кредитами, залученими для покриття витрат, пов'язаних із провадженням діяльності галузі бджільництва.

Хочеться також відмітити, що для фізичних осіб немає програми, яка б надавала підтримку від держави, окрім програми «Сільське подвір'я». Це 3% кредити, які незалежно від правового статусу може взяти фізична особа.

Отже, медова галузь України має потужний потенціал на внутрішньому ринку та дозволяє входити до п'ятірки провідних країн-експортерів меду. Для розвитку галузі однією з основних проблем є низький рівень професіоналізації господарств та обмежені можливості для збуту меду для малого і середнього виробника до країн ЄС. В сучасних ринкових умовах конкуренції, більшість одноосібних пасічників без об'єднання не зможуть конкурувати з експортерами та виходити на більш прибуткові ринки збуту за кордон.

Галат Л.М.,

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ СВІЖИХ ОВОЧІВ

Значення виробництва і ринку овочів визначається незамінністю овочів для здорового раціонального харчування людини. Темпи зростання виробництва овочів складають приблизно 5% в рік, у той же час темпи зростання виробництва фруктів складають 3% в рік [1, с 147]. Разом з розвитком ринків агровиробники, торгівельні підприємства розширюють

набір різноманітних маркетингових дій, спрямованих на задоволення потреб споживачів у свіжих овочах протягом року.

Як для значної частини продукції агровиробництва комплекс маркетингу для свіжих овочів відрізняється низкою особливостей. Це обумовлено тим, що система агробізнесу функціонує внаслідок поєднання процесів виробництва сільськогосподарської продукції (сировини), її перероблення, зберігання, транспортування і доведення до споживача. Навіть у 50-их роках ХХ ст. Дж. Н. Девіс і Рой А. Голдберг ввели поняття «маркетингу агробізнесу», який включав маркетингові операції від першого покупця до кінцевого споживача [2, с. 9]. Тому комплекс маркетингу свіжих овочів складається з таких маркетингових операцій, які притаманні не лише агромаркетингу, а й з транспортного, комерційного, промислового та інших видів. На нашу думку, особливості комплексу маркетингу свіжих овочів слід розглядати починаючи з формування майбутніх заданих властивостей продукту, його вирощування і на усіх подальших етапах товароруку продукту від поля до споживача.

Найважливішою функцією маркетингу, у тому числі і свіжих овочів, є дослідна, тобто вивчення споживачів, конкурентів, загальних тенденцій розвитку ринку, усього того, що впливає на смаки споживачів та рішення конкурентів. Не дивлячись на те, що переважна частина овочів, із сотень видів у світі – це однолітні рослини, плоди яких формує природа люди корегують їх властивості за допомогою генетики та різноманітних технологій виробництва, доробки, зберігання, аби задовольнити потреби людей на постійній основі протягом року. Наприклад, широко розповсюджений у багатьох південних регіонах світу овоч – томат: за довгі роки пристосування цього продукту під потреби людей було створено багато сортів та гібридів різних кольорів (рожевий, жовтий, чорний, смугасті), з різним розміром та формою плодів, періодом плодоношення, відмінними смаковими характеристиками, цільовими запитами щодо транспортування, зберігання, переробки, лежкості. За роки його промислового культивування у світі виокремилися особливі регіони його

вирощування, визначені не лише кліматичними чи економічними перевагами, а й технологічними надбаннями країн та логістичними зручностями.

Певні особливості маркетингових активностей стосовно свіжих овочів стосуються системи заходів, відомих як market-mix – маркетингова суміш. Ця система заходів відома ще як комплекс маркетингу, до якого входять чотири основних елементи (4P – маркетингу): продукт (тобто товар, котрий виробляє підприємство, з точки зору забезпечення його належної якості, асортименту, обсягу, тощо); ціна (тобто визначення ціни на основі усвідомлення конкурентного характеру ринку, установлення обґрунтованих знижок або надбавок до ціни тощо); розподіл та збут продукції (визначення необхідної кількості оптових та роздрібних посередників, через яких відбувається збут продукції та її транспортування); просування продукції на ринку (тобто діяльність, спрямовану на формування позитивного ставлення споживачів до продукції за допомогою реклами, виставок, ярмарок та інше.) [3, с.303].

Система маркетингу овочів при виборі сортів та гібридів має враховувати не лише їх потенціал для транспортування та зберігання, а і етнокультурні особливості потреб споживачів на цільових ринках. Наприклад, спостереження товаровиробників цибулі ріпчастої вказують на те, що на українському ринку затребувана продукція цибулі ріпчастої діаметром 5-8 см. Менша або більша за стандарт продається дешевше. Європейські покупці беруть фракцію 5-6 см, азійські – велику, понад 9 см з великою кількістю тонких кілець. Різні вимоги до продукції треба врахувати при технології вирощування, коли створюється майбутній продукт [4, с.49]. На свіжу овочеву продукцію суттєво коливається ціна як протягом року, так в залежності від сортності, локалізації ринку тощо. Тенденції переважають такі: з настанням сезону ціни на овочеву продукцію падають, причому зниження ціни спостерігається в рази; в місцях масового вирощування тих чи інших овочів ціни на неї нижчі; на більш розвинених усталених ринках Європи сезонні і локальні коливання цін не значні. Більшість овочів є повсякденними продуктами харчування, тому спеціальних заходів просування до споживача не потребують, їх не рекламують виробники, тому

що ринок овочів представлений тисячами виробників, та й на вигляд вони слабо впізнаванні, хоча відрізняються смаковими якостями. Проте, для свіжих овочів характерні такі методи просування продукції – повідомлення країни походження, регіону виробництва (херсонські кавуни, томати, ялтинська цибуля тощо), підприємства виробника. Різноманітні способи просування до споживача відповідної продукції застосовують для продукції виготовленої з овочів – консерви, соки, страви та інше, а також для насіння, розсади, засобів догляду тощо. Об'єктами реклами стають невідомі споживачам, види овочів, що потрапляють на ринки.

Таким чином, не зважаючи на усталені смаки і переваги споживачів усім учасникам овочевого агробізнесу торгівельним мережам в різний спосіб необхідно розвивати і урізноманітнювати маркетингові заходи про овочеві культури, розповсюджувати інформацію про продукти з них серед потенційних споживачів на рекламних листівках, упаковці, шляхом розповсюдження привабливих рецептів страв з овочів, способів приготування тощо.

Література:

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк М.В., Зубець М.В., Саблук П.Т. та ін]; за ред.М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – С.146-148.
2. Островський П.І. Аграрний маркетинг. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. С.9-10.
3. Економіка підприємства: Навч. посіб./ А.В.Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.: за ред.. А.В. Шегди. – К. Знання-Прес, 2002. – С.303.
4. Капустіна Л. Цибуля для зберігання. *Плантатор*. 2017. №6. С.48-49.

Голіцин А.М.,

к.е.н., доцент

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ TELEGRAM В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

Восени 2013 р. Telegram мав лише 100 000 активних користувачів. Станом на 24 березня 2014 р. ця цифра досягла 35 млн в місяць, про що компанія оголосила офіційно. У квітні 2020 р. кількість осіб, які активно використовують додаток в усьому світі становить 400 млн чоловік. Темпи приросту насправді просто колосальні, так як за 6 років вони зросли на 1040%, а це майже в 11,5 разів [1]. Очікується, що до 2022 року кількість користувачів буде досягати 1 млрд.

В Україні Telegram на сьогоднішній день – це найбільш технологічно розвинутий і безпечний месенджер. Проте його значно частка значно поступається Viber і WhatsApp, що найбільш використовуються в країні. Кількість осіб, що завантажили даний додаток становить понад 10 млн осіб [2,3], а користуються ним в основному найбільш досвідчені користувачі, багато молоді. Основною віковою категорією Telegram є люди 18-24 років (>50%), 25-34 роки (біля 30%) [4]. Його користувачі (як компанії, так і ті, хто використовує додаток в особистих цілях) за різними підрахунками оцінюють додаток у 4,4 з 5 балів. Така висока оцінка заслужена завдяки багатьом причинам. Зокрема, про його орієнтацію виключно на клієнта свідчать представлені оновлення за останні 11 місяців на рис.4. Їх загальний рахунок – 25, що більше ніж в 2 рази перевищує кількість місяців у році. Якщо є певні негаразди – їх моментально виправляють та покращують вже існуючу версію. Таким чином, програма показує високий рівень турботи до власних споживачів.

Що важливо, це те, що Telegram функціонує як некомерційна організація, і не планує стягувати плату за свої послуги. «Telegram був створений не для

того, щоб приносити дохід, там ніколи не буде реклами або зовнішніх інвестицій. Він також не продається, »- написано у FAQ компанії.

Проте, він надає широкі можливості для використання у бізнесовій, інформаційній та PR діяльності. Також існують певні риси, які відрізняють Telegram від інших месенджерів і присутні лише в цьому додатку. Найголовнішим серед них є: відсутність алгоритмічної стрічки новин, анонімність, відсутність зворотного зв'язку [5].

Ефективність використання Telegram для бізнесу підтверджують створені високоякісні інструменти, які дозволяють полегшити роботу самої компанії та скоротити її трудомісткість. Такими засобами є:

1. Телеграм-чат або Група в Telegram – це найпростіший спосіб комунікації між компанією та аудиторією. Стандартною практикою є той факт, що для бізнесу або діяльності компанії в Telegram потрібно активне ведення блогу або ж представлення товару/послуги.

2. Телеграм-канал. Канали – це одне з основних відмінностей Telegram від інших месенджерів. Це щось середнє між стрічкою новин і блогом на певну тему. Канали є ще одним чудовим майданчиком для публікацій контенту. Як тільки користувач підписався на канал, він бачить його в списку своїх листувань. Коли на каналі публікується новий запис, людина отримує повідомлення. Телеграм-канал для компанії є безкоштовною альтернативою рекламного аккаунта і потужною машиною для генерування трафіку на будь-який інтернет-ресурс. Адміністратор може розмістити пост або посилання на потрібний матеріал, а користувачі прочитають або перейдуть за посиланням, без необхідності прокоментувати повідомлення.

3. Телеграм-бот. Боти в Telegram створюються, щоб полегшити роботу з адміністрування телеграм-аккаунта.

Необхідною умовою повноцінного використання можливостей Telegram є не тільки створення, а й просування власного каналу. Отже, Telegram зараз – це кросплатформений месенджер, який завдяки своїй специфіці набуває все більшої популярності, в тому числі у своїй більшості в Україні. Багато компаній

у сфері B2B та B2C вже оцінили переваги та переходять до Telegram. За даними [5], Telegram вирішує три основні задачі:

- клієнтська підтримка (вирішення проблеми клієнтів за допомогою персоналу або ботів);
- розміщення необмеженої кількості інформації (файлів та новин);
- створення каналів для розповсюдження інформації (їх використовують як блог чи стрічку новин).

Так, компаніям слід активно включати Telegram в свою комунікаційну роботу, використовуючи його також як інструмент продажів для підвищення прибутковості та популярності.

Література:

1. Global No.1 Business Data Platform Mobile Internet & Apps URL: <https://www.statista.com> (дата звернення 15.05.2020)
2. Месенджери можуть стати повноцінним каналом продажів. Як їх використовувати? Сайт компанії VenWeb. URL: <https://venweb.com.ua/mesendzhery-mozhut-staty-povnotsinnym-kanalom-prodazhiv-iaak-ikh-vukorystovuvaty> (дата звернення 15.05.2020)
3. Ценцура К. Гра престолів. Чому Telegram вб'є Viber і що буде з іншими месенджерами URL: <https://nv.ua/ukr/techno/it-industry/gra-prestoliv-chomu-telegram-vb-ye-viber-i-shcho-bude-z-inshimi-mesendzherami-50008723.html> (дата звернення 15.05.2020)
4. Кошельник Д. Исследование украинского Telegram: кто, почему и как использует мессенджер в Украине. *Vector онлайн-журнал о бизнесе, технологиях и маркетинге VECTOR*. URL: <https://vctr.media/ukrainskiy-telegram-5000-15716> (дата звернення 15.05.2020)
5. Шевчук І. Соцмережі як головний інструмент маркетингу для компаній — поради новачкам URL: <https://nachasi.com/2018/08/26/smm-top-instrument> (дата звернення 15.05.2020).

Голованова М.А.,

к.т.н., доцент

Національний аерокосмічний ун-т ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

МОДЕЛЮВАННЯ СХИЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ

Часто говорять, що споживацька поведінка людини є непередбаченою, не досліджується достатньо психологією, нейробіологією та економікою. Але один з підходів для прогнозування передбачає у дослідженні реакцій на стимули, фактори або події, які виявляють такі реакції. У маркетингу говорять, що стимули націлено на точки дотику клієнтів. Доступні наукові дані дають змогу отримати потужні інструменти для збору та аналізу цих точок дотику, які можна використовувати у подальшому, наприклад, для онлайн-реклами або участі в програмі лояльності, тощо. Велика кількість маркетологів та продавців експериментують із прогнозованою аналітикою, зокрема, називаючи і моделювання схильності.

Моделі схильності – це клас інструментів, які підтримують прогнозування результатів продажів за характеристиками клієнтів та їх реакцій у точках дотику. Модель визначає, що такі клієнти найбільш ймовірно відреагують на певні дії з боку компаній, на товари, що продаються, і знання таких реакцій може допомогти компаніям з обмеженими ресурсами та відкрити для них найбільш перспективні можливості.

Цей інструмент дає змогу брендам найкраще зрозуміти та прогнозувати дії покупців. Моделювання схильності коригує характеристику клієнта з очікуванням поведінки або схильності, дає змогу відслідкувати споживацькі звички, а також інші дії, такі як схильність клієнтів відкривати маркетингове електронне письмо, підписуватись за програмою лояльності або брати участь у програмі зворотної зв'язку, тощо.

Чому доцільно використовувати моделювання схильності для висновку про причини та наслідки поведінки, якщо є інші альтернативи, такі як звичайні рандомізовані випробування або тестування А / В? Але не завжди можна покладатися на ці статистичні методи в реальному світі. Можливо, існує кілька сценаріїв, коли реальні експерименти неможливі, наприклад:

- керівництво може не бажати ризикувати короткостроковими втратами доходу, призначаючи продажі випадковим клієнтам;
- торгова команда, яка заробляє бонуси на основі комісій, може повстати проти рандомізації потенційних клієнтів;
- експерименти в реальному світі можуть бути непрактичними і дорогими в певних випадках, коли одні і ті ж дані або учасники можуть бути змодельовані за допомогою квазіекспериментальних процедур або коли історичних даних достатньо для отримання діючих даних;
- експерименти в реальному світі можуть стосуватися етичних питань або проблем зі здоров'ям, тощо.

Моделювання схильності, запропоноване Полом Розенбаумом та Дональдом Рубіном у 1983 році, є ефективним рішенням у вищезгаданих сценаріях. Воно являє собою підмножину квазіекспериментальних методів дослідження, подібних експериментальним дослідженням, за винятком того, що суб'єктам не випадково призначено брати участь у ньому. Натомість вони можуть самостійно вибирати себе в експеримент або призначати їх випадково адміністратором.

Моделювання схильності включає декілька підходів і методів, серед яких найбільш помітними є показник співвідношення показників схильності (PSM), стратифікація шкали схильності (PSS) і показник схильності (PSW). Розглянемо докладніше особливості PSM – основну методику якої використовують при моделюванні схильності для бізнесу.

PSM намагається зменшити упередженість, що створюється заплутаними змінними, тобто чинниками, які впливають як на незалежні, так і залежні змінні та викликають помилкові асоціації. Наприклад, заплутані змінні можуть

з'являтися, якщо ми порівнюємо характеристики та результати серед клієнтів, які використовували товар, та тих, хто цього не зробив, не враховуючи істотних відмінностей між ними. І той факт, що очевидна різниця результатів між цими двома групами може залежати не від характеристики одиниць, а від самої дії.

PSM намагається уникнути упередженості квазіекспериментальних досліджень шляхом створення балансу між цими двома групами; тих, хто користувався продуктом, і тих, хто цього не зробив. Баланс створюється за допомогою порівняння на спільних коваріатах; вік, стать або вживання продуктів. Таким чином модель намагається імітувати експериментальну конструкцію після факту. Обчислена змінна – оцінка схильності – фіксує, як відмінності в згаданих змінних сприяють статистичній ймовірності застосування до тієї чи іншої групи. Таким чином, оцінка схильності належить до складної змінної, яка узагальнює важливі групові відмінності. Суб'єкти з аналогічним показником схильності нагадують один одного. У бізнес-контексті оцінка схильності допомагає виявити потенційних клієнтів.

Якщо у людини показник схильності схожий на людину, яка вже є клієнтом, то велика ймовірність того, що вони теж стануть замовником. Таким чином, ми можемо визначити суб'єктів у популяціях, які не користуються клієнтами, які, ймовірно, зроблять покупку за правильного стимулу.

Моделі схильності корисні в наступних ситуаціях: тестові маркетингові кампанії; вимірювання ефективності; скорочення витрат та збільшення рентабельності ваших маркетингових кампаній; визначення типу поведінки клієнтом – повністю відмовити в послугі або запропонувати альтернативний товар.

Однак, застосовуючи моделювання схильності в бізнесі слід пам'ятати, що високий показник схильності – це не те саме, що велика ймовірність покупки. Навіть незважаючи на те, що потенційний клієнт може поділяти риси історичних покупців, товар та пропозиція повинні залишатися актуальними, цінovими та принаймні сумісними з останніми пропозиціями конкурентів.

Горбунов П.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Чмут А.В.,**

к.е.н., ст. викладач

Херсонський державний університет

КРЕАТИВНІ КЛАСТЕРИ В КРАЇНАХ ЄС

Кластер є організаційною формою консолідації зусиль зацікавлених сторін, спрямованих на досягнення конкурентних переваг, за умов становлення постіндустріальної економіки . Або , кластери - це індустрії, що походять з індивідуальної творчості, навичок і талантів та мають потенціал до формування добробуту і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності .

Креативний кластер – це об'єднання продуцентів товарів і послуг в креативних індустріях. Разом з тим, Р. Флоріда, Н. Кліфтон і П. Кук наголошують, що основна відмінність креативних кластерів полягає у тому, що вони по суті є географічною концентрацією окремих виробників товарів і послуг креативного змісту, а не підприємств. Цю думку доповнює Л. Де Пропріс, розглядаючи креативний кластер як місце, яке характеризує, з одного боку, спільноту креативних людей, а з іншого, – каталітичне середовище, в якому люди, відносини, ідеї і таланти сприяють появі один одного [1].

Найчастіше креативні індустрії представляють собою міський феномен, оскільки функціонують в межах міст. Вони побудовані на зусиллях одного чи більше поколінь та характеризуються етнічною різноманітністю, спираються на малий та середній бізнес і не є характерними для великого.

Принципи кластеризації ефективно використовуються в Європейському Союзі: економіка Нідерландів поділена на 20 кластерів; у Данії 40% підприємств, що забезпечують 60% експорту, функціонують у складі кластерів; а в Австрії діють трансграничні кластери з Угорщиною, Італією, Швейцарією та

Німеччиною. Кластери забезпечують майже 30% загального рівня зайнятості в Італії [2].

Нового імпульсу дослідженню кластерів, зокрема в ЄС (в умовах посилення кризи в інтеграційному союзі), надали спроби Європейської комісії максимально об'єктивізувати суть спільної технологічної політики, яка нерідко розглядалася крізь призму конкурентоспроможності інноваційних структур[3].

Підтримка креативного сектора, по суті, зводиться до синхронного розвитку п'ятих складових:

- 1) вироблення політик та адвокація, діяльність професійних мереж та асоціацій;
- 2) зміцнення організаційного потенціалу, зокрема через спеціальну освіту та навчання впродовж життя;
- 3) робота інкубаторів та акселераторів;
- 4) створення кластерів і хабів;
- 5) інтернаціоналізація (тобто орієнтація на глобальні ринки та світову креативну сцену).

Подібне інфраструктурне опертя забезпечує стійкість і сталість сектора.

Спроби впровадження перших виробничих систем на основі кластерної моделі в різних регіонах України, що здійснювалися починаючи з 1997 року, підтверджують доцільність, перспективність та ефективність формування партнерств, мереж, кластерів і мегакластерів на базі співпраці влади, громадських організацій, ділових асоціацій (розвиток кластерних ініціатив на Поділлі, у Прикарпатті, Поліссі, Придунав'ї).

Наразі Україна так само, як і інші європейські країни є активним учасником міжнародної торгівлі креативними товарами. Дослідження UNCTAD за аналізовані десять років приводить данні про збільшення експорту товарів креативних індустрій України з 238,7 млн. дол. США до 768,3 млн. дол. США. Відповідно до класифікації UNCTAD найбільше експортувались з України креативні товари з категорії «дизайн», «видавництво», «прикладне

мистецтво». Основними ринками креативних товарів України були Європа (78%) та Азія (22%) [4].

Не зважаючи на існуючі наукові здобутки та публікації щодо впровадження та розвитку креативних індустрій, багато питань щодо їх ефективного функціонування залишаються актуальними та потребують постійної уваги науковців та практиків. Потребує уваги вивчення креативних індустрій, як стратегічного вектора розвитку економіки.

Література:

1. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Інтеграція та кооперація в креативних галузях. Розвиток підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища: управління, реалізація та перспективи: монографія / за ред. д.е.н., проф. Шарко М.В. - Херсон: ФОП Вишемірський В.С., 2019. С 19-26/
2. Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.Н. Креативні кластери як форма кооперації в креативних індустріях Європейського Союзу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2019. Вип 36. С. 26-31
3. Chmut Anna. Development of creative economy and creative industries in the European Union. Changing Paradigm in economics & Management Sistem. Delhi. 2020. ABC Books. p 139-150.
4. Чмут А.В. Синякова К.М., Грицина В.В. Креативні індустрії Німеччини та перспективи розвитку креативного сектору економіки України *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4(21) URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/>
5. Чмут А.В. Ушкаренко Ю.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та суспільство*. 2018. №18. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.

Гусева В.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Вонберг Т.В.**,

к. е. н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На світову економіку, на наше переконання, сильніше впливає чисельність людей, які побоюються коронавіруса (COVID-19), ніж число хворих. Страх змінює поведінку людей. І, очевидно, він змінює поведінку тих, хто приймає рішення. Ці страхи суттєво впливають на зміни у співвідношенні між пропозицією і попитом у світовій економіці. На пропозицію, зокрема, позначається тимчасове припинення виробництва в Китаї, що знижує й загальносвітове виробництво. Сьогодні Китай - це мега-важлива ланка в глобальних ланцюжках постачань. Зрозуміло, що зупинка виробництва в КНР знизить економічну активність у світі, а також вплине на продуктивність інших компаній, що входять в ланцюжок постачань.

З іншого боку, страх знизив попит на певні послуги. Майже у всьому світі люди перестали ходити в торгові центри, кінотеатри і т. д. Зрозуміло, через карантинні заходи ці об'єкти є замороженими, але, навіть за умови їх функціонування, люди все одно не будуть їх відвідувати, оскільки є ймовірність заразитися коронавірусом. Крім того, шалено впав попит на подорожі в межах країни.

У той же час в деяких місцях набирає обертів онлайн-торгівля. Зростає попит на мережеві комп'ютерні ігри. Людям, що знаходяться весь час вдома з сім'єю, потрібно на щось відволікатися. Це одна з ключових відмінностей нинішньої ситуації часів атипової пневмонії.

Цілком очевидно, що вплив на попит залежить перш за все від того, чим компанія займається. Наприклад, під час пандемії суттєво страждають так звані

«люксові бренди». Відомо, що такі товари купують особисто, а не через інтернет. Це скоріше не шопінг, а відпочинок для покупця. Та й сам похід у лакшері-магазин - це частина задоволення від закупівлі.

Разом із тим, для базових товарів перехід до переважно онлайн-закупівель може стати довгостроковим трендом.

Пандемія впливає також і на всі процеси всередині компанії. І процеси менеджменту персоналу не є виключенням. На наше переконання, рекрутинг у період кризових явищ стає інструментом, який безпосередньо впливає на ефективність бізнесу, і навіть з огляду на можливі скорочення залишається проблемою залучення кваліфікованого персоналу. В той же час, збільшення кількості резюме безпосередньо ніяк не позначиться на їх якості. Тому потрібно знати всім: і рекрутинговим агентствам, і роботодавцям, як змінити критерії відбору, посилити і підняти планку або залишити профіль і знизити фінансову компенсацію, як правильно залучити потрібного кандидата і як сформувати структуру його заробітку з метою дотримання балансу інтересів.

Ми вважаємо, що зараз саме час рекрутеру підняти планку професійного профілю. У цей період нескладно отримати резюме, але є проблема вибору кращих, найефективніших. Також на ринку зараз можуть з'явитися рідкісні фахівці, які раніше мали стабільну роботу та не розглядали пропозиції працевлаштування, а тому рекрутер навіть не мріяв про такий «подарунок долі». У компаніях, які зберігали працевдатність, криза посилить необхідність заходів щодо утримання рідкісних фахівців. Внутрішній рекрутер компанії повинен бути чутливий до таких речей - в моменти кризи, користуючись своїм методичним арсеналом, залучати в компанію рідкісні кадри, які зараз стали більш доступними.

Щодо рекрутингових агенцій, то рекрутер повинен досконально оцінити ринок діяльності клієнта-замовника і специфіку внутрішньокорпоративної роботи, щоб бути на 100% впевненим, що пропонує кандидату стабільне місце роботи. А внутрішня впевненість рекрутера - це вже 50% успіху для мотивації кандидата перейти на пропоновану позицію. Разом із тим, вважаємо, що криза

не вирішить в повній мірі проблему дефіциту висококваліфікованих кадрів. Можливо буде виникати хибне відчуття, що на ринку праці з'явилося багато кадрів високої кваліфікації, що можуть погодитися на меншу зарплату, ніж раніше. Проте, кількість вільних «ексклюзивних» кадрів на ринку праці збільшиться не більше ніж на 10% від докризової ситуації, і станеться це, на нашу думку, аж ніяк не у всіх галузях.

Послуги рекрутингових компаній різних рівнів стануть ширшими, ніж просто стандартні «пошук і підбір»: це надання цінної інформації, на основі якої замовники можуть вибудувати власну лінію поведінки в період кризи. Затребуваність консультантів-рекрутерів посилиться під час кризи насамперед щодо знання ситуації «зсередини» ринку, відстеження переміщень кандидатів, розуміння, які кандидати знаходяться в «вільному плаванні», хто готовий розглядати пропозиції в даний час.

Провівши невеличке дослідження, можемо стверджувати що попит на дистанційну роботу зараз дуже великий, навіть у порівнянні з ситуацією 3-місячної давнини.

Дуже багато компаній зараз перейшло на пошук людей для дистанційної роботи. А робота рекрутера також перешла в розряд «онлайн»: співбесіда онлайн, надання документів онлайн тощо.

Також, під час кризи розвиваються нові стратегії розвитку компанії - ставляться нові завдання, для вирішення яких потрібні талановиті професіонали. Рекрутер повинен чітко знати важелі мотивації.

В цілому та ситуація, яка сьогодні склалася на ринку праці, привела співвідношення ціна-якість в більш адекватний стан. Кандидати стали більш реально оцінювати свої професійні можливості. Якщо ще півроку тому при переході на нове робоче місце підвищення по заробітній платі не розглядалося менш ніж на 30-50%, то зараз в Україні влаштувався «європейський відсоток» підвищення оплати - 10-15%. А багато фахівців, що знаходяться в пошуку, готові йти працювати на суму менше, ніж у них була на попередньому місці. Це означає, що у компанії з'явилася можливість вибору і економії.

Должикова І.С.,

здобувач вищої освіти

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ВИОКРЕМЛЕННЯ ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Дослідження конкурентної арени здійснюється на основі використання запропонованої М. Портером моделі конкурентної арени, яка містить "п'ять сил конкуренції". Відповідно до цього підходу досліджується, по-перше, привабливість галузі в довгостроковій перспективі; по-друге, вивчаються конкурентні позиції фірми та її продуктів порівняно з іншими фірмами, що функціонують у даній галузі. Так, при організації маркетингового дослідження конкурентної арени (з використанням опитувань, фокус-груп, хол-тестів, різноманітних панелей) необхідно "закласти" у програму проведення робіт аналіз усіх складових маркетингового мікросередовища. Вивчати потрібно не тільки діючих конкурентів, але всі "конкурентні сили", а саме позиції постачальників і споживачів, можливості появи альтернативних товарів і послуг[1].

Визначення основних конкурентів фірми, оцінка їхніх можливостей здійснюються в процесі конкурентного аналізу за допомогою різноманітних методів маркетингових досліджень за такою схемою:

- максимально можливий збір інформації про всі аспекти їхньої діяльності за допомогою різноманітних методів маркетингових досліджень і маркетингової розвідки (із статистики, рекламних джерел, матеріалів конференцій, опитувань споживачів, у процесі відвідування фірм-конкурентів тощо);
- оцінка потенційних можливостей фірм-конкурентів, їхньої схильності до експансії на ринку;

- остійний моніторинг конкурентів, систематичне накопичення даних про їхню діяльність на ринку;
- прогнозування поведінки реальних і потенційних конкурентів на ринку на основі зібраної в процесі маркетингових досліджень інформації, використання методів експертних оцінок;
- організація, при необхідності, спеціальних акцій маркетингової розвідки.

Конкурентоспроможність фірми (підприємства) – це порівняльна здатність фірми до ефективного функціонування на ринку (відносно її конкурентів), яка забезпечується через задоволення потреб всіх зацікавлених осіб (споживачів, постачальників, посередників, а також інвесторів, акціонерів, персоналу тощо) шляхом створення та утримання конкурентних переваг[7;9].

Основні етапи визначення конкурентоспроможності фірми такі:

1. Дослідження конкурентоспроможності товарів.
2. Дослідження конкурентоспроможності (порівняльної ефективності) маркетингової діяльності.
3. Вивчення конкурентоспроможності фірми в цілому.

При вивченні конкурентоспроможності продукту (товару) його порівнюють з товаром конкурента за цілим рядом атрибутивних ознак: надійність; економічність використання матеріальних, енергетичних та інших ресурсів; екологічність; безпека; технологічність ремонту; транспортабельність та ін. Що стосується аналізу конкурентоспроможності маркетингової діяльності та її зіставлення з аналогічною діяльністю пріоритетних конкурентів, то порівняння здійснюється за елементами комплексу маркетингу: продукт; ціна; доведення продукту до споживача; просування продукту.

Логічним кроком конкурентного аналізу є вивчення чинників конкурентоспроможності фірми. У зв'язку з цим особливо значуща роль маркетингових досліджень, оскільки саме за допомогою дослідницьких методів, зокрема методики експертного опитування, оцінюється значущість

різноманітних конкурентних чинників: споживчих властивостей товару, його якості, ціни, унікальності і багатьох інших.

Література:

1. Судомир С. М. До аналізу конкурентостійкості підприємств як складової його потенціалу. *Економіка: проблеми теорії і практики*: Зб. наук. праць. Вип. 240: В 5 т.- Т. V. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. С. 1241 – 1245.
2. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ*. Серія: економіка АПК і природокористування. – Харків: ХНАУ 6(2007): 96-100.
3. Должикова І., Пономарьова М.. Заходи забезпеченні конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможного виробництва. *Сучасні напрями та перспективи розвитку агро- та електроінженерії*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2018. 240 с. С. 86-88.
4. Пономарьова М. С., Єфремова Н.О., Нагорнюк О.П. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу. *Вісник ХНАУ*. Серія Економічні науки. № 1. 2018. С. 247-256
5. Должикова І.С. Визначення маркетингової стратегії в аналізі кон'юнктури аграрного ринку. *Соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Т. 1. 2018. Тернопіль. Крок. : ВННІЕ ТНЕУ. С. 83-85.
6. Судомир С.М. Формування результативної системи управління ризиками соціально-економічних систем. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва*. Серія „Економічні науки”. 2018. № 1. С. 149.

Друшляк І.М.,

здобувач вищої освіти

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

УМОВИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В СИСТЕМІ АГРОБІЗНЕСУ

Розвиток ринкових відносин і механізмів регулювання діяльності сільськогосподарських підприємств потребують фундаментальних досліджень проблем конкуренції та конкурентоспроможності в аграрному секторі економіки. Конкурентні відносини поряд з державним регулюванням здатні забезпечити сталий розвиток аграрної сфери, не допустити дискримінації сільськогосподарських підприємств у розподілі прибутків з боку переробної галузі та торгівлі та забезпечити норму прибутку, що відповідає її рівню в інших галузях національного господарства. Специфічним є те, що формування конкурентного середовища в економіці України відбувається без наявної необхідної бази її функціонування в минулому: інституціональної структури, інструментів, спеціалістів, досвіду та інших елементів [1].

Створення власної справи- це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминує виникає з народженням нового. Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не тільки можливість (за сприятливих умов) користуватися благами, які пророкує це починання, а й відповідальність за її функціонування, розвиток, виживання [2]. В останні роки в аграрному секторі спостерігається скорочення кількості дрібних сільськогосподарських підприємств, натомість, зростає діяльності холдингових структур в АПК реалізуються через створення агрохолдингів. Оскільки такі підприємства для України є відносно нові, їх становлення, розвиток та перспективи потребують відповідного наукового обґрунтування з тим, щоб вони могли зайняти відповідну нішу у структурі аграрного бізнесу в Україні як ефективна і рівноправна організаційна форма господарювання, що є особливо актуальним у період переходу до земельних відносин ринкового типу, оскільки це має не лише економічне, а й соціальне та екологічне значення. Масштаби залучення земель у використання агрохолдингами змушують вивчати особливості їх діяльності та можливості вдосконалення її регулювання державою.

Створення й розвиток конкурентного середовища є невід'ємною складовою ринкової економіки, що характеризується сукупністю зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабністю змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

Середовище, в якому функціонує сільськогосподарське підприємство, охоплює багато галузей народного господарства, що відрізняються економічними характеристиками, внутрішньою конкуренцією, обсягом капіталовкладень, ринками збуту, темпами та перспективами розвитку. Поняття «конкурентне» застосовується до визначення сутності середовища для підкреслення такої його ознаки, як існування багатьох економічних суб'єктів з одним напрямом інтересів, що функціонують в умовах обмеженої кількості ресурсів або благ, а отже – наявності боротьби за задоволення власних інтересів, що визначається поняттям «конкуренція». А тому формування повноцінного конкурентного середовища та розвиток конкурентних відносин неможливе без таких економічних явищ, як конкуренція та конкурентоспроможність. Безперечним є те, що функціонування майже всіх господарюючих суб'єктів нині відбувається в умовах конкуренції. Згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції», конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття, завдяки власним досягненням, переваг над іншими суб'єктами господарювання. У наслідок цього споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Модель п'яти сил конкуренції Портера (1980 р.) є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку.

Згідно класичної моделі конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:

- суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною;
- загроза входу в галузь нових конкурентів;
- економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;
- економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

З-поміж всіх конкурентних сил найбільший вплив здійснює конкуренція серед організацій однієї галузі. Кожна з конкуруючих фірм виробників різних версій одного і того ж товару або послуги даної ринкової ніші, здійснюючи діяльність, прагне зміцнити та розширити свої позиції на ринку.

На сучасному етапі конкуренція ведеться насамперед між гігантськими об'єднаннями, всередині них, а також між підприємствами немонополістичного сектора економіки та різних форм власності. Її особливістю є те, що центр боротьби все більше переміщується зі сфери обігу у сферу виробництва, з галузевого на міжгалузевий, з національного на інтернаціональний рівень [3]. Для досягнення максимальної економічної ефективності сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах агромаркетингу слід делегувати функції ціноутворення, формування товарної політики, управління каналами реалізації продукції, ведення оптової та роздрібною торгівлі, реклами, проведення ринкових досліджень [4,5]. Конкуренція з боку товарів, які виробляють фірми інших галузей, які є заміниками та конкурентні з точки зору ціни. Найбільшої уваги потребують товари-замінники, що є чутливими до тенденцій, які поліпшують їх ціново-якісне протистояння з галузевим товаром та ті, що виробляються в галузях, які забезпечують найбільші прибутки [6-8].

Література:

1. Пономарьова М.С., Захаров І.К., Іваненко В.Є. Механізм підвищення конкурентоспроможності підприємницької діяльності. *Вісник ХНАУ ім.В.В. Докучаєва*. Серія " Економічні науки" : зб. наук. пр. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків : ХНАУ, 2019. № 1. С. 458.
2. Пономарьова М.С., Аксьонова О.В. Умови регулювання вертикально інтегрованих підприємницьких структур агробізнесу: макро-, мезо-, мікро-рівні. *Вісник ХНАУ*. Серія «Економічні науки» : зб. наук. пр. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків : ХНАУ, 2019. №3. С. 391-401
3. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ*. Серія: економіка АПК і природокористування. Харків: ХНАУ 6(2007). С. 96-100.
4. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності. *Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24– 25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. Х., 2014. С. 81–83
5. Пономарьова М. С. Конкуристійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку. *Вісник ХНАУ*. Серія: Економічні науки. 2016. № 1. С. 285-294. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2016_1_34.
6. Судомир С.М. До аналізу конкурентоспроможності підприємств як складової потенціалу підприємств. *Облік і фінанси АПК*. 2008. № 3.С. 117-119.
7. Судомир С. М. До аналізу конкурентостійкості підприємств як складової його потенціалу. *Економіка: проблеми теорії і практики*: Зб. наук. праць. Вип. 240: В 5 т.- Т. V. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. С. 1241 – 1245.
8. Судомир М.Р. Конкуристійкість як економічна категорія. *Вісник ХНАУ*. №2. С. 210-215.

РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В АГРОТУРИЗМІ

Новий тип економіки поєднується зі зростаючою роллю нематеріальних засобів таких як знання, інформація, репутація, які є складовими людського капіталу. Надання послуг в агротуризмі – одному із пріоритетних видів позааграрної діяльності, альтернативному та найбільш реальному варіанті активізації сільськогосподарської діяльності – є неможливим без формування позитивної репутації [1]. Думки й рекомендації оточення безпосередньо впливають на діяльність агросадиби, агрооселі, агротуристичного підприємства. Задача власника – не тільки уміти вимірювати довіру споживачів, але й управляти нею. Правильно організоване управління репутацією може збільшити вартість бізнесу на 40%. Але потрібно відзначити, що процес створення репутаційного капіталу займає тривалий час і потребує впровадження в діяльність репутаційного менеджменту як важливої основи добробуту бізнесу.

Репутація підприємства – це те, як його оцінюють усі учасники ринку: споживачі послуг, конкуренти, представники влади, постачальники, бізнес-спільнота (в тому числі потенційні інвестори та кредитори). Основними конкурентними перевагами ділової репутації, які вносять вагомий сумарний внесок у розвиток бізнесу є розширення кола споживачів, залучення вигідних ділових партнерів, скорочення витрат на рекламу, полегшення просування турпродуктів, стійкість під час кризових ситуацій тощо. Міцна, позитивна репутація полегшує та пришвидшує розвиток підприємства, вимагає часу, може швидко знецінитись внаслідок помилок або відсутності послідовності. Вона є результатом групового навчання колективу підприємства, родини, що приймає туристів.

Найуспішніша агрооселя не зможе довго утримувати провідне становище, якщо не буде займатися постійним зміцненням свого доброго імені. Потрібно постійно формувати та направляти цільовим аудиторіям інформаційні потоки, які зміцнюють репутацію бізнесу. Тому життєво важливою умовою процвітання бізнесу стають збір, структурування і трансляція позитивної інформації про переваги агрооселі. Ця задача вирішується за допомогою репутаційного менеджменту. Даний напрямок менеджменту досить новий, він являє собою комплекс стратегічних заходів, спрямованих на формування, підтримання та захисту репутації підприємства.

Репутаційний менеджмент в агротуризмі включає дослідження ринку послуг, оцінку наявної репутації підприємства, агрооселі, розробку стратегії їх поведінки та реалізацію стратегії з формування позитивної репутації, репутаційного капіталу. Основою репутаційного менеджменту є репутаційний аудит – аналіз репутації підприємства і його найближчих конкурентів. Неодмінною частиною репутаційного аудиту підприємства є вимір його репутації в медіа. Потрібно вивчати ставлення (відношення) до агротуристичного підприємства або агротурпродукту з боку ЗМІ, а також інших зацікавлених груп.

Формування репутації складається з таких етапів: формування образу самого підприємства, аналіз і оцінка думки представників цільових аудиторій щодо підприємства, вибір маркетингових інструментів і стратегій взаємодії з цільовою аудиторією. Для ефективного управління репутацією підприємства розробляється **репутаційна стратегія** – комплекс заходів для формування позитивної репутації та механізмів їх реалізації. У кожному індивідуальному випадку підприємство обирає власну стратегію. В результаті повинна бути визначена правильна та ефективна стратегія по створенню репутації популярного місця відпочинку серед туристів

Під час формування репутації використовують такі канали зв'язку як інтернет і звернення в ЗМІ. Формування репутації в даному випадку – це ряд повідомлень, які покликані скласти позитивну думку. Основним інструментом

репутаційного менеджменту є PR, який включає роботу зі ЗМІ, некомерційними та громадськими організаціями, місцевими громадами та інвесторами.

Вибудувати позитивну репутацію дуже часто не так і просто, а втратити її можна в лічені дні. Необхідний комплексний підхід до управління репутацією. Він полягає в аналізі ситуації, визначенні стратегії управління репутацією, написанні статей позитивного характеру, співпраці з авторитетними ресурсами, протидії конкурентам.

Можна зробити висновок, що стабільна позитивна ділова репутація сьогодні є вирішальним активом підприємства, тільки вона може забезпечити його довгостроковий успіх [3]. Аграрним підприємствам, що надають туристичні послуги, важливо навчитися отримувати максимум користі з ділової репутації. Для цього необхідно цілеспрямовано формувати власну репутацію, активно використовуючи найбільш ефективні інструменти репутаційного менеджменту. Рекомендується акцентувати увагу на розробці інноваційних інструментів управління онлайн-репутацією. Грамотне управління репутацією підприємства буде сприяти формуванню репутаційного капіталу, динамічному розвитку підприємства, залученню інвестицій, підвищенню його конкурентоспроможності та лояльності споживачів.

Література:

1. Кирилов Ю.Є., Дуга В.О. Агротуристична діяльність в подальшому розвитку аграрного сектору економіки України. *Таврійський науковий вісник*. 2015. Вип. 91. С. 248–254.
2. Шупта І.М., Воронько-Невіднича Т. В. Репутаційний менеджмент – важлива складова управлінської стратегії на шляху до успіху в діяльності підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 6 (72). С.3–7.

3. Єлістратова А.І. Вплив ризику втрати репутації на формування позитивного іміджу туристичного підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2011. № 214. С.20–22.

Єременко О.М.,

к.е.н., доцент

Донецький державний університет управління (м. Маріуполь)

ЗНАЧЕННЯ ФІРМОВОГО ТА ТОВАРНОГО ОБРАЗУ ОРГАНІЗАЦІЇ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Сучасний стан економіки України вимагає від вітчизняних підприємств пошуку ефективних методів підвищення ефективності своєї діяльності. У нестабільних умовах в країні сильний імідж підприємства та його товарів є підтвердженням того, що підприємство володіє унікальними діловими здібностями (спеціальними навичками, уміннями), що дозволяють підвищувати пропоновану споживачам сприйману ними цінність товарів і послуг.

Підприємство на ринку постає перед обличчям багатьох проблем, одна з яких – це конкуренція. В умовах конкурентної економіки підприємство прагне зростання своєї наявності на ринку. Для цього необхідно створювати додатковий попит на ринку за рахунок переконання споживачів у необхідності здійснення покупки. Винятковість, престижність, оригінальність створеного за допомогою засобів публік рилейшнз і реклами, фірмового та товарного образу надзвичайно важливі для покупця. Тут на допомогу приходять такий інструмент маркетингу, як іміджева політика, яка набирає все більшої актуальності в наші дні. [1, с. 367-369]

Позитивний імідж для підприємства – це одна з найважливіших конкурентних переваг, а саме дослідження процесу формування та оцінки іміджу стає актуальною науковою проблемою, від вирішення якої залежить вся конкурентоспроможність окремо взятого підприємства.

Оскільки іміджева складова покупки виявляється вирішальним фактором для її здійснення, цю складову сучасні підприємства здійснюють за допомогою маркетингової практики створення брендів, які допомагають створити особливий образ у свідомості споживача та формують стійку психологічну залежність від нього.

Створення сильної торгової марки може дати наступний економічний ефект:

отримання більш високого прибутку;

розширення частки ринку, тобто збільшення обсягу продажів;

забезпечення більш високої норми повернення інвестицій;

створення доброзичливого відношення всіх зацікавлених груп до підприємства.

Організація з сильним, чітко збудованим іміджем володіє великою стратегічною перевагою на ринку. Але процес створення і підтримки такого іміджу вимагає від компанії великих витрат, як грошових, так і часових.

Імідж виступає підсумком взаємодії незліченної кількості факторів, частину з яких підприємство здатне тримати під контролем і робити на них свій вплив, але все ж більшість чинників цьому контролю непідвладні, хоча підприємство може побічно здійснювати на них вплив. [2, с. 26-32]

Імідж підприємства не можна відпускати з-під контролю і давати йому розвиватися самостійно, тому що це неодмінно призведе до негативного наслідку. Саме тому імідж може бути об'єктом стратегічного управління, адже він складається з сукупності елементів, що сприймають управлінський вплив.

Створення та управління іміджем, його розвиток – це багатофакторна і непроста робота, яка вимагає систематизованих знань в сферах теорії економіки, маркетингу, реклами, дизайну, PR і менеджменту.

Від усіх наявних знань і навичок про підходи до управління іміджем підприємства безпосередньо залежить рівень, на якому буде працювати підприємство в подальшому. Управлінський персонал будь-якої організації

рано чи пізно починає займатися побудовою її іміджу, і тоді послідовність їхніх дій складається в такий спосіб: [3, с. 59-61]

аналіз існуючого стану справ і сформованого на даному етапі іміджу,
оцінка іміджу, розробка програми побудови іміджу;
здійснення розробленої програми.

Кожна організація виконує безліч ролей, тому її імідж формується на різних рівнях, сюди можна віднести соціокультурний, галузевий, рівень підприємства і сам рівень продукту.

Всі компоненти іміджу організації взаємопов'язані між собою за формою та змістом, а саме: зовнішній вигляд організації та стиль роботи її керівництва, облаштування робочих місць та режим роботи організації, товарний вигляд продукції і реклами, а також зовнішній вигляд і стиль поведінки персоналу. Якщо хоч один із представлених компонентів іміджу має недоліки, то це може негативно вплинути на репутацію компанії, яка особливо уразлива в умовах жорсткої конкуренції на ринку.

Імідж може складатися роками, і це дійсно нелегкий процес. Однак якщо приділити йому особливу увагу, то підприємство зможе зайняти лідируючі позиції на ринку, що, відповідно, підвищить його статус в економічному плані і приверне більше споживачів товарів або послуг.

Безперечно, створення позитивного іміджу організації є дуже важливим аспектом його успішного функціонування, тому подальшого дослідження потребують питання щодо розробки оперативних заходів із підтримування прихильного ставлення громадськості до діяльності підприємства та його продукції, а також збереження та поліпшення репутації підприємства.

Література:

1. Согачева О. В., Симоненко Е. С. Имидж организации как фактор и индикатор ее конкурентоспособности. *Молодой ученый*. 2014. №19. С. 367-369.
2. Томилова М. Модель имиджа организации. *Менеджмент и менеджер*. 2007. № 9. С. 26-32.

3. Химич І.Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. *Економіка та держава*. 2009. №9. С. 59-61.

Жмуденко В.О.,

к.е.н., доцент

Чайка В.В.,

здобувач вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У нинішніх умовах питання кадрового забезпечення аграрних підприємств і його розвитку виявилось досить актуальним у контексті системної кризи та поглиблення процесів депопуляції на селі, які зумовили погіршення кількісних і якісних характеристик кадрового потенціалу. Завданням кадрової політики як генеральної лінії менеджменту є формування і забезпечення сталого розвитку кадрового потенціалу підприємства, тобто визначення потреби, залучення і розвиток персоналу.

Аналіз ситуації в системі менеджменту аграрних підприємств стосовно формування і розвитку їхнього кадрового потенціалу свідчить про ряд негативних моментів. Кадрова політика сільськогосподарських підприємств направлена на зменшення витрат на робочу силу. Такий стан негативно позначається насамперед на характеристиці кадрового потенціалу і веде до його зниження, а в окремих випадках – до деградації. Закріплення кадрів на селі залежить від умов праці, проживання, соціально-побутового обслуговування. Тривалість робочого дня працівника аграрного підприємства має здебільшого ненормований характер, селянин працює близько 280-290 днів на рік, особливо це стосується галузі тваринництва. У сукупності з низьким рівнем оплати це характеризує сільськогосподарську працю як непривабливу,

що негативним чином впливає на кадровий потенціал аграрних підприємств, перш за все на його формування.

Низький рівень мотивації трудової діяльності на селі, не усвідомлення значення кадрового потенціалу з боку роботодавців, зменшення чисельності зайнятих в молодому віці і з вищою освітою, разом із несприятливим підприємницьким середовищем, гальмує як позитивні процеси розвитку існуючих підприємницьких структур, так і становлення нових підприємств. Серед чинників, дія яких погіршує стан кадрового потенціалу, виділяють кадрову політику роботодавців, в основу якої покладено принцип мінімізації витрат на робочу силу, особливо щодо навчання і перепідготовки працівників. З огляду на вищевикладене впливає висновок, що підвищення уваги з боку менеджменту підприємств до проблем забезпечення персоналом є основою розвитку підприємницької діяльності на селі [1, с. 32].

Одним з аспектів, у якому проявляються елементи кадрової політики в контексті дотримання принципу «низькі витрати на робочу силу і зменшення чисельності зайнятих», є витрати на оплату праці в структурі витрат на виробництво сільськогосподарської продукції. Порівняно з 1990 р. витрати на оплату праці знизилися удвічі (1990 р. – 33,6%), що означає зниження рівня заробітної плати зайнятого персоналу і гальмування процесу мотивації зайнятості. У 1990 році середній рівень заробітної плати у сільському господарстві дорівнював аналогічному показникові по промисловості, а в окремих випадках перевищував його, а в період з 2000 по даний час рік він досягає більше 50 відсотків. Вкрай низький рівень заробітної плати, натуральний характер виплат, відсутність для працівника як власника робочої сили, який її продає підприємству-роботодавцю, можливості одержувати достатню суму коштів відповідно до якості та кількості праці, а також отриманого результату, справляє демотивуючий вплив [2, с. 44].

Характерною особливістю кадрової політики сільськогосподарських підприємств є зміна пріоритетів стосовно навчання і перепідготовки кадрів, яка зазвичай здійснюється за рахунок коштів роботодавця. Внаслідок зменшення

обсягу інвестицій у кадровий потенціал з часом підприємства відчуватимуть гострий дефіцит кадрів, особливо спеціалістів і кваліфікованих робітників. Поряд з цим і надалі знижуватиметься ефект виробничо-господарської діяльності, обмежуватимуться можливості забезпечити високу конкурентоспроможність підприємств на ринку робочої сили. За таких умов нема підстав сподіватися на пом'якшення процесів депопуляції праці, які сприяють вивільненню кваліфікованої робочої сили, особливо молоді.

Загальна чисельність керівників і спеціалістів зменшується. Причиною є тривалі у часі реформаційні процеси у сільському господарстві, які полягають у зміні організаційних форм підприємств, структури управління в них з точки зору зменшення ієрархічних рівнів. Склад вищої керівної ланки є стабільнішим, зважаючи на чисельність дипломованих спеціалістів з повною вищою освітою, а скорочення спостерігається переважно у середній ланці. Причиною є зміна структури виробництва, зменшення трудомістких галузей, що зумовлює вивільнення виробничого персоналу і керівників середньої ланки [3, с. 15].

Таким чином, результати дослідження свідчать, що головною проблемою менеджменту персоналу аграрних підприємств є відтік кваліфікованих кадрів, внаслідок чого погіршуються як кількісні, так і якісні характеристики кадрового потенціалу. Причинами такого розвитку ситуації є низький рівень мотивації трудової діяльності на селі, зміна структури виробництва; відсутність стабільної зайнятості; уваги з боку керівників аграрних підприємств до проблем персоналу; зниження витрат на розвиток персоналу (освіта, перепідготовка), відсутність програм соціального захисту; неефективність господарювання взагалі; безправність селянина-працівника.

Література:

1. Григор'єв Л. Управління персоналом і регулярний менеджмент. *Робота сьогодні*. 2015. № 5. С.32-34.

2. Донцов А.І. Психологія колективу: методологічні проблеми дослідження. 2015. С.43-46.
3. Іщенко Т.Д. Проблеми кадрового забезпечення АПК. *Інформаційний вісник «Вища аграрна освіта України»*. 2005. № 26. С. 12-20 с.

Жуган Д.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Чмут А.В.,**

к.е.н. ст. викладач

Херсонський державний університет

МЕТОДИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ

Світовий досвід свідчить, що країни з перехідною економікою не в змозі розвивати господарство без залучення та ефективного використання інвестицій. Інвестиції є найважливішим чинником стимулювання економічного зростання в умовах сучасного стану світової економіки.

Одним з найбільш загальних критеріїв прийняття рішення про інвестування є оцінка інвестиційного клімату регіону на макрорівні та інвестиційної привабливості об'єкта інвестування.

Часто інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість трактуються в економічній літературі як синоніми, але перше поняття ширше і ємніше. Це базова характеристика середовища інвестування в країні, регіоні, економічному районі, галузі. Тільки з урахуванням рейтингової оцінки інвестиційного клімату інвестору доцільно переходити до оцінки інвестиційної привабливості конкретного об'єкта або інвестиційного проекту.

На регіональному рівні інвестиційний клімат проявляється через двосторонні відносини підприємницьких структур, банків, органів влади та інших учасників процесу. У зв'язку з динамізмом інвестиційного клімату

актуальним стає завдання його моніторингу. В практиці набули поширення три варіанти моніторингу інвестиційного клімату:

- перший варіант відстежує стан інвестиційного клімату без виділення окремих господарських систем (регіонів);
- другий варіант (дворівневий) передбачає здійснення моніторингу для країни в цілому і для регіону зокрема;
- третій варіант передбачає проведення моніторингу за укрупненими міжрегіональними економічними зонами, регіонами і галузями (трьох-, чотирьохрівневий моніторинг).

Найбільш доцільним для вітчизняної економіки є третій варіант, так як він дозволяє: знизити суб'єктивізм в процесі аналізу інвестиційного клімату; полегшує адміністрування програми моніторингу, збір, обробку та передачу інформації щодо поліпшення інвестиційного клімату на всіх рівнях; враховує схожість і відмінності міжрегіональних утворень; враховує роль регіонів України в інвестиційній політиці країни.

Інвестиційний клімат складається під впливом регіональних факторів і регіональної політики. Від того, наскільки тісною буде взаємодія цих елементів, залежить і ступінь сприятливості інвестиційного клімату в регіоні.

Методів оцінки інвестиційного клімату багато, при цьому застосовуються методики різні. У ряді країн, наприклад в Японії, використовуються описові методи без будь-якої кількісної оцінки. Але найбільш поширені методи, в яких економічні показники виражаються числовими значеннями.

З огляду на значні економічні та політичні відмінності між окремими країнами, виявити явні переваги по тим чи іншим аспектам функціонування національних економік часто дуже складно. Для країн з перехідною економікою часто використовується метод індексу Бери.

Оцінка ведеться за 15 критеріями, вагова значимість яких вимірюється у відсотках, серед них: політична стабільність, темпи економічного зростання, конвертованість валюти, можливість довгострокового кредитування і умови внесення іноземним інвестором своєї частки в капітал, можливість

короткострокового кредитування, витрати на заробітну плату і продуктивність праці, девальвація, стан платіжного балансу, можливість реалізації договору, ставлення до іноземних інвестицій і прибутку, можливість націоналізації та ін.

Кожен критерій оцінюється в балах від одного (неприйнятний) до чотирьох (дуже сприятливий). Індекс Бери - синтетичний показник, що являє собою суму балів експертних оцінок окремих складових (критеріїв).

Вирішуючи задачу створення позитивного інвестиційного клімату, важливо мати на увазі, що глобалізація економіки, розширюючи доступ до наявних в світі інвестиційних ресурсів, тим самим неминуче загострює конкуренцію між їх (інвестицій) реципієнтами. відповідно, якщо ми хочемо збільшити обсяг залучених ззовні вкладень, необхідно мати для них умови, кращі, ніж у конкурентів. При цьому мова йде не тільки про зарубіжних, але й про національні інвестиційні ресурси, «витік» яких за кордон означає лише те, що у власній країні «клімат» для них менш сприятливий.

Література:

1. Малько К. С. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України: чинники їх формування в сучасних умовах. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 100–105.
2. Попельнюхов Р. В. Інвестиційна привабливість економіки України (інвестиційний клімат). *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 21. С. 24–28.
3. Чмут А.В. Особливості розвитку інтеграції підприємств при виробництві харчових продуктів в умовах виходу на європейські ринки. Теорія і практика регіонального розвитку: колективна монографія. Дніпро: Герда, 2016. С. 539-546.
4. Чмут А.В. Грицина В.В. Розвиток малого і середнього бізнесу в країнах Європейського союзу Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції: Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностні сценарії та перспективи розвитку (Херсон 25-26 квітня 2019 р). Херсон: ХНТУ, 2019. С.512-513.

Іжевський П.Г.,

д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Хмельницький національний університет

ДОВІРА ТА ОПОРТУНІЗМ ЯК ОСНОВА ПОВЕДІНКИ УЧАСНИКІВ БІЗНЕС-МЕРЕЖІ

Формування бізнес-мереж базується на унікальності ресурсів окремих її учасників з метою досягнення у співпраці більш високих результатів роботи порівняно з автономною діяльністю кожного із них, тобто досягнення синергетичного ефекту. Проте, поряд із зазначеним, існує проблема з привласненням доданої вартості в такого роду міжорганізаційних структурах на основі ринкової влади та інших факторів. В згаданому контексті необхідно звернути увагу на індивідуальні відносини між партнерами в мережі, які визначають тривалість співпраці між агентами та існуванням бізнес-мережі в заданому форматі, а тому потребують детального аналізу.

З огляду на те, що відносини в мережі можна розглядати з позиції спільноти та окремих учасників, то в подальшому будемо акцентувати нашу увагу саме на побудові реляційних стратегій відносин. Вони можуть базуватися на одній із двох конкуруючих антагоністичних стратегій – довіри та опортунізму. Як правило, вибір однієї з них базується на передбаченні перспективи майбутніх відносин при побудові мережі. Відносини, спрямовані на забезпечення довгострокової співпраці та вигод, вимагають від партнерів високої ступені прихильності та довіри, і навпаки – побудова короткострокових відносин потребує їх значно менше, що створює простір для опортуністичної поведінки. Таким чином, необхідно визначити типологію поведінки в мережі на основі концепцій довіри та опортунізму в контексті побудови міжорганізаційних відносин.

Досліджуючи концепцію міжорганізаційної довіри, зіштовхуємося з банальною проблемою – організаціям не властиві емоції, а тому вона, на перший погляд, не може бути застосована на практиці. Проте, міжорганізаційна

довіра існує, оскільки організації складаються з людей, які при співпраці з партнерами з інших організацій наділені до них конкретною довірою. Визначення міжорганізаційної довіри необхідно трактувати як певну її область, яка властива працівнику ключової організації відносно партнерської та може виникати на попередніх міжособистісних контактах або репутації.

Концепція опортунізму не виглядає затребуваною для побудови партнерських відносин в бізнес-мережі. Проте, з позиції управління організації використання елементів інформаційної асиметрії на свою користь вважається ефективною позицією на ринку. Таким чином, між учасниками мережі виникає опортуністична поведінка (активний опортунізм), коли один із них надає перевагу індивідуальним цілям перед раніше узгодженими – спільними. Не належать до опортуністичних ситуації щодо зміни організаціями-учасниками спільноти умов договору при взаємній згоді за умови, що сторони, які отримали збитки, можуть розраховувати на певну компенсацію.

Також існує помірний форма опортунізму, яка передбачає активну реакцію менеджерів організацій-учасників бізнес-мережі на нові можливості на ринку, не порушуючи умовних принципів справедливості. Його складові – це сканування інформації спрямованої на технологічні можливості та реакції на технологічні загрози в умовах конкуренції, що призводить до асиметрії інформації.

Аналізуючи концепції довіри та опортунізму в бізнес-мережі, можна передбачити чотири основних випадки в сукупності відносин, які формуються в бізнес-мережах:

- заснований на довірі. Учасники домовляються та дотримуються певних умов договору, спільно використовують ресурси та забезпечують стабільну й передбачливу довгострокову ситуацію поведінки в мережі. Тип відносин – стійка довгострокова співпраця;

- заснований на довірі при адаптації до зміни зовнішніх умов. Зміна раніше узгоджених домовленостей компенсується партнерами, а інформаційна

асиметрія не носить негативного характеру та передбачливо зменшується. Тип співпраці – довгострокова співпраця;

– заснований на помірному опортунізмі, який базується на необхідності унікальних знань або інших наукомістких ресурсах, що формують конкурентні переваги одного з учасників мережі. Менеджмент учасників вимушено застосовує опортунізм для захисту своїх конкурентних переваг. Тип відносин – короткострокова та середньострокова співпраця;

– заснований на ворожому опортунізмі, який формується навмисно для створення асиметрії інформації та спрямований для отримання вигід й закріплення своїх конкурентних переваг за рахунок партнерів по мережі. Тип відносин – короткострокові на основі конкуренції.

Таким чином, існує поєднання концепцій довіри та опортунізму при побудові міжорганізаційних відносин між партнерами в бізнес-мережах і формується на основі міксу поведінки з різних джерел. Динаміка таких відносин досить часто диктується зовнішніми умовами, що впливає на конфігурацію мереж в контексті створення та присвоєння спільних цінностей.

Кириченко Н.В.,

доцент, к.е.н.,

Боліла С.Ю.,

к.с-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

МАРКЕТИНГОВА ОРІЄНТОВАНІСТЬ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ФЕРМЕРІВ НА АГРАРНОМУ РИНКУ

Ринкові перетворення в економіці України обумовили формування багатоукладної системи господарювання в аграрному секторі, де поряд з державними, приватними, орендними підприємствами, господарськими товариствами, виробничими кооперативами отримали розвиток фермерські

господарства. Вони повинні розглядатися не як альтернатива великим виробництвам, а як об'єктивно необхідне їх доповнення, що дозволить більш повно розкрити і використати потенціал сільського господарства. З цих позицій функціонування фермерських господарств створює передумови для підвищення ефективності аграрної економіки. Необхідність існування та подальшого ефективного розвитку фермерських господарств пов'язана з тим, що ними забезпечується поповнення обсягу та асортименту сільськогосподарської продукції; раціональне використання матеріальних та трудових ресурсів; економія капіталовкладень у сільське господарство; ріст ефективності та продуктивності використання землі; скорочення втрат сільськогосподарської продукції; поповнення місцевого бюджету та ін. Тому фермерські господарства, як одна з найбільш пристосованих до ринку форм господарювання, забезпечуючи високий рівень працевлаштування в сільських громадах, з року в рік підвищують обсяги валового виробництва за рахунок запровадження енергозберезувальних технологій та виробництва екологічно чистої конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції. Багато в чому цьому сприяє маркетингова орієнтованість керівників успішних фермерських господарств. І тут важливе значення мають як якісні характеристики продукту, так і вдале позиціонування та ефективний комплекс маркетингу. Здійснюючи свою діяльність фермер повинен розуміти, хто саме буде покупцем продукції, який ринок буде для нього в фокусі, і як саме він буде просувати і позиціонувати свій продукт. Базовими для підвищення рівня прибутковості і стабільності невеликого аграрного бізнесу на сьогодні у будь-якому сегменті є орієнтація на створення продукту з доданою вартістю та формування стійких взаємозв'язків з потенційними та існуючими споживачами. Фермерський маркетинг включає в себе всі зусилля від доведення виробленого сільськогосподарського продукту до належного товарного вигляду (калібрування, сортування, професійна упаковка та ін.) до, при бажанні і наявних можливостях, професійного підходу у виборі назви товару чи бренду, так і у розробці пакування чи привабливої етикетки, що буде привертати увагу

клієнтів та збільшувати їх прихильність до фермерської продукції. Слід замислитися, чому саме фермерські господарства на сьогодні можуть мати конкурентні переваги, зважаючи на суспільні трансформації. Населення планети в глобальному масштабі постійно зростає, збільшується завдяки процесам урбанізації також і частка міського населення. Тому цілком природним є бажання містян купувати продукти у фермерів, мати з ними безпосередній контакт, як прояв близькості з природою, мотивом екологічності, прагнення вести здоровий образ життя, обираючи натуральні продукти. Фермерський продукт все більше стає сам по собі брендом з хорошим попитом. Продукція, в назві якої присутнє слово фермерська часто викликає у споживача асоціації з природністю та більшою справжністю товару. Відповідно, його можна легко позиціонувати як щось, до чого виробник, власник ферми має безпосередньо відношення. Фактично, фермер напряду асоціюється зі своїм продуктом і може бути при бажанні його обличчям, свого роду персональним брендом. Крім того, відбуваються трансформації також у системах торгівлі продовольчими продуктами: класичні супермаркети поступово розвиваються та змінюють свої формати. Окрім зростаючої, в тому числі в продовольчому сегменті, важливості онлайн-торгівлі, такі формати як відкриті фуд-зони з комбінацією вертикальних міських ферм, невеликих магазинів фермерських продуктів, ресторанів та освітніх просторів стають все більш поширеними. Зрозуміло, що окремі малі та сімейні ферми не в змозі займатись системними маркетинговими кампаніями для своєї продукції, як це роблять транснаціональні корпорації. Але для фермерських господарств в якості заходів, що будуть сприяти просуванню їх продукції може бути використана комунікація у вигляді прямих меседжів для споживача. Це може бути і спілкування через соціальні мережі, і прямий маркетинг в точках реалізації своєї продукції. В випадку ж необхідності застосування більш масштабних комунікаційних систем фермерські господарства можуть об'єднуватися в кооперативи, для того, щоб використати переваги коопереції для вирішення необхідних проблем суспільними зусиллями. А такі проблеми можуть

стосуватися забезпечення фермерських господарств вкрай необхідною маркетинговою інформацією щодо стану попиту на ті чи інші види сільськогосподарської продукції, ціни на ринку, стан конкуренції, інформацію щодо постачальників та посередницьких організацій та їх надійності тощо. Створити такі центри забезпечення надійною та актуальною маркетинговою інформацією можна колективними зусиллями, шляхом утворення маркетингового консультативного центру, який буде здійснювати маркетингове дослідження продовольчих ринків з врахуванням профілю цільового клієнта товаровиробника. Подібні центри можна формувати і питаннях розподілу та просування продукції сільгоспвиробників на аграрному ринку. Таким чином, маркетингова орієнтованість фермерських господарств, зважаючи на профіль покупців з врахуванням їх цінностей та мотиваційних характеристик, їх гнучкість та пристосовуваність до місцевих потреб дозволить зміцнити позиції фермерів на вітчизняному ринку в конкуренції з великими компаніями та т корпораціями.

Кобелєв В.М.,

к. е.н., доцент

Косенко А.В.,

к. е. н., професор

Кобелєва Т.О.,

к. е. н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РИНКУ АСИНХРОННИХ ДВИГУНІВ

Маркетингові дослідження ринку асинхронних двигунів [1-11] дозволяють зробити певні узагальнення:

а) сам по собі асинхронний двигун для виробництва і споживання інтересу не представляє, тому що його цінність можлива тільки в поєднанні з механізмами, тобто в системі електроприводу;

б) тенденції динаміки ринку асинхронних електродвигунів будуть корелювати з тенденціями динаміки ринку силового автоматизованого електроприводу. Низьковольтні асинхронні електродвигуни загального призначення потужністю 0,25 ... 400 кВт (стандартні асинхронні двигуни), складають основу силового електроприводу, який використовується у всіх галузях народного господарства і в побуті населенням.

Проведене дослідження показало, що з 2010 р. в Україні розпочався новий етап розвитку ринку асинхронних електродвигунів, який, на наш погляд, продовжується і в цей час. За останні декілька років в два рази виросло виробництво асинхронних електродвигунів. Паралельно йде розвиток зовнішніх ринків: з 2008 по 2018р. обсяг експорту зріс на 60%. По нашим даним ця тенденція збережеться і надалі на протязі 3-5 років при умові, що темпи росту промислового виробництва та модернізації виробничих потужностей електромашинобудівних підприємств будуть на тому ж рівні. Обсяг експорту українських асинхронних електродвигунів в 2018 році склав 256,1 тис. шт., що на 7% більше, ніж в 2017 році та має стійку тенденцію до зростання [5]. Український виробник асинхронних електродвигунів традиційно експортує свої вироби в Польщу, Росію, Казахстан, Білорусію та ін.

В цілому використання асинхронних електродвигунів потужністю від 1,0 до 100 кВт складає приблизно 90% та споживає 90% електроенергії, яка перетворюється в механічну. Проведені дослідження дозволили виявити, що найбільш масовий вид асинхронних електродвигунів знаходиться в діапазоні потужностей 1-20 кВт, а серед виконавчих механізмів самими розповсюдженими є станки, вентилятори, насоси та транспортери, які складають більше половини загальної кількості механізмів.

На наш погляд, сучасні вимоги ринку електровиробів в основному пов'язані з енергозбереженням. Треба зазначити, що ця проблема характерна не

тільки для асинхронних електродвигунів, а і для інших видів електровиробів. Вона є міжгалузевою і охоплює всі сфери і галузі української економіки [1, 2, 5, 7].

Існуючі в нашій країні технології виробництва товарів в цей час є достатньо енерговитратними. Частка енерговитрат в собівартості продукції складає 35-50%, що на 10-15% вище, чим в промислово розвинутих країнах. Це призводить до необґрунтованого подорожчання товарів і падіння їх конкурентоспроможності. По оцінкам експертів Євросоюзу впровадження енергозберігаючих технологій і обладнання зменшує потреби в енергоресурсах на 30-40% [1, 7]. Провідні фірми-виробники виготовляють енергозберігаючі стандартні асинхронні електродвигуни потужністю 0,5-30 кВт і більше. В цих двигунах витрати електроенергії зменшені не менше, чим на 10 % в порівнянні з асинхронними електродвигунами з «нормальним» коефіцієнтом корисної дії.

У процесі дослідження зроблено оцінку конкурентних умов на ринкових майданчиках асинхронних електродвигунів. За рахунок зниження товарообігу по імпорту виявлено недостатню кількість номенклатурної продукції: асинхронних електродвигунів потужністю понад 0,750 кВт, але не більше 7,5 кВт. Проаналізувавши стан ринкової торгівлі асинхронних електродвигунів, тенденції зміни в бік оновлення галузей споживання (текстильної, медичної та побутової техніки, транспортної), інформації експертного опитування, зниження забруднення повітря і прогресивного поліпшення екологічного середовища в світі імовірно очікується тенденція підйому попиту в Україні і світі до 2025 року по групам товарної продукції асинхронних електродвигунів потужністю понад 750 кВт і асинхронних електродвигунів потужністю понад 0,750 кВт, але не більше 7,5 кВт. У зв'язку зі збільшенням попиту на асинхронних електродвигунів потужністю понад 750 кВт і асинхронних електродвигунів потужністю понад 0,750 кВт, але не більше 7,5 кВт відбудеться зростання обсягів виробництва як в Україні, так і в світі.

Література:

1. Кобелєв В.М. Сучасний стан та перспективи розвитку українського ринку електротехнічних виробів. *Економіка розвитку*. Харків: ХНЕУ, 2006. С. 72-75.
2. Ахметшин Э.Р. Исследование состояния российского рынка электродвигателей. *Молодой ученый*. 2017. № 48. С. 55-60.
3. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.
4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012.- № 1. С. 79-88.
6. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
8. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
9. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу*: зб. тез 5-ї Міжнар. конф. (29.09-1.10.2011 р.). Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка"* : зб.наук.праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів, 2015. № 819. С. 167-174.

11. Перерва П.Г., ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., КОБЕЛЁВА Т.О., ГЛАДЕНКО И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия. *Вестник НТУ "ХПИ"*: Техн. прогресс и эф-ть производства. Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. № 36-1. С. 12-22.

Кобелёва Т.О.,

к. е. н., доцент

Долина І.В.,

к. е. н., доцент

Матросов О.Д.,

к. е. н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ КОМПЛАЄНС-СЛУЖБИ

Теорія маркетингу передбачає проведення маркетингового супроводу не тільки товарів та послуг безпосередньо на відповідному ринку, але і маркетингове забезпечення процесів виробництва товарів. З цього приводу є доцільним розглянути процеси маркетингового супроводу управління процесами забезпечення комплаєнс-безпеки промислового підприємства.

Термін «комплаєнс» в цей час став відображенням ефективного, дієвого та етичного управління. Все більша кількість промислових підприємств та фінансових установ при виробництві і збуті продуктів використовують програму комплаєнс. Досвід показує, що там, де комплаєнс-функція є складовою корпоративного управління, виникають реальні передумови до зростання конкурентоспроможності підприємства та його продукції, поліпшення його техніко-економічних показників роботи, створення сприятливого соціально-психологічного клімату, забезпечення необхідного рівня економічної безпеки.

В цих умовах потрібна розробка теоретичних засад маркетингового

забезпечення роботи комплаєнс-служби промислового підприємства. Історично концепція комплаєнс формувалась в сфері боротьби з корупцією, протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом та фінансування тероризму. Відповідність законам, правилам і стандартам у сфері комплаєнса зазвичай стосується таких питань, як дотримання належних стандартів поведінки на ринку, управління конфліктами інтересів, справедливе ставлення до клієнтів і т.п.

На сьогоднішній день в нашій країні відсутня нормативна вимога щодо обов'язкового створення комплаєнс-служби на підприємствах реального сектору економіки. Це значить, що промислові підприємства можуть створювати або не створювати такі підрозділи на власний розсуд. В разі не створення комплаєнс-підрозділу це не визиває ніякого осуду з боку держави або її контролюючих органів.

Наші дослідження свідчать про те, що комплаєнс-підрозділи створені на невеликій частці промислових підприємства (вона не перевищує 10 відсотків), причому в переважній більшості існуючі комплаєнс-служби створені на великих підприємствах. На малих та середніх підприємствах реального сектору економіки вони практично відсутні.

Виходячи з цих посилянь, вважаємо актуальною задачею розробку науково-методичних рекомендацій щодо формування на промислових підприємствах комплаєнс-служби та визначення її ролі та місця в організаційній структурі управління.

Нами пропонується при формуванні організаційної побудови комплаєнс-служби на промислових підприємствах виходити з системного підходу до її структуризації.

Системний підхід організаційної побудови комплаєнс-служби передбачає виконання наступних положень:

- перетин сфер відповідальності комплаєнс-служби і інших підрозділів підприємства не тільки необхідний, а і обов'язковий;
- перетин сфер відповідальності відбувається тільки в тих сферах комплаєнс-контролю (політиках і процедурах), які включені в стандартні

процеси управління комплаєнс-ризиком;

- комплаєнс-програма, розроблена з використанням системного підходу, передбачає наявність в організаційній структурі керівників комплаєнса як центральної управлінської ланка;

- комплаєнс-менеджери можуть перебувати в безпосередньому підпорядкуванні у директора по комплаєнсу (при виборі централізованої системи) або в непрямому підпорядкуванні у керівника бізнес-підрозділом (при виборі децентралізованої системи) в залежності від виду діяльності, кількості персоналу та географічного положення;

- співробітники несуть відповідальність за забезпечення роботи системи комплаєнс, тобто несуть непряму відповідальність за комплаєнс-ризик і пряму відповідальність за наявність і ефективність процедур і методології управління ризиками, пов'язаними з комплаєнс, обізнаність персоналу і самооцінку;

- менеджери лінійних підрозділів відповідальні за прийняття рішень або дії несуть повну відповідальність за непокору комплаєнс-менеджерам (комплаєнс-контролерам).

На нашу думку, використання централізованої схеми організації комплаєнс-служби доцільно для великих підприємств, діяльність яких перебуває під моніторингом рейтингових агентств (Standart Poors's, Moody's, Fitch).

Література:

1. Данилин О., Пустовалова Е. Комплаєнс-функція в сучасній організації. URL <https://www.int-comp.org.pdf>.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства. Харків-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
3. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛОВА Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий

машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.

4. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012- № 1. С. 79-88.

5. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

6. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління./ *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб.наук.праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів, 2015. № 819. С. 167-174.

8. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.

9. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: зб. тез 5-ї Міжнар. конф. (29.09-1.10.2011 р.)*. Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.

Косенко А.В.,

к.е.н., професор

Кобєлев В.М.,

к.е. н., доцент

Маслак М.В.,

к. е. н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГОВІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проведені дослідження дозволили виявити і обґрунтувати основні моделі комерціалізації результатів інноваційної діяльності промислових підприємств.

Японська модель будується за принципом запозичення перспективних інноваційних рішень, їх подальшого технологічного вдосконалення і подальшої комерціалізації. Вона відрізняється високим рівнем сукупних витрат на наукові розробки, при цьому більше 75% витрат бере на себе промисловість. Незважаючи на невелику частку бюджетних асигнувань в науку, роль держави в її розвитку дуже значна. Державний і приватний сектори залучаються до фінансування науково-дослідного процесу як рівноправні партнери. Держава часто виділяє кошти на початок розробок, коли вони найбільш ризиковані, після чого до інвестування підключається бізнес. В Японії функціонує Національний інститут дослідження прогресу (державно-общественночастная організація, яка об'єднує представників уряду, наукових установ, профспілок, підприємців). Японська модель комерціалізації відрізняється високою швидкістю інноваційного циклу, негайним залученням науково-технічних розробок у виробництво, гнучкістю реагування на зміну зовнішніх умов, сильної інтеграцією науки і промисловості.

Модель комерціалізації США відрізняється здійсненням широких фундаментальних досліджень і великих проектів національного масштабу, координацією яких займається держава. Воно інвестує в наукові дослідження близько 30% коштів, що є досить високим показником (в Японії - близько 17%). Активно розвивається державно-приватне партнерство: укладаються контракти між державою і бізнесом на основі соціально-економічних програм. У своїй діяльності на результати проведення масштабних НДДКР спираються як великі корпорації, так і малі інноваційні підприємства. Останнім держава надає значну підтримку, оскільки саме вони в силу своєї специфіки відіграють велику роль у виведенні інновацій на ринок. До того ж в США сформована розгалужена

інноваційна інфраструктура, добре розвинене ризикове фінансування - венчурні фонди, мережі бізнес-ангелів.

Модель комерціалізації Німеччини так само, як і в Японії, будується за принципом відбору та підтримки пріоритетних технологічних проектів і запозичення зарубіжних технологій, доведенням їх до досконалості і подальшим поширенням. Значну роль в рамках німецької моделі грають інноваційні проекти і програми, що реалізуються за допомогою державно-приватного партнерства, а також великі високотехнологічні компанії. Промислове освоєння науково-технічних результатів часто відбувається на регіональному, земельному рівні, місцеві органи влади роблять значний внесок у формування суб'єктів інноваційної інфраструктури, розвиток малого бізнесу і кластерів, здійснюючи цю діяльність як один з найважливіших напрямків вирішення регіональних проблем. Важливу роль в комерціалізації результатів науково-технічної діяльності відіграє кластерна політика. Федеральне Міністерство економіки і технологій ФРН проводить в інтересах промисловості стандартну політику, яка спрямована на формування сприятливих рамкових умов для розвитку конкретного господарсько-політичного територіального простору, а також на підтримку конкретних проектів, в тому числі у високотехнологічних та інноваційних сферах. На основі кластерів створюються мережі і центри компетенцій з метою отримання додаткових конкурентних переваг, формуються технологічні ланцюжки створення кінцевого продукту з глобальними конкурентними перевагами і високою доданою вартістю.

На основі проведеного аналізу наявних публікацій [1-16], в залежності від цілей підприємця інноваційної сфери діяльності, слід виділити наступні види процесів комерціалізації, які, на наш погляд, доцільно сформулювати у такі три групи: комерціалізація проекту процесу (бізнесу, технології) створення результатів інноваційної діяльності; комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності; комерціалізація результатів інноваційної діяльності.

Перед описом системи управління комерціалізації, слід визначитись з місцем процесів комерціалізації та трансферту в здійсненні інноваційної діяльності та їх

співвідношенням один до одного. Процес трансферту є складовою процесу комерціалізації так як здійснює передачу об'єкта до споживача і тим самим завершає процес комерціалізації результатом - фактом купівлі-продажу.

Література:

1. Косенко А.В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ «ХПІ». 2009. № 54. С. 162-173.
2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
3. Нехорошева Л., Милоста Е. Модели коммерциализации результатов научно-технической деятельности. *Наука и инновации*. 2017. №168.
4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79-88.
6. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-коммерческой деятельности предприятий машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.
7. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
8. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
9. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.*

Котис Н.В.,

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

ТЕДЕНЦІ РОЗВИТКУ ДИСТАНЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасних умовах необхідність ефективно управляти людьми на відстані стає реальністю для більшості організацій, як, наприклад, для тих, які мають мережу з філіями та таких, що залучають віддалених працівників.

Дистанційне керування співробітниками як і дистанційний менеджмент усе частіше зустрічається в організаціях протягом останніх 10-15 років. Практика застосування дистанційної зайнятості уже набула широкого поширення і в Україні [1, с. 167].

Дистанційний менеджмент – це побудова команди на відстані. Мета керівника – створити умови, при яких кожен член команди буде зосереджений на єдиному завданні, і в той же час доповнювати один одного [2].

Власники бізнесу мають можливість приділяти більше часу бажаному тільки за умови перебудови свого бізнесу. В основі такої перебудови - лежить трансформація від системи "власник – керуючий" до системи "власник – наставник". Так, можна розвивати бізнес дистанційно з будь-якої точки світу.

Функції, які забезпечує корпоративна інформаційна система в базовому варіанті, дають можливість оперативно керувати за допомогою відео конференцій та інших цифрових інструментів і здійснювати загальне управління на основі інформації, яка передається у базу даних центрального офісу з регіонів.

Дистанційний менеджмент скорочує витрати на переїзди до 50%, підвищує продуктивність та покращує корпоративний дух команд [3].

Крім того, дистанційний менеджмент передбачає тісні робочі відносини з колегами у різних місцях, без необхідності проводити традиційні очні засідання. Старі моделі управління – «якщо є сумніви, їдьте і розберіться» –

вже не працюють, так як це вкрай неефективно в умовах швидкозростаючої організації.

Дистанційний менеджмент уже став необхідністю конкурентоспроможного бізнесу. Не завжди ж підходящі співробітники знаходяться в тій же географічній локації, що і керівник та організація.

У той же час дистанційний менеджмент високоризикований, якщо стратегія організації не удосконалюється і вимагає постійних інвестицій у інформаційні технології та навчання команди.

Існує цілий ряд причин для розвитку та поширення дистанційного менеджменту: максимально високі витрати на постійно присутнього в офісі працівника; певний вид діяльності, що передбачає: роботу команд віддалених один від одного топ-менеджерів, команд продавців; перебування основної кількості працівників на віддаленому виді зайнятості поза офісом (представники кол-центру служб роботи з клієнтами; дослідники; техніки, що працюють на виїздах, програмісти тощо). наявність сильно розгалуженої та регіональної мережі; керівник тимчасово фізично відсутній – перебуває у відрядженні, у відпустці, на лікарняному тощо.

Отже, впровадження та використання дистанційного менеджменту викликане необхідністю досягнення різних цілей, у залежності від яких формується певний регламент взаємодії: звільнення офісного приміщення, розвиток продажів у регіонах, залучення кваліфікованого фахівця для вирішення складних завдань тощо. При цьому віддалений персонал може працювати як в регіональному офісі, так і вирішувати поставлені завдання у вільному режимі, чи виконувати повністю незалежні функції по роботі з клієнтами при продажах.

Дистанційний менеджмент може розвиватися у двох основних напрямках у залежності від тривалості співпраці - короткостроковому і довгостроковому. Та в обох випадках він неможливий без праці фрілансерів.

Першопричини найму фрілансерів, які становлять основу дистанційного менеджменту наступні:

1. Рішення специфічних завдань. Одна з головних причин найму співробітників на відстані – потреба у вузькопрофільних фахівцях на короткий термін. Такий спеціаліст не потрібен в штаті постійно, однак вкрай необхідний для вирішення певного разового завдання. Наймання фрілансера - ідеальне рішення проблеми з персоналом.

2. Довгострокова віддалена співпраця. Останнім часом керівники все частіше розглядають співпрацю з фрілансерами на довгостроковій основі.

В обох випадках фрілансера необхідно ввести в курс справи, і контролювати його роботу. Для цього треба розбиратися в програмах віддаленої комунікації, а крім того, необхідно уміти відбирати хороших і надійних працівників серед усіх наявних кандидатів. Також керівнику, який працює з віддаленими працівниками вкрай важливо володіти методами управління командою.

Дистанційний менеджмент є віянням нової епохи, а методи його реалізації є унікальними і прогресивними. Управління віддаленими працівниками вимагає нових навичок й іншого ставлення. Результативній взаємодії на відстані сприяють індивідуальний підхід, командне рішення проблем та довіра. Методи дистанційного менеджменту ґрунтуються на делегуванні обов'язків з боку керівника і відповідальності фрілансерів за виконану роботу. Домогтися успішного ведення бізнесу на відстані допомагають програми планування, обліку робочого часу і спільної роботи над проектами. А отже, інструменти дистанційного менеджменту створюють платформу для успішного розвитку проектів, і наче дарують керівникам додаткові години в добі.

Література:

1. Маляр Д. В. Дистанційна зайнятість: передумова, форма прояву та наслідок розвитку цифрової економіки. *Бізнес Інформ*. 2019. №10. С. 165–171.
2. Друкер П. Задачі менеджмента в ХХІ веке = Challenge management in 21 century. М.: «Вільямс». 2007. 272 с.

3. Боцура А. Дистанционный менеджмент. URL: <http://advance-group.ru/Publications/ManagmentAndLeadership/194/>.

Куріс Ю.В.,

д.т.н., професор

Запорізький національний університет

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Актуальність обраної теми полягає, в тому, що менеджмент протягом багатьох десятиліть застосовується у всіх галузях і сферах життя суспільства. Особливістю сучасного суспільства є те, що інтелектуальні технології, інформація та обробка знань посідають дедалі важливіші місця. Тож, сучасний менеджмент є більш складним і вимагає від керівників безперервний пошук все більш нових способів зробити свою компанію більш конкурентоспроможною.

Аналіз останніх досліджень показав, що питанням досліджень обраного напрямку присвячено наукові праці А. Гапоненко, А. Орлова, В. Ільїна, Б. Нільсона, В. Федоренко, Б. Будзан, Ф. Хміль, Г. Щокін, Г. Дмитренко, О. Кузьмін, В. Герасимчук, Г. Коваленко, М. Туленков, Г. Хаєт та ін. Проте, не зважаючи на досить велику кількість наукових робіт з даної проблем, сьогодні залишається ряд питань які потребують додаткового вивчення.

Реалії сьогодення свідчать, що особливістю життєдіяльності сучасного суспільства є прискорення динаміки процесів та збільшення темпу змін [4, с.104]. Зміни стосуються як технологій, асортименту і якості товарів, що випускаються, і послуг, так і способів організації багатьох економічних процесів [2, с. 210].

Таким чином, зміни які відбуваються під впливом зовнішнього середовища потребують перебудову всього управління процесами, щоб забезпечити високий темп пристосування до постійно і швидко мінливих процесів. Тож, головне завдання сучасного менеджменту - це вміння

налагоджувати системи з короткою ієрархією і чіткими відносинами відповідальності.

Також, зазначимо, що найпотужнішим фактором сучасного управління сьогодні є інформаційно-комунікаційні технології, які стають основною складовою виробничого апарату підприємства [1, с. 104]. Новітні інформаційні технології створюють нові можливості для організації мереж, які виводять поділ праці на новий рівень [3, 253]. Таким чином, в умовах сучасного інформаційного розвитку потрібні нові методи управління так званого мережевого менеджменту. Також, зазначимо, що у сучасних умовах одним із пріоритетних напрямків розвитку сучасного менеджменту є вироблення основних теоретичних і методологічних позицій щодо використання менеджменту в практичній діяльності. Особливістю сучасного менеджменту стає пошук нових конкретних і реальних шляхів вдосконалення системи управління, вироблення позиції по різних проблемах управління на основі творчого підходу щодо використання закордонного досвіду.

Література:

1. Mechanisms for Ensuring Sustainable Development of Society. Katowice School of Technology. Monograph 29. The authors bearfull responsible for the text, quotations and illustrations Copyrightby Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach, 2019. 406p.
2. *THEORETICAL AND SCIENTIFIC APPROACHES TO THE PROBLEMS OF MODERN ECONOMY*: monography / Polyvana L., Lutsenko O.A., Marenych T.H., Polyvana A. etc. International Science Group. Boston: Primediae Launch, 2020. 371p.
3. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Сучасні технології менеджменту на промислових підприємствах в умовах ринкової економіки. *Modern Technologies in Economy and Management*. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019. P. 249-259.

4. Сергієнко Т.І. Управління людськими ресурсами на підприємстві в системі сучасного менеджменту. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*: Збірник наукових праць, Вип. 51. / Гол. ред. В.Г. Воронкова; Запоріж.держ.інж.акад. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012. С.102-108.

Літинська В.А.,

к.е.н., доцент

Шевчук О.,

здобувач вищої освіти

Островський П.,

здобувач вищої освіти

Хмельницький національний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Важливою умовою для успішної діяльності підприємства є робота його персоналу. Дієвим способом виявити, наскільки компетентно, продуктивно виконують роботу працівники, є оцінка персоналу. Вона являє собою процедуру, що здійснюється для визначення відповідності працівника займаній посаді. На сьогоднішній день основною проблемою є те, що не розроблений універсальний метод оцінки працівників різних категорій та посад, який би підходив однаково для оцінювання кожного робітника.

Сьогодні теорія і практика оперує більш ніж двома десятками різних методів оцінювання персоналу. Найбільш відомими є: біографічний метод, метод письмових характеристик, комбіновані методи оцінювання, метод порівняння з еталоном, метод ранжування, цільовий метод управління, метод розподілу, метод стандартних оцінок, метод анкет, метод критичного випадку, метод шкали рейтингу за поведінкою, метод попарного порівняння, метод еталону, матричний метод, метод заданої бальної оцінки тощо [1, с. 189].

1. Метод еталону. Оцінка працівника формується у процесі порівняння його з прийнятим „ідеалом” працівника. Перевага: чіткість проведення процедури оцінювання працівників. Недолік: не враховує індивідуальні риси працівників.

2. Метод ранжування. Передбачає визначення за допомогою експертів рангу (місця) працівника, якого оцінюють, серед інших працівників, за результатами оцінювання. Метод належить до вузькоспрямованих, тому явних переваг та недоліків не має.

3. Метод заданої бальної оцінки. Передбачає нарахування (зняття) певної заздалегідь визначеної суми балів за кожне досягнення (недосягнення) працівника з подальшим визначенням його професійного рівня у вигляді суми отриманих балів. Перевага: передбачає застосування чітко визначених критеріїв оцінювання, розробку відповідної шкали та простоту розрахунків. Недолік: враховує лише поточні результати праці [2, с. 205].

4. Метод попарного порівняння. Кожен працівник порівнюється з іншим, і таким чином визначається, у чому один з них слабший (сильніший) за іншого. Далі здійснюється підрахунок кількості разів, коли працівник, якого оцінюють, був кращим в парі. Результати подають у вигляді індексу кількості переваг. Явно виражених переваг та недоліків не має.

5. Метод вільних оцінок. Метод передбачає, що експерт не має обмежень і може виставляти оцінку (певну кількість балів) за кожною характеристикою рис працівника у нерегламентованій послідовності. Далі визначається загальна сума балів або середня величина балів. Перевага: чіткість процедури оцінювання та простота підрахунку балів. Недолік: високий ступінь суб'єктивності.

6. Коефіцієнтний метод оцінювання. Передбачає оцінювання рівня ділових рис, ґрунтується на системі коефіцієнтів. Перевага: порівняно з іншими методами має мінімальну частку суб'єктивізму. Недоліки: громіздкість процедури оцінювання, потреба залучення висококваліфікованих фахівців.

7. Метод заданого розподілу. Передбачає присвоєння оцінок експертами в межах фіксованих квот (наприклад, 10 % - відмінно, 20 % - добре, 30 %-задовільно, 10 % - незадовільно). Перевага: дозволяє виконати укрупнене ранжування персоналу за групами успішності у професійній діяльності. Недолік: привносить до процесу оцінювання елемент формальності [3, с. 107].

8. Цільовий метод управління (МВО –Management By Objectives). Передбачає визначення чітких цілей і завдань оцінювання персоналу, встановлення часових параметрів досягнення поставлених цілей та обернений зв'язок за результатами оцінювання (від керівника до підлеглого і навпаки). Перевага: забезпечує безпосередній зв'язок роботи кожного із досягненням кінцевих результатів. Недолік: може бути використаний для порівняння результатів окремих працівників, адже цілі і завдання індивідуальні і, як правило, не підлягають порівнянню.

9. Метод опису. Оцінювач описує переваги та недоліки поведінки працівника за певними критеріями (кількість роботи; якість роботи; знання роботи; особистісні риси; ініціативність тощо) за допомогою графічної шкали рейтингу, використовуючи заздалегідь підготовлені стандарти результативності праці. Перевага: уніфікованість процедури оцінювання. Недолік: формування заздалегідь стандартів результативності [3, с. 114].

10. Метод шкали рейтингових поведінкових установок. Заснований на використанні ключових ситуацій, з яких встановлюються показники результативності праці. Оцінювання відбувається персонально за кожним із визначених показників результативності діяльності. Перевага: доступний та зрозумілий працівникам. Недолік: затратний та трудомісткий у застосуванні.

Отже, жоден з вищенаведених методів не є універсальним і має низку переваг та недоліків у практичному застосуванні.

Література:

1. Колот А.М. Мотивація персоналу: підруч.[для студ. вищ. навч. закл.] / Колот А.М. Київ: КНЕУ, 2005. 337 с.

2. Данюк В.М. Менеджмент персоналу: навчальний посібник / В.М. Данюк, В.М.Петюх, С.О. Цимбалюк та ін. Київ: КНЕУ, 2004.– 398 с.
3. Корнюшин В.Ю. Оценка и аттестация персонала: учебное пособие / В.Ю. Корнюшин. М.: МИЭП, 2010. 120 с.

Ломська К.В.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Науковий керівник: **Теплюк М.А.,**

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасних умовах розвитку економіки мотивація співробітників є одним з ключових факторів успішного менеджменту організації, так як безпосередніми виконавцями певного виду робіт є саме працівники підприємства. Мотивація персоналу – важливий аспект на робочому місці, що корелює з результатом роботи відділу і навіть компанії. Мотивація співробітників повинна бути щоденною рутинною та безперервним процесом, тоді, коли в Україні існують компанії, які не розуміють її важливості. Відомо, що значна частка персоналу багатьох вітчизняних підприємств має низький рівень мотивації, а отже і рівень щастя, що пов'язано зі зміною орієнтирів у праці та їх не врахуванням менеджментом компаній, що є досить актуальною проблемою сьогодення.

У загальному вигляді мотивацію можна представити як сукупність стимулюючих факторів, спрямованих на підвищення працездатності і активності персоналу у виконанні своїх професійних обов'язків. Згідно з поглядами дослідників [1-3], основними факторами мотивації сучасного

працівника є: нагорода, визнання, корпоративна культура, організація та управління, досягнення працівника, система участі, навчання, відданість. Такий набір є індивідуальним для кожного співробітника, в залежності від його потреб, переваг, особливостей характеру, професії, культури і навіть оточення. Метою мотиваційних стратегій в бізнесі є розробка певного підходу, спрямованого на створення і розвиток політик і процедур, які забезпечують високу продуктивність виконання обов'язків співробітниками. Сформуємо перелік ключових аспектів, які мають бути складовими сучасної системи мотивації працівників на вітчизняних підприємствах: рівень оплати праці, повага з боку керівництва, відповідальність перед фірмою і колегами, можливість самореалізації, рівень соціального захисту, можливість кар'єрного росту.

Менеджмент підприємства має розробляти мотиваційні заходи з метою підвищення задоволення працівників, їх продуктивності та ефективності, що в загальному підсумку призведе до зростання результативності діяльності команд, відділів та компанії. Українські підприємства, що функціонують в сучасних умовах, з цією метою мають впроваджувати модель мотивації персоналу, яка б передбачала такі заходи для підвищення рівня вмотивованості співробітників:

1. Встановлення мотиваційної дошки, що дасть можливість співробітникам щодня відзначати на ній результати своєї діяльності. Таким чином, робота перетвориться в своєрідну гру, що пробуджує азарт, а отже, стимулює працювати ефективніше та швидше. Успішні компанії саме таким чином мотивують свій колектив. Таке суперництво, як правило, не заважає співробітникам підтримувати один одного, адже робота, виконана окремим працівником або відділом, дає відмінний загальнокомандний результат.

2. Створення банку ідей, що передбачає необхідність періодично цікавитись думками персоналу з того чи іншого питання. Якщо працівник щось пропонує, необхідно обмірковувати та брати до уваги його пропозицію. Так буде продемонстровано відкритість, довіру і зацікавленість у ньому, як у

фахівці, та отримано нове рішення, реалізація якого може збільшити показники компанії. Найголовніше, це мотивує співробітника генерувати нові ідеї, оскільки він буде відчувати безпосередню залученість і зацікавленість в справах компанії.

3. Організація тимблдінг-заходів, що допоможе згуртувати колектив завдяки спільному проведенню часу. Сюди можна віднести як кейси, тренінги, ділові ігри, так і естафети, походи в заклади культури, малювання спільної картини, прогулянки на яхті, пікніки тощо. Таким чином налагоджується комунікація, кожен з працівників відчуває себе частиною команди, невід'ємною і невіддільною.

4. Мотивування знаннями, що передбачає залучення найуспішніших працівників до участі в конференціях та тренінгах. Важливо надати можливість вибору співробітником навчального курсу. Додаткові знання стануть перевагою, яку отримують ті, хто розвивається і робить свій внесок в розвиток компанії.

5. Демонстрація перспективи, що має на увазі сприяння усвідомленню працівника, що саме на цьому підприємстві він може розвиватися, досягти успіху в своїй професії. Тому, колективу слід пояснити, можливо, на прикладі успішних співробітників, на що можна розраховувати у компанії, яких домогтися висот та кар'єрного зростання. Чітке розуміння, що людина знаходиться на своєму місці і з потрібними людьми, є кращим мотиватором до успішної праці.

Отже, можна зробити висновок, що мотивація – це основа трудового потенціалу співробітника і, таким чином, є одним з важливих чинників ефективності праці. Значення мотивації колосальне, але слід пам'ятати, що мотиваційні заходи принесуть результат тільки в тому випадку, якщо враховані особистісні якості кожного співробітника.

Література:

1. Климчук А. О., Михайлов А.М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. №1. С. 218–234.
2. Рядинська І. А., Гончаров Д.О. Мотивація працівників підприємств в сучасних умовах господарської діяльності. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка»*. 2018. №18. С. 83–92.
3. Шарова Е. Б. Мотивация персонала как фактор повышения эффективности функционирования организации. *Территория науки*. 2015. №4. С. 90–94.

Максимович Д.Д.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Науковий керівник: **Теплюк М.А.,**

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Усвідомлення важливості проблем ефективності підприємств сходить до витоків «науки менеджменту». Ще М. Вебер, Ф. Тейлор, Е. Мейо, Ч. Барнард та їх послідовники прагнули сформулювати поняття «ефективної організації», принципи і методи її побудови. Однак і для «класичної» школи, і для ранніх поведінкових концепцій було характерно неувага до точного формулювання і аналізу поняття ефективності організації і тим більше до встановлення і вимірювання критеріїв її оцінювання.

Проблема оцінювання ефективності підприємств досі залишається однією з найскладніших і важкорозв'язних. У сучасній літературі виділяють безліч методів оцінювання ефективності підприємства: структурний метод Куросави,

підхід Лоулора, метод експрес-оцінювання ефективності, сукупність показників, що оцінюють результативність підприємства, метод міжфірмових порівнянь та бенчмаркінг.

Метод Куросави будується на структурі підприємства. Згідно з його концепцією, вимірювання ефективності підприємства допомагає аналізувати минуле і спланувати нові види діяльності.

Алан Лоулор розглядав ефективність як всеосяжну міру того, наскільки економічно і результативно підприємство виконує наступні п'ять завдань: цілі, економічність, результативність, порівнянність і прогресивні тенденції.

Чудовий огляд концепції та практичного застосування сімейства показників був виконаний американськими консультантами з ефективності Л. Провостом і С. Леддік, вони вважають, що за допомогою сукупності показників можна оцінити підприємство як ціле, як єдину в своєму роді складну і динамічну систему. Для більшості організацій категорії показників універсальні. Але конкретні показники для кожної даної організації залежать від факторів її унікальності.

Типове міжфірмове порівняння проводиться тоді, коли підприємство порівнюється з галуззю, профіль якої отримано за представницькою вибіркою аналогічних організацій. Зазвичай аналізують показники приватних видів ефективності, фінансові коефіцієнти та інші загальні показники, наприклад використані ресурси, виражені як відсоток від обсягу продажів, або активи, виражені як відсоток від вкладеного капіталу.

Останнє досягнення міжфірмового порівняння - це бенчмаркінг. Це система раннього попередження про назріваючі проблеми. Це процес вимірювання характеристик продукції, послуг або методів роботи для порівняння з найсильнішими конкурентами і лідируючими в галузі компаніями.

Розрізняють «стратегічний бенчмаркінг», коли порівнюються результати діяльності підрозділів, що здійснюють певний бізнес в компанії, і їх конкурентів, і «операційний бенчмаркінг», тобто порівняння процесів ведення

бізнесу. Перший вид бенчмаркінгу повинен проводитися швидше на рівні словесних описів, ніж на цифрах.

В сучасних українських умовах науковці для оцінювання ефективності підприємства пропонують загальновідомі методи аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, найчастіше запозичені із зарубіжної практики, а саме: SWOT - аналіз, PEST – аналіз, матриці БКГ, Мак-Кінсі і т.д. однак не так вже й часто у вітчизняній і зарубіжній літературі зустрічаються комплексні методика аналізу підприємства, які могли б застосовуватися в практиці оцінювання ефективності. Всі вони володіють різним ступенем повноти аналізованих факторів, хоча послідовність дій в ході аналізу в цілому однакова.

Що стосується аналізу коефіцієнтів ефективності, то найбільш широке поширення набула модифікована факторна модель фірми «DuPont». Модель «DuPont» показує зв'язок між факторами, впливати на рентабельність. Призначення моделі-ідентифікувати фактори, що визначають ефективність функціонування підприємства, оцінити ступінь їх впливу і складні тенденції в їх зміні і значущості.

Для оцінювання ефективності підприємства, то багато авторів роблять спроби також розрахувати інтегральний показник ефективності підприємства. Такий підхід, на нашу думку, має ряд серйозних недоліків: набір параметрів для оцінювання викликає певні сумніви, на практиці ж лінійна залежність одних показників від інших зустрічається дуже рідко.

Таким чином, різноманіття і різноплановість критеріїв і показників ефективності підприємств є досить значними, а це не дозволяє вважати, що на сьогодні тут існує науково обґрунтований і доведений до кількісної визначеності інструментарій оцінювання і вибору шляхів вирішення корінних проблем формування, функціонування підприємств. На нашу думку, найкращим з можливих варіантів видається поєднання в алгоритмі оцінювання ефективності діяльності підприємства, як кількісних, так і якісних показників,

що дозволить зменшити негативні прояви, які виникають при використанні їх окремо.

Література:

1. Волошан І. Г. Методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс]. Науковий вісник УжНУ. 2019. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/25402>.
2. Гринько Т. В., Дудніченко А.В. Проблеми забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс]. *Економічний простір*. №142. 2019. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/2550/1/Grinko.pdf>.

Матросова В.О.,

к. е. н., професор

Перерва П.Г.,

д. е. н., професор

Матросов О.Д.,

к. е. н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГ ВРАЖЕНЬ: ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Сьогодні досить актуальними є маркетингові підходи в багатьох сферах діяльності, які максимально орієнтовані на споживача. Підприємства все частіше заявляють про свою орієнтованість на клієнта, своєму особливому ставленні до кожного споживача. Вони вивчають потреби клієнта і пропонують найбільш підходящий для нього продукт, з урахуванням його звичок, переваг і особливостей [1-11]. Інший підхід, що проголошує орієнтацію на клієнта, називається «задоволеність клієнта» (customer satisfaction) [3]. Мета даного

підходу: зробити все можливе, щоб споживач пішов з туристичного агентства, магазину, ресторану або іншу сервісну організації повністю задоволеними. Для цього характеристики товару або якість послуги повинні відповідати очікуванням клієнта. Таким чином, в пріоритеті знову виявляється продукт, а не клієнт. При цьому абсолютно не враховується те, як споживач відчуває себе, використовуючи набутий продукт, які емоції або асоціації викликає у нього покупка і сервіс. Модель задоволеності клієнта при такому підході зосереджена скоріше на функціональності продукції, ніж на переживаннях споживача.

Можна виділити кілька основних напрямків для створення незабутніх сприятливих вражень у клієнтів [1]:

1. Психологічні доповнення до товару чи послуги. Це доповнення, які мають особливу цінність в очах гостя і дозволяють йому повністю переосмислити суть товару або послуги. До таких доповнень відносяться легенди: про товар або його видатних покупців; про екологічність товару; про ексклюзивність послуги; про історію створення товару або послуги; та ін.

2. Дизайн як ключовий елемент в створенні вражень. Дизайн відповідає за створення сприятливої психологічної атмосфери в процесі отримання послуги. Завдяки правильному дизайну у споживача створюється Wow-ефект (почуття захоплення). Звідси важливість зовнішнього і внутрішнього оформлення приміщень в готельних підприємствах, упаковки товару та послуги і ін. Прикладом реалізації цього напрямку можуть служити екзотичні готелі. Сьогодні великою популярністю користуються готелі, що відрізняються своїм незвичайним місцем розташування (наприклад, під водою, на гілках дерев, в маяках і ін.), Дизайном екстер'єру (наприклад, «Montana Magica Lodge» в Чилі, Нельтуме) або незвичайним оформленням внутрішнього простору (наприклад, «Propeller Island City Lodge» в Німеччині, Берліні). Завдяки незвичайним дизайнерським рішеннями екзотичні готелі створюють унікальні враження у гостей і стають привабливими для колекціонерів вражень.

3. Театралізація і залучення споживача в спектакль. У сервісних організаціях бізнес-процеси перетворюються в театральну постановку, в якій в

якості виконавців бере участь не тільки персонал, але і сам гість. Яскравою ілюстрацією цього напрямку є туристична анімація. Анімаційні програми включають карнавали, спортивні ігри, театралізовані і ігрові шоу-програми, спортивні та культурні заходи і т.п., де передбачається особисту участь туристів.

4. Особистісний підхід (індивідуалізація). Він полягає у приведенні пропозиції у відповідність з особистими потребами клієнта. Готельні компанії повинні прагнути до того, щоб створити унікальну для кожного споживача цінність. Саме це є вірним шляхом до створення позитивного враження.

Для реалізації цього напрямку добре підходить так званий обмін з перевищенням. Суть його в тому, що турист отримує більше, ніж те, за що він заплатив. Це не означає, що продавець дає вдвічі більше товару, ніж споживач оплачує, або надає безкоштовні послуги, - це значить, що він надає більш цінне, ніж гроші, які були отримані за це. І відповідно при обміні з перевищенням людина інстинктивно, підсвідомо хоче його здійснювати знову і знову.

У цьому на допомогу сучасним сервісним організаціям приходять креативність. Вона передбачає особливий підхід до вирішення завдання. Під креативністю будемо розуміти творчі здібності, які характеризуються готовністю до створення принципово нових ідей, що відхиляються від традиційних або прийнятих схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації.

Маркетинг вражень, первісно орієнтований на перенасичений споживчий ринок, може цілком успішно застосовуватися і в просуванні територій. Такі інструменти маркетингу вражень, як подієвий туризму та івент-маркетинг, здатні створювати атмосферу свята, викликати яскраві переживання у споживачів, залучаючи тим самим увагу і інтерес потенційних туристів до території, стимулюючи повторні поїздки.

Література:

1. Пекар В. Введение в экономику впечатлений. *Бюллетень «Топ-клуба» №1. 2009. с.17-25.*
2. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

3. Волк Е.Н. Управление впечатлениями в гостеприимстве и сервисе // Стратегические изменения в сфере туризма. М. : РУСАЙНС, 2018. с.120-128.
4. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79-88.
6. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения. Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.
7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПИ»* : зб. наук. пр.- Сер. : *Економічні науки*. – Харків : НТУ "ХПИ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.
8. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник НТУ «ХПИ»*. Харків : НТУ "ХПИ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
9. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу*: зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. 29 вересня-1 жовтня 2011 р. Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.

Морозова О.С.,

к.е.н., доцент

Матейченко К.Ю. ,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

СУЧАСНІ УМОВИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО - РЕСТОРАННИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Із переходом України до ринкових відносин відбулося розширення споживчих ринків, що зумовило розвиток ресторанного бізнесу. Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основним складником туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Керівники структурних підрозділів готельно-ресторанного бізнесу та туризму у своїй діяльності стикаються з цілою низкою проблем кризового характеру, зокрема, серед факторів зовнішнього середовища на їх діяльність найбільший вплив мають соціальні, фінансово-економічні, політичні та виробничо-технологічні фактори.

Світовий досвід показує, що головне в удосконаленні управління готельно – ресторанним бізнесом – це удосконалювання управління персоналом, формування власної корпоративної культури готелю, ресторану є завданням сьогодення, яке повинне опиратися на наступні принципи позиції як орієнтація на споживача, увага до лідерства керівника, профільне залучення працівників, системний підхід до управління готелем, ввічливість, компетентність, комунікабельність, доступність і най головне, це підхід до системи якості як процесу.

Під управлінням підприємствами ресторанного господарства розуміють різноманітні способи упорядкованого впливу на об'єкти (господарські одиниці) з метою розвитку й удосконалення виробничих, торгівельно-технологічних процесів виготовлення продукції власного виробництва, її реалізації, обслуговування споживачів за мінімальних витрат праці та коштів. Системне

управління підприємствами ресторанного господарства є досить складним і вимагає від керівника ухвалення рішень з метою ефективної реалізації цілей і завдань.

Механізм управління підприємствами ресторанного господарства формується під впливом загальних особливостей і закономірностей розвитку ринкової економіки. Водночас цей механізм визначається такими особливостями діяльності підприємств, як переважання малих і середніх підприємств у структурі галузі та швидкість обертання капіталу, чутливість до ринкової інфраструктури; індивідуальність і нестандартність технологій виробництва продукції та послуг; динамічність організаційних форм і структур управління.

Велика складова успіху роботи будь-якого підприємства у сфері готельно-ресторанного господарства, забезпечується його працівниками. Саме тому сучасна концепція управління підприємством докорінно змінює вибір засобів і методів практичної реалізації завдань управління персоналом з метою підвищення ефективності в умовах конкурентоспроможності підприємства.

Принципи кадрової політики ресторану відображено на рисунку 1.

Повна довіра до працівника і надання йому максимальної самостійності	Центр уваги: людина та її ініціатива	Результат діяльності підприємства - ступенем згуртованості колективу	Розвиток мотивації працівників
--	--------------------------------------	--	--------------------------------

Рис. 1. Принципи кадрової політики ресторану [1]

Прийняття управлінських рішень в організації базується не тільки на прагматичних критеріях економічного мислення, а й містить у собі істотні моральні детермінанти. Це означає, що професійна діяльність менеджера регулюється не тільки правовими й адміністративними нормами, посадовими інструкціями та приписами, а й моральними принципами [2].

В умовах карантину управлінці готельно-ресторанного господарства використовують вимушену паузу, щоб оптимізувати систему бізнесу і зробити її більш стійкою до різних сценаріїв розвитку подій. Питання команди – одне з найскладніших і найбільш болючих. Компанія робить все можливе, щоб максимально зберегти команду: наприклад, залучити її для організації доставки страв, а для менеджменту – забезпечити частково оплачувані відпустки. Або навіть запропонували піти на канікули за свій рахунок, оскільки бізнес тимчасово зупинився, і скоро взагалі не зможуть платити людям при зарплатних фондах. Щоб дати можливість працівникам заробити, ми запропонували всім попрацювати кур'єрами на доставку по району. Тому частина співробітників ресторанів стали кур'єрами.

Управління персоналом є складовою частиною менеджменту, воно пов'язане з людьми і їх відносинами в середині підприємства. Саме люди – джерело творчості, ініціативи, енергії для досягнення цілей, що стоять перед підприємством. Без управління людьми не може функціонувати ні одна організація – велика чи маленька, комерційна чи некомерційна. Управління персоналом спрямоване на досягнення ефективної діяльності персоналу.

Основні функції керівників закладів ресторанного господарства – планування, організація діяльності, мотивація, контроль, комунікації, прийняття рішень і лідерство. Керівники повинні піклуватися про продуктивність і про те, щоб їх заклад працював ефективніше і продуктивніше, ніж конкуренти.

Сьогодні потрібні нові методи підготовки фахівців до управління розвитком сфери ресторанного бізнесу, принципи і методи планування і регулювання діяльності з позиції дії закономірностей сучасної економіки і вимог практики господарювання.

Отже, в умовах постійної конкуренції, ресторанам необхідно підвищувати кваліфікацію персоналу для надання якісних послуг споживачам. Рівень професіоналізму є одним з найважливіших факторів, який допомагає краще зрозуміти потреби гостей та задовольнити їх.

Література:

1. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пос. для студентов ВУЗов. М. : Новое знание, 2010. 315 с
2. Недашківський М.М., Євтушенко Г.І. Менеджмент персоналу; Академія ДПС України. Ірпінь, 2012. 252 с.

Опікунова Н.В.,

ст. викладач

Бутенко О.П.,

к.е.н., доцент

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ

Посилення процесів централізації капіталу компаній на національному та міжнародному рівні, що відбувається під впливом тенденцій глобалізації та інтернаціоналізації економічної діяльності, призводить до того, що створення ефективного механізму корпоративного управління набуває особливого значення для перспективного стратегічного розвитку компанії.

Встановлення чітких взаємовідносин між окремими підрозділами організації, розподіл прав, обов'язків та відповідальності між рівнями управління в корпорації, які відображено в організаційній структурі, реалізується через удосконалення системи управління корпорацією, знаходять рішення в реалізації принципів корпоративного управління.

Створення акціонерних товариств (АТ) в Україні обумовило появу принципово нового в українській теорії і практиці поняття - корпоративного управління. Це поклало початок виникненню корпоративної форми бізнесу, а, отже, створенню нової системи управління. Але виникло багато проблем, які пов'язані з реалізацією ефективного управління корпораціями.

Одним із актуальних завдань економічного розвитку організації є удосконалення корпоративних відносин та формування ефективної моделі корпоративного управління на ньому. Також створення великих високотехнологічних корпоративних структур має ряд досить важливих переваг у порівнянні з підприємствами малого і середнього бізнесу та відіграє значну роль у формуванні ефективної структури економіки України й у посиленні економічної і науково-технічної інтеграції.

Корпоративне управління вимагає від компаній, що його використовують, характерних ознак - певної форми власності, наявності специфічних органів управління, особливих зв'язків компанії з середовищем тощо. На більшості підприємств України, нажаль, "акціонерна" власність є такою тільки по зовнішнім ознакам.

Принципи корпоративного управління не можуть бути здійсненими на об'єкті, чії характеристики не мають нічого спільного з корпоративною (акціонерною) формою власності.

Середовище функціонування АТ в Україні залишається складним, невизначеним, з ознаками адміністрування замість управління, з відсутніми дієвими механізмами ефективного функціонування органів управління АТ.

Типове українське підприємство - з низьким рівнем технічної бази, втраченими зв'язками і значною кількістю кваліфікованого персоналу, з недоліками в менеджменті і та з низьким рівнем управлінських компетенцій керівного складу, що не відповідає сучасним світовим вимогам до рівня кваліфікації керівного складу АТ. Як зазначає М. І. Іоргачова [1], що структура власності в Україні не сприяє зростанню показників діяльності корпорацій, але навпаки, формує закритий капітал для зовнішніх інвесторів. Це порушує ринковий принцип функціонування корпорацій. Для більшості корпорацій характерна нульова і негативна реальна прибутковість цінних паперів.

До сих пір є актуальною проблема недосконалості законодавчої бази з корпоративного управління (різночитання та дублювання норм), порушення прав дрібних акціонерів на участь в управлінні, порушення принципу

прозорості корпоративної інформації для усіх акціонерів та інші проблеми [2, с.283].

В таких умовах - в умовах системної та стратегічної кризи - процес удосконалення такої складної, комплексної організаційної інновації, як система корпоративного управління – має багато проблем для організації.

Відповідно з цим, виникає необхідність щодо проведення науково-методичного та практичного дослідження особливостей корпоративного управління та варіантів його застосування у специфічних умовах України. Головними напрямками при цьому повинні бути: формування належного зовнішнього середовища функціонування підприємств корпоративної форми власності; подолання бар'єрів, що стримують впровадження корпоративного управління; вдосконалення управління з поступовим переходом на засади корпоративного управління.

Один з чинників розвитку корпоративних відносин на підприємстві, або корпоративна культура. Корпоративна культура не має в Україні достатнього рівня розвитку. Сьогодні корпоративна культура в Україні не завжди розглядається, як сфера, що заслуговує на пильну увагу [3].

Таким чином, для того, щоб корпоративне управління змогло проявити свої переваги треба вирішити задачу створення нових, значно стійкіших та надійніших соціальних конструкцій, які б не тільки не стримували розвиток корпоративного управління, а й сприяли постійному оновленню, вдосконаленню та саморозвитку.

Література:

1. Іоргачова М. І. Проблеми корпоративного управління в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6653> (дата звернення: 23.05.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.50
2. Круш В. В. Організаційно-правові аспекти діяльності акціонерних товариств. *Економічний простір*. 2008. № 13. С. 283-289.

3. Апостолюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 2016, №2. С.68-73.

Орлов А.М.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Вонберг Т.В.,**

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КАДРОВИЙ АУТСОРСИНГ ЯК НЕОБХІДНА ВИМОГА СЬОГОДЕННЯ

Фахівці відзначають, що сьогодні практично усі великі компанії, незважаючи на розмір і функціонування власних кадрових служб, активно співпрацюють із агенціями з добору персоналу. Залежно від того, яку допомогу хоче отримати організація від рекрутингового агентства, останнє може запропонувати широкий спектр послуг починаючи з повної передачі всіх функцій управління персоналом і закінчуючи виконанням окремих завдань. Останнє, як вид послуги, отримало назву кадрового аутсорсингу (*human resources outsourcing*). У загальному розумінні поняття «аутсорсинг» (від англійської фрази «*outside resourcing*») має значення передачі організацією, на підставі договору, певних бізнес процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується у відповідній галузі, тобто компанія передає яку-небудь зі своїх функцій зовнішній компанії (підрозділу іншої компанії). Таким чином, клієнт як би купує у фірми послугу, а не працю конкретних спеціалістів, адже аутсорсинг передбачає виконання сторонньою організацією окремих завдань чи бізнес-процесів. Як правило, на аутсорсинг

переводять роботи, потрібні для підтримання життєзабезпечення компанії, але не є профільними для неї, як-то обслуговування комп'ютерних мереж, логістику, маркетингові дослідження, оформлення займу або роботи з прибирання приміщень. Одним із найпоширеніших прикладів аутсорсингу є проведення бухгалтерського аудиту спеціалізованою компанією.

Наголосимо, що в країнах Європи та Північної Америки аутсорсинг користується великим попитом та популярністю, хоча на ринку України ця послуга тільки починає поширюватися. У Європі нормою є те, що навіть великі бренди схильються тримати у своїх руках тільки розробку й мережу поширення продукції, віддаючи на аутсорсинг функції управління персоналом, бухгалтерський облік, рекламу, інформаційні технології і навіть саме виробництво. Кадровий аутсорсинг або аутсорсинг у сфері управління персоналом, може бути визначений як форма господарських взаємовідносин між замовником і виконавцем, коли замовник концентрується на основних видах своєї діяльності, а функцію управління персоналом і відповідальність за її ефективність передає професійному виконавцю (аутсорсеру), який спеціалізується у сфері управління персоналом і володіє відповідним досвідом, знаннями, технічними засобами, на довгостроковій контрактній основі, з метою підвищення якості, зниження витрат, зменшення часу виконання процесів управління персоналом і отримання конкурентних переваг. Крім того, аутсорсинг персоналу розкривають як спосіб ефективної взаємодії між суб'єктами господарювання, що полягає у процесі передачі сторонній організації (яка має безпосередню спеціалізацію у сфері управління персоналом) функцій з управління всіма або окремими кадровими процесами, на основі договору. Сторонніми організаціями або аутсорсерами можуть виступати кадрові агенції, юридичні та консалтингові компанії, які, крім послуг з управління персоналом, надають й інші види послуг. Важливим фактором на користь кадрового аутсорсингу може слугувати наступний аспект: аутсорсингова компанія здатна значно заощадити фінансові ресурси підприємства і забезпечити високий рівень послуг за рахунок своєї спеціалізації

та власних кваліфікованих кадрів. Якщо підрахувати усі затрати на кадрову службу, а потім зіставити їх з вартістю діяльності аутсорсингових компаній, виявиться, що, в більшості випадків, вигідніше мати справу з останніми. Адже своя служба управління персоналом потребує не лише заробітної плати, але й оренди робочих місць, експлуатацію устаткування, оплата навчання, підвищення кваліфікацій тощо. Тоді як, працюючи з аутсорсерами, на цих видах витрат фірма може заощадити. Відомо, що компанії великих розмірів можуть заощадити грошові ресурси за рахунок ефекту масштабу. На відміну від індивідуальних фірм, сторонні компанії, які надають послуги з аутсорсингу, можуть досягнути такого ж ефекту економії від великого масштабу через об'єднання зусиль декількох компаній. Іншими словами, ефект від наданих послуг сторонньою організацією вищий, ніж результат, отриманий власними силами: він якісніший і дешевший. В Україні в рамках кадрового аутсорсингу можуть пропонуватися наступні види послуг: 1) налагодження кадрового діловодства «з нуля»; 2) кадровий аудит (первинний, поточний, перед перевіркою); 3) складання положень про структурні підрозділи, штатного розпису, посадових інструкцій, проектів трудових договорів (контрактів), правил внутрішнього трудового розпорядку, колективних договорів, інструкцій з охорони праці, ведення журналів, графіків відпусток тощо; 4) оформлення прийняття на роботу, переведення, переміщення, звільнення з роботи; особливості прийому та звільнення окремих категорій громадян; правовий супровід вивільнення працівників, скорочення штату працівників; 5) оформлення випробування при прийнятті на роботу, простоїв, надурочних робіт, відпусток, відсутності на роботі у зв'язку з непрацездатністю тощо; 6) ведення трудових книжок; 7) оформлення матеріалів про порушення трудової дисципліни; 8) працевлаштування іноземців; 9) розробка системи заміщення вакантних посад і робочих місць; 10) розробка системи внутрішнього виробничого навчання та підвищення кваліфікації; 11) розробка систем атестації, мотивації; 12) консультування з питань найму, звільнення працівників, інших питань трудового законодавства; 13) підготовка та подача

звітності в центри зайнятості; 14) представництво у вирішенні трудових спорів; 15) проведення тренінгів, семінарів з питань трудового права тощо.

Для підприємств використання аутсорсингу забезпечує певні переваги, зокрема, фокусування власних ресурсів на основних цілях бізнесу, доступ до новітніх технологій, раціональний розподіл інвестицій тощо.

Поряд із перевагами, аутсорсинг може мати певні недоліки, наприклад, існування ризиків отримання від аутсорсера продуктів неналежної якості. Проте, очевидно, що переваг у застосуванні аутсорсингу набагато більше. Тому, компанії, що будуть вдаватися до аутсорсингу, зможуть сконцентруватися на власній профільній діяльності, приділяючи їй набагато більше сил, зосереджуючи на ній усі ресурси, відсторонивши другорядні функції, тим самим покращуючи ефективність, продуктивність і успішність бізнесової діяльності своєї компанії.

Перерва П.Г.,

д.е.н., професор

Долина І.В.,

к. е. н., доцент

Погорєлов М.І.,

к.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Визначення економічної ефективності технологічних інновацій, на наш погляд, є обов'язковою але недостатньою умовою для комфортного розташування конкретної технології на ринку. Дійсно, можна знайти безліч прикладів такого положення товару на ринку, коли значний (а в ряді випадків найбільший з товарів-аналогів) розрахунковий економічний ефект від його використання не приносить практично ніяких дивідендів його розроблювачу.

Більш того, в деяких випадках ця розробка стає збитковою і призводить до значних фінансових негараздів на підприємстві, яке вклало значні кошти в розробку цього товару.

З цього приводу слід назвати вдалим вислів японських маркетологів, які стверджують, що «...один і той же товар може бути одночасно втіленням інженерної мрії розроблювачів (тобто з технічно-параметричної точки зору найкращим на ринку) і жахом для відділу збуту підприємства-розроблювача (тобто практично повна відсутність попиту на цей товар)...». Виходячи з цього, на наш погляд, є вкрай недостатнім в комерційно-ринкових діях розроблювача нових технологій спиратися тільки на результати розрахунків економічного ефекту.

Разом з тим, існуюча методична база розрахунків економічної ефективності нових технологій [1-9] рекомендує в якості основного показника ефективності нових технологічних процесів якраз значення економічного ефекту, який можна буде отримати при використанні нової технології, що рекомендується для заміни існуючої.

На наш погляд, для такого положення є деякі і об'єктивні фактори. По-перше, ще з часів СРСР технологічні розробки в своїй більшості були призначені для власного споживання і не мали комерційного забарвлення. По-друге, передача технологічних інновацій на інші підприємства якщо і здійснювалась, то в рамках конкретної галузі промисловості з досить близьким технологічним потенціалом до підприємства-розроблювача. По-третє, оригінальність техпроцесу є важливим об'єктом інтелектуальної власності підприємства-розроблювача, що надає йому суттєві переваги на ринку продукції, яка виготовлена з використанням цієї технології, тобто в багатьох випадках розроблювач первісно незацікавлений в продажу своєї прогресивної технології. Якщо продаж все-таки здійснюється, то це буде адекватно продажу конкурентної переваги підприємства на основному ринку, який визначається продукцією, що виготовлена з використанням даної інновації.

Приведені нами передумови, що пояснюють небажання розширювати кількість показників при економічній оцінці нових технологічних процесів, не завжди є визначними в умовах розвинутих ринкових відносин. Вони можуть бути цілком прийнятним в одних випадках і повністю не прийнятними в інших. В цьому зв'язку є нагальна необхідність в визначенні певних узагальнюючих причин розробки технологічних інновацій і умов їх використання, що, як нам представляється, і зможе визначити достатність або недостатність розрахункового значення економічного ефекту для прийняття рішення про ефективність нового технологічного процесу.

Пропонуються для розгляду наступні дії розроблювача нової технології, які, на наш погляд, визначають умови використання нових технологічних процесів:

а) повна переуступка (продажа) прав на технологічну інновацію потенційному споживачу, що адекватно повному відчуженню від інтелектуальних результатів розробки. Після здійснення цієї операції розроблювач технології вже не має прав ні на її власне використання, ні на її повторну продаж на ринку;

б) часткова переуступка (продажа) прав на технологічну інновацію потенційному споживачу (споживачам), що адекватно комерційному тиражуванню (дистрибуції) інтелектуальних результатів розробки. При цьому розроблювач технології сам не являється її споживачем, тобто розробка технології була здійснена чисто в комерційних цілях. Такі дії розроблювача технологічної інновації, як правило, здійснюються з допомогою механізму ліцензування прав на споживання технологічної інновації;

в) часткова переуступка (продажа) прав на технологічну інновацію потенційному споживачу (споживачам), при цьому розроблювач технології сам також являється її споживачем, тобто розробка технології була здійснена в основному для власних потреб, але розроблювач не відмовляється і від комерційних цілей, пов'язаних з частковою передачею прав на цю технологію на певних умовах іншим споживачам;

г) технологічна інновація використовується розроблювачем виключно для власного виробництва і не передбачається її передача іншим ні на яких умовах.

Література:

1. Кобяк М. В. Качество туристических услуг как стратегическая основа развития туризма. *Экономика региона*. 2011. № 1. С. 260–263.
2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
3. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц: ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
4. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79-88.
5. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.
6. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.
7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (29 вересня-1 жовтня 2011 р.)* Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.
8. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр. Сер. : *Економічні науки*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.
9. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

Пономарьова М.,

к. е. н, доцент,

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТА МАРКЕТИНГУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

В умовах невизначеності ринку та погіршення соціально-економічного середовища кожна країна світу повинна сприяти ефективному управлінню та маркетингу інтелектуального капіталу, як умови збереження потенціалу країни та створення сприятливих умов для економічної безпеки. Інтелектуальній власності належить значне місце в значенні та структурі забезпечення інтелектуального капіталу. У сучасних умовах більшість ринків характеризуються присутністю конкуренції. Звідси і виникає необхідність постійно досліджувати значення і визначення конкуренції як сили, що керує розвитком суспільства [1,3]. Перехід до ринку продовжують вбачати головною панацеєю від соціально-економічних негараздів чимало економістів і державних діячів, особливо прибічників монетаристського способу виходу з економічної кризи. Проте, навіть простий аналіз результатів монетаристських "реформаторських зусиль" показує, що економіка країни лише віддалилася від реального сектору. Закон України «Про авторське право і суміжні права» визначений у Відомостях Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 13, ст.64 - охороняє особисті немайнові права і майнові права авторів та їх правонаступників, пов'язані із створенням та використанням творів науки, літератури і мистецтва - авторське право, і права виконавців, виробників фонограм і відеограм та організацій мовлення - суміжні права. Базовим документом щодо формування та розвитку відносин у сфері інтелектуальної власності є Указ Президента України «Про заходи охорони інтелектуальної власності в Україні» № 285 / від 2001 р. Сучасну законодавчу базу України у

сфері інтелектуальної власності загалом складають: Конституція та кодекси України, основних законів «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки» тощо.

Наука і високі технології на сучасному етапі розвитку людства стали не лише головними джерелами економічного росту країни. Вони також створюють небачені раніше умови для формування у людей в різних країнах світу однакових суспільних цінностей. Сучасний технологічний розвиток складає основу постіндустріальних трансформацій суспільних відносин: економічних, соціальних, політичних, правових та ін., формування нової економіки, заснованої на знаннях, набуття інтелектуальною власністю визначальної ролі як інституційного чинника соціально-економічного прогресу [2,4,5].

Основою управління та маркетингу інтелектуальним капіталом є слідуючи принципи, використання яких дозволить дати оцінку інтелектуальної власності як вектора економічного зростання, встановити зв'язок між інтелектуальною власністю та фінансовим станом підприємства, а також визначити, яким чином управління інтелектуальною власністю забезпечить поліпшення його фінансового стану.

В сучасних ринкових умовах важко уявити собі підприємство, яке не використовує в своїй діяльності таких об'єктів права інтелектуальної власності, як торговельні марки та фірмові найменування, їхня роль, залежно від характеру виробництва, може бути як малою, так і надзвичайно високою. Успішний бізнес розпочинається зі стратегічного прогнозування майбутнього конкурентного продукту на майбутньому ринку.

Тому від самого початку слід визначати, які саме об'єкти права необхідно створити або придбати для того, щоб забезпечити конкурентоздатність товарів або послуг, що, відповідно, вироблятимуться чи надаватимуться за його участі. Для ведення ефективного бізнесу визначатимуть комплексні технології, до складу яких входитимуть десятки, навіть сотні об'єктів права інтелектуальної власності: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торговельні марки, комерційні найменування тощо. Головним елементом стратегії управління

інтелектуальною власністю є інформованість стосовно прав інтелектуальної власності, які могли б зробити конкурентів здатними заважати вашому бізнесові у використанні нових товарів, технологічних процесів або послуг.

Для того щоб продовжити існування товару на ринку й збільшити прибуток, необхідно виявити можливість його вдосконалення на наступних після створення етапах за рахунок використання нових об'єктів права інтелектуальної власності.

Література:

1. Право інтелектуальної власності України: Конспект лекцій / Авт. : В.М. Крижна, Н.С. Яркіна.; За ред. В.І. Борисової. Х.: Нац. юрид. акад.України, 2008. 112 с.
2. Рябуха М.С., Цицоріна А.Є. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень. *Вісник ХНАУ*. Серія: економіка АПК і природокористування. Харків: ХНАУ 6(2007): 96-100.
3. Економіка інтелектуальної власності : науково-методичні матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. Х. : Право, 2015. 120 с
4. Бігдан І.А., Оцінка вартості прав інтелектуальної власності в системі управління інтелектуальним капіталом. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць. ПДТУ. Маріуполь, 2010. Т. 1. С. 139-146.
5. Нижник Н.Р, Паладій Н.В. Поняття та сутність державного управління сферою інтелектуальної власності України. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2011. № 1(4). С. 188–193.

Проскурня О.М.,

к.т.н., доцент

Перерва П.Г.,

д.е.н., професор

Погорєлов М.І.,

к.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

МАРКЕТИНГОВА СУТНІСТЬ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

В умовах ринкових перетворень в економіці України, які характеризуються посиленням процесів глобалізації, загостренням конкуренції, виникає необхідність пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. При цьому конкурентоспроможність підприємства залежить, у першу чергу, від його здатності задовольняти запити споживачів продукції, найважливішим параметром оцінки якої є якість.

Дослідження показують, що головною причиною лояльності туристичної клієнтури є надання якісного обслуговування. У перший раз гостя можна залучити хорошою рекламою, багатим інтер'єром або різноманітним меню, але вдруге він приходить завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування, отриманого раніше. Чому якість має таке важливе значення? Якщо ми будемо розглядати підприємства сфери туризму та масових заходів з точки зору динаміки їх розвитку, якість надання туристичних послуг буде надавати найбільший вплив на їх життєздатність. Успішна реалізація якісного продукту споживачеві є головним джерелом існування будь-якого підприємства індустрії туризму. Відповідність законам, правилам і стандартам у сфері комплаєнса зазвичай торкається таких питань, як дотримання належних стандартів поведінки на ринку, управління конфліктами інтересів, справедливе відношення до клієнтів і забезпечення добросовісного підходу при консультуванні клієнтів.

Концепція маркетингового забезпечення якості обслуговування в сфері

туризму базується на комплексі принципів, головними з яких є наступні:

1. Лідерство в прийнятті рішень. Керівництво організації повинно мати чітке уявлення про призначення і майбутній розвиток компанії, але цього недостатньо. Керівний склад повинен також донести цю виставу до своїх службовців і переконати їх повірити в нього і йому слідувати. Хороші лідери вбачають свою мету в тому, щоб домогтися якісного обслуговування за допомогою дій, видимих і службовцями, і клієнтами. З цієї точки зору поняття «якісні послуги» асоціюється з відомими іменами успішних керівників, які змогли організувати процес обслуговування туристів на вищому рівні.

2. Впровадження маркетингового підходу в усі підрозділи туристичного підприємства. Даний принцип передбачає проведення маркетингових заходів усіма підрозділами туристичної організації.

3. Розуміння потреб клієнтів. Цей принцип заснований на сегментації туристичного ринку в залежності від уподобань потенційних клієнтів.

4. *Застосування в роботі основних організаційних принципів.* Робота туристичного підприємства повинна бути добре спланована і мати чітку структуру управління, в основу якої покладена концепція розвитку даної компанії.

5. Фактор свободи в наданні послуг. У першокласних ресторанах і чотирьох -, п'ятизіркових готелях гості очікують отримати персоніфіковане обслуговування, тому система надання послуг повинна бути більш гнучкою, але тим не менш, що відповідає всім настановам системи управління якістю, прийнятої міжнародним співтовариством.

6. Використання прогресивних технологій *обслуговування та проведення масових заходів.* Даний принцип дозволяє контролювати зміни маркетингового середовища, впорядковувати масові заходи та мати бази даних клієнтів і вдосконалювати методи для підтримки зв'язків з ними.

7. Формування здатності працювати в команді. Надання якісного обслуговування вимагає злагодженої роботи всієї команди співробітників. Службовці повинні розуміти, як їх робота впливає на результати діяльності всього колективу. Є багато фірм, які навчають персонал так званому

«перехресному обслуговування», коли співробітник може виконувати різні види робіт.

8. Встановлення стандартів, оцінка виконання роботи і введення системи стимулів. Найбільш важливий спосіб поліпшення якості обслуговування полягає в тому, щоб встановити стандарти обслуговування і його цілі, а потім навчити цьому службовців і керівників. Ці стандарти повинні безперервно підвищуватися.

9. Зворотній зв'язок з персоналом за результатами праці. Результати досліджень повинні бути повідомлені всім службовцям. Це повинно виходити від вищого керівництва при спілкуванні зі службовцями і частково в ході нарад.

Література:

1. Кобяк М. В. Качество туристических услуг как стратегическая основа развития туризма. *Экономика региона*. 2011. № 1. С. 260–263.
2. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга. М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. 93 с.
3. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
4. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
5. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79-88.
6. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Антикризисный менеджмент производственно-комерческой деятельности предприятий машиностроения. *Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях преодоления кризиса*. СПб.: Астерион, 2010. Т.2. п.6.2. С. 254-264.
7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность

и задачи . *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.

8. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління . *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.

10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу*: зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (29 вересня-1 жовтня 2011 р.). Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.

Решміділова С.Л.,

к.е.н., доцент

Лямзіна В.О.,

здобувач вищої освіти

Хмельницький національний університет

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЕКОНОМІЧНИМИ АГЕНТАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

В сучасних економічних умовах активно розвивається новий напрямок економічної теорії, який займається дослідженням впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних економічних ситуаціях Це поведінкова економіка, яка вивчає вплив психологічних, соціальних, когнітивних, та емоційних факторів на економічні рішення людьми та інституціями та наслідки таких рішень для ринкових цін, прибутку, та розподілу ресурсів. Цей науковий напрямок в першу чергу вивчає межі раціональності економічних агентів.

Поведінкові моделі типово інтегрують аспекти психології, неврології та мікроекономічної теорії; в результаті, ці поведінкові моделі покривають широкий набір концепцій, методів, та напрямків. Предмет вивчення поведінкової економіки включає те, як приймаються ринкові рішення, та механізми суспільного вибору [1].

Значний внесок у розвиток поведінкової економіки зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Дж. Акерлоф, М. Алле, Д. Аріелі, Д. Канеман, Р. Лоусон, А. Сміт, А. Тверський, Т. Шеллінг, Р. Шилер, І. Бобух, В.М. Бутенко, Б. Данилишин, І.О. Дейнега, Д.М. Радченко, Р. Шеремета, Л. Чернобай, Ю. Широн та інші. В Україні даний напрямок досліджень знаходиться у стадії розвитку, що підкреслює актуальність теоретичних і практичних досліджень у цій сфері. Розвиток поведінкової економіки починається з останньої чверті минулого століття, хоча її ідеї можна знайти в праці А. Сміта «Теорія моральних почуттів». За останні 15 років Нобелівська премія з економіки тричі вручалася вченим, чиї дослідження безпосередньо пов'язані з поведінковою економікою. Так, у 2002 році нобелівська премія була присуджена В. Сміту за експериментальні дослідження ринку і поведінки економічних агентів і Д. Канеману за дослідження психологічних чинників прийняття рішень [2]. Книгу "Nudge. Архітектура вибору" та її автора Р. Талера в 2017 році було удостоєно Нобелівської премії за внесок у розвиток поведінкової економіки. "Архітектори людського вибору" підштовхують людей до кращих рішень. А вони часом бувають неправильними: людина робить невдалі інвестиції, не дбає про природу і природних ресурсах, харчується неякісною їжею ... Або, наприклад, в силу різних соціальних стереотипів багато жінок дуже обережні в бізнесі, вибирають не такі високооплачувані професії, як чоловіки, які, навпаки, частіше ризикують і отримують більший дохід. Саме тому зараз Група по застосуванню поведінкових методів (Behavioural Insights Team, BIT) і Програма розвитку ООН (ПРООН) в Білорусі ведуть спільну роботу в рамках дослідницької ініціативи щодо розширення економічних прав та можливостей жінок в Білорусі шляхом застосування поведінкових методів.

Фінансову та практичну підтримку цієї ініціативи надає посольство Великобританії в Мінську. Саме в Великобританії експерти підтвердили ефективність даного методу. Достатньо лише зрозуміти, як люди поведуться на практиці, а не так, як ми можемо очікувати від них в теорії, і використовувати ці сценарії в потрібному руслі. Наукова основа поведінкової економіки дозволяє якісно вирішувати соціальні завдання, вибудовувати державну політику. При цьому витрати мінімальні, оскільки не потрібно змінювати системні, глобальні підходи - досить тестувати і впроваджувати дрібні корективи в існуючі процеси [3].

Успішних прикладів застосування поведінкових методів в різних сферах багато. "Хрестоматійний - коли в Великобританії вплинули на збір податків через виконання соціальної норми. Поведінкова наука говорить про те, що люди мають тенденцію слідувати соціальної нормі. Якщо 99% людей вчасно платять податки - це норма. А якщо я в цю норму не потраплю, але мені приходить повідомлення, що 99% людей платять податки вчасно, я швидше за захочу приєднатися до більшості. Так, у Великій Британії вийшло значно збільшити відсоток своєчасної сплати податків простим листом або SMS. І в цьому вся суть «біхевіористичного» підходу". Впроваджуючи цю методологію, потрібно підвищувати ефективність різних державних програм. В ідеалі це мультидисциплінарна команда з економістів, експертів в статистиці, антропологів, соціологів, а також практиків - висококваліфікованих державних службовців, які знають, як працюють держпрограми. Сьогодні експериментальна та поведінкова економіка розвиваються як нові інтелектуальні та аналітичні платформи, що зміщує акценти від формалізованих моделей раціональної поведінки у напрямі їх експериментальної й емпіричної перевірки та обґрунтування.

Отже, оцінка ефективності та якості управління економічною поведінкою з одного боку є інструментом оцінки існуючого стану, з другого - підґрунтям для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у майбутньому.

Література:

1. Поведінкова економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_теорія
2. Грецька-Миргородська В.В. Формування соціально-орієнтованої економіки: поведінкові передумови аналізу / В.В. Грецька-Миргородська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6349>
3. Британська методика допоможе залучити більше білоруських жінок в ІТ <https://www.belta.by/comments/view/britanskaja-metodika-pomozhet-privlech-bolshe-belorusskih-zhenschin-v-it-6963/>.

Сагер Л.Ю.,

к.е.н., ст. викладач

Лазоренко В.Є.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Сумський державний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ

Актуальність даної теми полягає в тому, що ситуація в країні через карантин стала повністю невизначеною для контрагентів ринку. Більшість підприємств не готувались до різких змін та згодом їм не вдалось відновити діяльність під час карантину. Найбільш нестабільна ситуація вплинула на виробництва, які не спроможні зупинити свою діяльність.

Основні проблеми, з якими зіштовхнулись виробники під час карантину (рис. 1):

– персонал – складність пересування робочого персоналу до місця роботи через обмеження для громадського транспорту;

– дебіторська заборгованість – через дистанційну роботу більшість підприємств має багато дебіторської заборгованості та немає змоги отримати свої кошти назад;

– збутова мережа – більшість точок збуту через карантину довелося закрити, тому велика кількість кінцевих споживачів стали звертатися напряду, але з мінімальними замовленнями;

– дефіцит продукції медичного призначення – більшість директорів виробництв повинні були забезпечити співробітників предметами первинного медичного захисту;

– дистанційна робота постачальників – складність замовлень для потреб виробництва;

– зовнішньоекономічна діяльність – повністю призупинена.

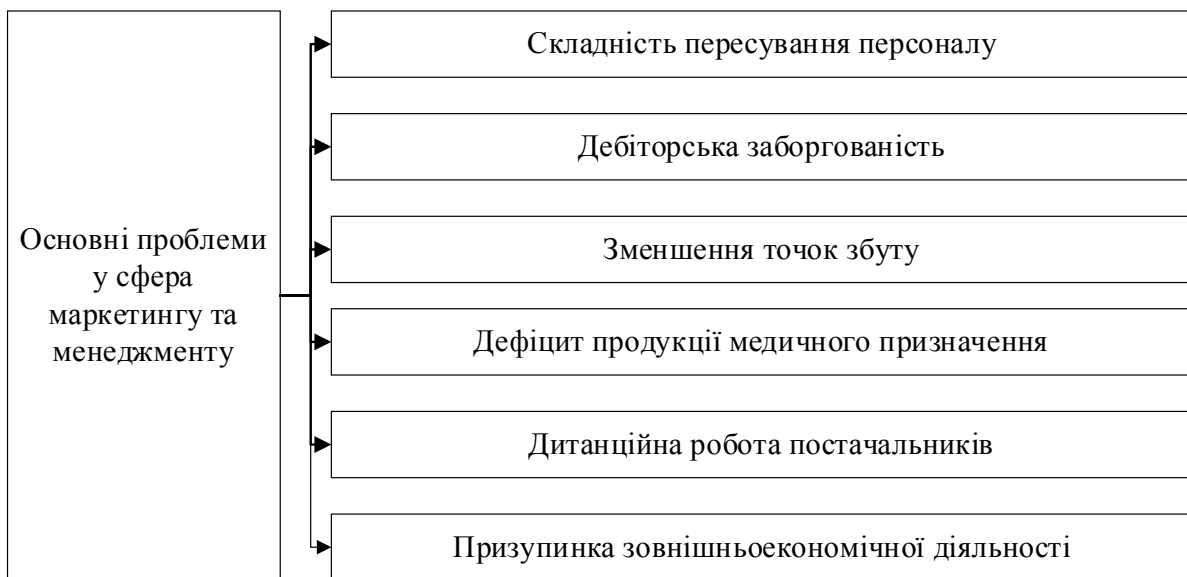


Рис. 1. Основні проблеми виробників продукції в умовах карантину

Розглянемо заходи, які є необхідними для ведення економічної діяльності у період невизначеності та обмежених умов торгівлі:

1. Через дистанційну роботу дилерів, більшість споживачів почали звертатись напряду до виробників. Особлива увага приділяється розвитку B2C.

Тобто, необхідно зорієнтуватись на продажах для кінцевих покупців. На час карантину важливо забезпечити транзит продукції до кінцевого споживача та не втратити дилерів. Всю роботу дилерів виробник повинен взяти на себе. За потребою відправки необхідно налагодити від обличчя дилера. Потрібно перебудувувати збутову систему та забезпечити оперативність доставки товару від виробника до споживача.

2. На цей час необхідно проводити постійно аудит, як справляються конкуренти в умовах карантину та провести аналіз конкурентоспроможності. Сфери дослідження: робота з відправками конкурентів; режим роботи; широта асортименту та динаміка її зміни; співпраця з дилерами.

Прописати переваги та недоліки по кожній товарній одиниці своєї продукції, а також конкуруючої. Важливим є збір статистичних даних та аналіз дій, які були проведені під час нестабільних умов, для вчасного реагування при повторному випадку.

3. Орієнтація на потреби ринку. У зв'язку з карантинном виробники повинні швидко реагувати на потребу ринку. У першу чергу, розглядаються виробничі потужності, чи є змога в підприємства виробляти товари, які потрібні першочергово під час карантину: антисептики, маски, рукавички та інше. Також, важливою складовою є товари, які будуть необхідні після завершення карантинного періоду.

4. Відповісти на питання: що буде з компанією через пів року? Чи глобально карантин вплинув на компанію? Зазнало підприємство збитків чи змогло вийти на новий рівень продажів? Ці питання є важливими для відділу прогнозування. Саме вони повинні передбачити період спаду та спрогнозувати подальшу поведінку ринку та споживачів.

5. На час карантину місія, цінності та стратегія підприємства змінюються, тому, її необхідно довести до всіх співробітників та прописати на офіційному сайті. Потрібно довести споживачу, що підприємство турбуються про проблеми споживачів, та про готовність підтримати все суспільство в цілому. Рішенням може бути налагодження зворотного зв'язку.

б. Просування інтернет-продажу, формування кошику на офіційному сайті. Час карантину більшість споживачів проводить за комп'ютерами та гаджетами, саме в цей період необхідно активізувати свою діяльність у соціальних мережах та покращувати організацію офіційних сайтів.

Всі подані методи є уніфіковані та підходять для середніх та потужних підприємств, які мають потенціал до розвитку та зацікавлені у збереженні ринкових позицій. Під час карантину всі виконані дії потрібно спланувати та розписати покроково для готовності до подібних ситуацій.

Література:

1. Люльов О.В. Формування стратегій розвитку підприємства в умовах незбалансованої економіки [Текст]: дисертація на здобуття наукового ступеня канд. економічних наук / О.В. Люльов; Наук. керівн. В.В. Сабадаш. Суми: СумДУ, 2011. 209 с. СумДУ.

Сергієнко Т. І.,

к.політ.н., доцент

Національний університет «Запорізька політехніка»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що в сучасних умовах, сучасний керівник повинен володіти не тільки фундаментальними основами менеджменту, а й вміти адаптуватися і раціонально реалізовувати управління в сучасній економіці, швидко пристосовуючись до інноваційних змін які відбуваються в сучасному світі. Аналіз останніх досліджень показав, що вивченню проблем теорії і практики управління присвячено праці багатьох вітчизняних та закордонних учених: Д. Богині, В. Весніна, В.Воронкової, О.

Віханського, Б. Генкіна, Дж. Грейсона, Г. Деслера, В. Дятлова, А. Єгоршина, А. Кібанова, А. Колота, Дж. Лафти, А. Пула, Е. Старобинського, А. Шегди, С. Шекшні, Ф. Хміль та ін. Проте, сьогодні залишається ряд питань які потребують додаткового вивчення.

Реалії сьогодення свідчать, що однією з основних проблем, яка стоїть сьогодні перед керівниками в процесі розвитку сучасного управління, є проблема «універсального менеджера», який в умовах інформаційного розвитку здатний до чіткого і раціонального управління з прийняттям на себе відповідальності за прийняті управлінські рішення.

Таким чином, виділимо декілька проблем менеджменту на сучасному етапі: по-перше, це проблема якості управлінських кадрів [1, с. 31]. Дана проблема досить актуальна, тому що сьогодні в умовах розвитку інформаційного суспільства, глобалізація вимагають розвитку інтелектуального потенціалу управлінців. Зазначимо, що менеджмент - це надзвичайно широке та багатомірне поняття і як зазначають, - це мистецтво і наука одночасно. Тому, сучасні керівники мають учитися модифікувати практику з урахуванням висновків теорії [2, 210]. Такий підхід дає змогу поєднати науку і мистецтво управління в єдиний процес. Нові умови господарювання вимагають нових підходів до управління, тому має особливе значення огляд докорінних змін, які відбуваються у сфері управління, оскільки триває зміна соціально-економічної системи. Постає необхідність рішуче ламати стереотипи мислення, які склалися протягом тривалого часу [4, с.56]. Нажаль, сьогодні не всі керівники мають певний практичний досвід с сфері управління.

Наступна проблема, як зазначає Ф.Хміль полягає в орієнтації сучасного бізнесу на одержанні прибутку. На його думку, економічна ситуація в нашій країні породжує зацикленість на грошах, нестачу творчого підходу. Звичайно є менеджери, які прагнуть покращити управлінську методику, правда у рамках своїх можливостей. Тому важливим є навчання управлінців, застосування нових методів управлінської освіти, підвищення кваліфікації топ-менеджерів. Зумовлено це тим, що рівень освіти і знань керівників даної ланки сьогодні в

середньому є нижчим від рівня знань їх підлеглих, які, в основному, мають професійну освіту [6, с.68].

Також, зазначимо, що дехто з дослідників зазначає, що на даний момент сучасна система управління не може конкурувати із зарубіжними і в цьому вбачають саме проблему [3, с. 20]. Зазначаючи, що в Україні поки ще не досягнуті значні успіхи в теоретичному і практичному освоєнні менеджменту [5, с. 250]. Реорганізуються старі структури управління і влади, при цьому використовуються західні моделі управління. Однак механічне перенесення концепції управління з однієї соціокультурної середовища в іншу, сліпе копіювання досвіду тієї або іншої держави практичне неможливе і веде до важких економічних і соціальних наслідків.

Таким чином, розв'язання вищезазначених проблем вимагає застосування системних механізмів на загальнонаціональному рівні. Одним з головних елементів такого механізму є побудова національної системи стандартів управлінської діяльності.

Література:

1. Berezhnaya O., Krainik O., Kuris Y., Sergienko T. Reserves of production efficiency increasing in conditions of globalization. THEORY AND PRACTICE: PROBLEMS AND PROSPECTS. Scientific articles. Kaunas. 2019. P. 31-41.
2. THEORETICAL AND SCIENTIFIC APPROACHES TO THE PROBLEMS OF MODERN ECONOMY: monography / Polyvana L., Lutsenko O.A., Marenych T.H., Polyvana A. etc. International Science Group. Boston: PrimediaeLaunch, 2020. 371p.
3. Wenger O., Krainik O., Sergienko T. Improving the efficiency of management system in manufacturing companies in market economy. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки, 2019. Т. 2, № 42. С. 19-23.
4. Колесніков Г. Концептуальні основи формування організаційної культури українського менеджменту. Вісник Тернопільської академії народного господарства. 2002. №7/4. С.23 – 26.

5. Крайнік О.М., Сергієнко Т.І. Сучасні технології менеджменту на промислових підприємствах в умовах ринкової економіки *Modern Technologies in Economy and Management*. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019. P. 249-259.
6. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики. Львів: Львівська комерц. академія, 2006. 206 с.

Сиводед С.С.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Боліла С.Ю.,

к.с-г.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В СФЕРІ ПЛОДООВОЧІВНИЦТВА

Маркетинг органічної плодоовочевої продукції – це філософія сучасного агробізнесу, яку слід пов'язувати з процесами планування, організації, управління та прогнозування діяльності підприємства з раціональним використанням обмежених факторів виробництва, при зниженні собівартості продукції для максимального задоволення потреб споживачів у органічній плодоовочевій продукції.

Реалізація концепції ефективного виробництва органічної плодоовочевої продукції полягає у запровадженні системи маркетингового забезпечення управлінням виробничими та процесами реалізації в плодоовочівництві. Це комплекс взаємопов'язаних елементів (підсистем), які визначають еколого-оптимальні режими маркетингового управління.

Під маркетинговим управлінням слід розуміти запровадження системи постійного контролю і цілеспрямованого впливу на умови та чинники, які в

свою чергу визначають стан, в тому числі і екологічний, природо-технічного комплексу, з метою встановлення, забезпечення і підтримання необхідного рівня екологічної безпеки під час виробництва плодоовочевої продукції. У системі маркетингового забезпечення виробництва органічної плодоовочевої продукції функціонують і розвиваються підсистеми:

- науково-методологічного забезпечення (загальні принципи формування рішень, нормативний регламент, оптимізація критеріїв управління всією системою та ін.);
- технологічного забезпечення (заходи і засоби екологічного раціонального виконання технологічних процесів, нормативно-технологічний регламент екологічного функціонування та відновлення природно-технічних систем та ін.);
- організаційно-методичного забезпечення (оптимальні організаційно-методичні структури виробництва, принципи екологічної ефективності виробництва, екологічно оптимальні форми організації трудових процесів та ін.);
- комплексного екологічного контролю (екологічна експертиза науково-методичних, організаційно-технічних рішень, економетрія, моніторинг та ін.);
- інформаційного забезпечення (принципи накопичення, передавання, зберігання і використання екологічної інформації, критерії якості інформації і показники її результативності);
- кількісної оцінки і прогнозу (методологія об'єктивної оцінки екологічної ситуації у регіональному масштабі, багаторівнева ідентифікація та ін.);
- оптимального управління (обґрунтування дозволених меж регулювання трудових процесів і управління природно-технічними геосистемами, соціально-методологічні аспекти формування екологічних знань, загальні принципи екологічного оптимального управління та ін.).

Причинами невдач органічної плодоовочевої продукції на регіональних ринках можуть стати: неправильне встановлення потреб споживачів, невірна уява споживачів про даний вид товару, чи відсутність про нього інформації

взагалі, низька якість та низькі показники плодоовочевої продукції, недостатній рівень маркетингових досліджень, за результатами яких невірно визначені потенційні ринки, обсяги виробництва, ціна товару, недостатній аналіз товарів та діяльності конкурентів. Для удосконалення маркетингового забезпечення управління найбільш незабезпечені потреби при отриманні маркетингової інформації виникають при здійсненні наступних видів діяльності: розробці стратегії і тактиці маркетингу, рішенню по рекламі та стимулюванню, аналізі ринкової ситуації, встановлення взаємодії маркетингових служб з іншим підрозділами підприємств з виробництва плодоовочевої продукції.

Єдине інформаційне поле доцільно створювати через центри маркетингових досліджень на базі комп'ютерних мереж та необхідного програмного забезпечення. Необхідною умовою високої результативності такої системи є функціональний зв'язок між складовими елементами плодоовочевого підкомплексу. Важливе значення для товаровиробника має також отримання окремих видів маркетингової інформації, яка є важкодоступною, але має велике значення для маркетологів плодоовочевих підприємств. До таких видів слід відносити: інформацію про маркетингове планування, про загальну ефективність маркетингу, попит на товари та послуги, комерційний ризик, інформація про профіль потенційних споживачів та їх мотиваційне поле, місткість ринку та ін.

Таким чином концепція виробництва органічної плодоовочевої продукції на регіональному рівні ґрунтується на системній розробці та впровадженні механізму та відповідного інструментарію маркетингового забезпечення управління процесами реалізації плодоовочевої продукції та формування лояльних споживачів на продовольчих ринках. Система маркетингового управління виробництвом органічної плодоовочевої продукції повинна бути підсистемою галузевої (регіональної) системи управління та складовою державної системи забезпечення національної безпеки. Для прийняття оптимального рішення в умовах жорсткої конкуренції підприємствам необхідний чималий обсяг комерційної інформації, серйозний аналіз ринків

продукції, що виробляється і техніко-економічне обґрунтування планованих змін на підприємствах з використанням більш сучасних методів досліджень – функціонально-вартісного аналізу та SWOT-аналізу.

Для удосконалення маркетингової діяльності у плодоовочевих господарствах корисним може стати впровадження функціональної структури управління виробництвом (оптимізація плану управління запасами з максимізацією прибутку та плану ефективної регіональної реалізації з одночасним забезпеченням мінімальної вартості перевезень плодоовочевої продукції для регіональних ринків), що дасть можливість сприйняти маркетинг як єдиний процес, створити умови для його запровадження.

Скопенко Н.С.,

д.е.н., професор

Євсєєва-Северина І.В.,

к.е.н., доцент

Національний університет харчових технологій

ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК ВАЖЛИВА СКЛADOVA КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективність діяльності вітчизняних підприємств забезпечується їх спроможністю виготовляти якісну та безпечну продукцію.

Історія розвитку стратегії харчової безпеки почалась з 1960 року, коли був розроблений Кодекс Аліментаріус спільно двома організаціями ООН: Організацією продовольства та сільського господарства (ФАО, англ. *Food and Agriculture Organization, FAO*) та Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ)[1]. Його мета полягала в тому, щоб сприяти розробці та встановленню вимог до харчових продуктів, їх гармонізації для розширення міжнародної торгівлі. В Україні діють різноманітні нормативні документи [2–7], котрі направлені на приведення якості та безпечності вітчизняної харчової продукції

до міжнародних вимог, що дає можливість здійснювати експортну діяльність та бути рівноправною країною-членом міжнародної торгівлі.

Питання забезпечення безпечності харчових продуктів відноситься до глобальних питань і вирішується на всіх рівнях – національному, регіональному, міжнародному. Європейський Союз визначає безпечність харчових продуктів одним з головних пріоритетів своєї політики [8].

Безпечність харчових продуктів (харчова безпека, food safety) – це складний процес, який має довгий трансформаційний ланцюг (починаючи від фермерських господарств (отримання сировини) і завершуючись в процесі споживання кінцевим споживачем (вживання готової продукції) [2].

Досліджуючи поняття безпеки треба концентрувати увагу на харчові властивості продуктів, їх гігієну, вплив на здоров'я людини, сировину та харчові добавки, що використовуються у виробництві тощо.

Проблеми з якості та безпечності продуктів харчування характерні для більшості країн світу, і періодичні державні перевірки виявляють невідповідність продуктів зазначеному складу або маркуванню.

Необхідність підвищення рівня безпечності продуктів харчування на всіх етапах виробничої діяльності, запобігання виникненню ризиків викликає потребу у впровадженні системи НАССР (англ. – Hazard Analysis and Critical Control Points – Аналіз ризиків і контролю критичних точок) на підприємствах, що гарантує підвищення конкурентоспроможності харчової продукції та підприємства. Системи НАССР ідентифікує, оцінює і контролює небезпечні фактори, які є визначальними для безпеки харчових продуктів. Вона гарантує безпеку продукції на повному шляху харчового ланцюжка і дає можливість виявити всі критичні точки, які можуть вплинути на безпечність кінцевого продукту, усунути шкідливі фактори і контролювати повний процес виробництва [9-11].

Необхідно зауважити, що система НАССР є обов'язком в рамках законодавства більшість цивілізованих країн, таких як: країни Євросоюзу, США, Канада, Японія, Нова Зеландія та інші.

Згідно з ЗУ «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [4] з вересня 2019 року система безпеки харчової продукції НАССР має бути впроваджена на всіх українських підприємствах, діяльність яких пов'язана з харчовими продуктами.

Виробники, розуміючи необхідність покращення якості та безпечності продукції, як правило, самостійно вибудовують принципи роботи, забезпечуючи контроль всіх елементів ланцюга – від поставки сировини аж до отримання продукції споживачем. Така робота дає позитивні результати і забезпечує якість готової продукції кінцевому споживачеві, а з іншого боку – збільшує витрати на організацію контрольних заходів.

Визначення критичних контрольних точок на всіх етапах, починаючи від доставки сировини, проходження технологічних процесів, отримання, забезпечення і доставки готової продукції дає можливість передбачити потенційні ризики (небезпеки), вчасно на них реагувати з метою недопущення погіршення якості та безпечності продукції та організації процесів виробництва. Постійні покращення окремих елементів ланцюга, вдосконалення процесів, недопущення (мінімізація впливу) негативних факторів сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності та формуванню стабільного іміджу підприємства.

Література:

1. Codex Alimentarius. International food standards.
URL:<http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/home/en/>.
2. Про безпечність та якість харчових продуктів. Закон України від 23.12.1997 р. № 771/97-ВР. Дата оновлення: 31.05.2011.
URL:http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2011_02_03/Z970771.html.
3. Про державну підтримку сільського господарства України. Закон України від 2004 р., № 49, ст. 527. Дата оновлення: 27.02.2020.
URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>.

4. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів. Закон України від 1998 р., № 19, ст. 98 . Дата оновлення: 16.01.2020. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.
5. Про стандартизацію. Закон України від 2014 р., № 31, ст. 1058. Дата оновлення: 19.04.2020. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.
6. Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин. Закон України від 2017 р., № 31, ст.343. Дата оновлення: 13.02.2020. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2042-19>.
7. Про захист прав споживачів. Закон України від 1991 р., № 30, ст.379. Дата оновлення: 27.02.2020. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
8. Харчова безпека – що потрібно знати. URL:<https://phc.org.ua/news/kharchova-bezpeka-scho-potribno-znati>.
9. Система НАССР. Що це? URL:https://a7d.com.ua/analtika/svtovijj_dosvd/6735-sistema-nassr-scho-ce.html.
10. Аналіз і оцінка ризиків виробництва за системою НАССР. URL:<http://market.avianua.com/?p=4119>.
11. Впровадження системи НАССР на підприємстві – 12 кроків. URL:<http://market.avianua.com/?p=4183>.

Стеблюк Н.Ф.,

к.е.н., доцент

Дніпровський державний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Складність і взаємозалежність управлінських проблем у системі вищої освіти потребують нових ідей і підходів, що зумовлює необхідність пошуку нових управлінських рішень.

Безумовно, важливо за допомогою маркетингових досліджень отримати чітке уявлення про якісні і кількісні критерії попиту, про реальну ситуацію на ринку; виявити проблеми взаємодії між різними учасниками ринку; визначити тенденції і напрямки розвитку попиту; оцінити ефективність інформаційних каналів.

Нині існує гостра проблема у взаємодії ринку освіти і ринку праці, на яких діють заклади вищої освіти, що виражається у диспропорції між попитом і пропозицією робочої сили. Виникає критична ситуація, коли, з одного боку неможливо задовольнити потреби суспільства, галузі, організацій, підприємств у працівниках певних професій і спеціальностей, що, у свою чергу, призводить до зниження обсягів та якості товарів і послуг, зниження конкурентоспроможності підприємств і країни в цілому.

З іншого боку, з'являються стійкі групи населення, які відчувають труднощі в працевлаштуванні, не беруть участі в суспільному виробництві й потребують соціальної допомоги з боку держави.

Ринок освітніх послуг не може повністю задовольнити попит роботодавців та своєчасно реагувати на зміни, що відбуваються на ринку праці. Звідси різні оцінки якості підготовки в навчальних закладах, з одного боку, та роботодавців – з іншого.

Такі негативні тенденції зумовлені суб'єктивними інтересами вищих навчальних закладів, зацікавлених у кількісних показниках контингенту студентів, з якими пов'язаний рівень фінансування вищих навчальних закладів. Ринок праці характеризується перенасиченням представниками «престижних» професій, яким важко влаштуватися на роботу із-за високої конкуренції на вакантні місця.

Це є причиною виникнення проблеми масового безробіття випускників вищих навчальних закладів.

Пріоритети держави та абітурієнтів не збігаються, внаслідок чого порушується взаємозв'язок між ринком освітніх послуг та ринком праці (табл. 1).

Таблиця 1

Узгодження пріоритетів держави, ринку праці та споживачів з перспективою на майбутнє

Основні напрями діяльності (спеціальності)	Держава	Ринок праці	Споживач	За результатами використання методології форсайту (передбачення) [1]
	Середня освіта	Технології легкої промисловості	Філологія	Інженерія програмного забезпечення
	Право	Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка	Право	Право
	Правоохоронна діяльність	Будівництво та цивільна інженерія	Комп'ютерні науки та інформаційні технології	Менеджмент
	Комп'ютерні науки та інформаційні технології	Електроніка	Середня освіта	Економіка
	Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка	Металургія	Комп'ютерна інженерія	Професійна освіта (за спеціалізаціями)
	Будівництво та цивільна інженерія	Фармація	Правоохоронна діяльність	Будівництво та цивільна інженерія
	Філологія	Медицина	Будівництво та цивільна інженерія	Медицина
	Комп'ютерна інженерія	Медсестринство	Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології	Біотехнології та біоінженерія
	Галузеве машинобудування	Автомобільний транспорт	Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка	Системний аналіз
	Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології	Залізничний транспорт	Галузеве машинобудування	Енергетичне машинобудування

Результати проведених досліджень свідчать [2,3], що абітурієнти продовжують обирати престижні професії, ігноруючи її пріоритети. Хоча на ринку праці затребувані саме представники технічних професій середньої та нижчої ланки і технічних спеціальностей взагалі, відповідний профіль навчання слабо популяризується і залишається недостатньо привабливим для молоді, бо не тільки потребує більш тривалого й складного навчання, а й не відповідає сучасним уявленням про престиж роботи й комфортні умови життя.

Також абітурієнти звертають увагу на престижність закладу вищої освіти та обирають спеціальності за інтересами, не враховуючи пріоритети держави. Випускники закладів вищої освіти посередньо оцінюють якість отриманих освітніх послуг та вважають, що для пошуку хорошої роботи диплом не є першочерговим пріоритетом. Ця думка збігається з думкою роботодавців, яких цікавлять особистісні та ділові якості, загальні здібності кандидатів.

В цій ситуації заклад вищої освіти, як постачальник освітніх послуг, повинен збалансувати попит споживача (абітурієнтів, студентів та їх батьків) з пропозиціями замовника (держави, підприємців, ринку праці).

Запропонована в роботі модель поведінки споживача на ринку освітніх послуг допоможе не тільки орієнтуватися на задоволення його потреб, а й формувати попит на необхідні освітні продукти з урахуванням факторів впливу на прийняття рішень.

Модель поведінки споживача відображає процес прийняття ним рішення: усвідомлення потреби, пошук інформації, оцінку варіантів, споживання та реакцію на послуги.

Література:

1. ABIT-POISK.ORG.UA. [Електронний ресурс]. URL: <https://abit-poisk.org.ua/specialities2018/>.
2. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.dnprstat.gov.ua>.
3. Міністерство освіти і науки України. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.mon.gov.ua>.

Тельнов А.С.,

д.е.н., професор

Бадюк О.Г.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО МАРКЕТИНГУ

Досвід маркетингу свідчить про те, що практично всі компанії неохоче виходять на зовнішні ринки, надаючи перевагу так званому «домашньому» маркетингу. Здійснення виробничої і збутової діяльності на зовнішньому ринку, як правило, пов'язано з необхідністю вивчення іноземної мови, звичок, традицій і потреб споживачів. Власник товару постійно стикається з політичною невизначеністю, економічною нестабільністю, а також потребами пристосовувати свій товар під незвичні споживчі потреби іноземних споживачів. Всі ці проблеми пов'язані зі збільшенням витрат, що знижує комерційний ефект зовнішньоекономічної діяльності. Разом з тим практика зовнішньоекономічної діяльності будь-якої фірми свідчить про те, що, незважаючи на зазначені труднощі, підприємці намагаються завоювати певні ніші світового ринку товарів і послуг.

Під експортним маркетингом розуміють спробу реалізації продукції в іншій країні, що відрізняється від продажів на внутрішньому ринку: системами якості, умовами збуту, діловими звичаями, національними традиціями, валютою, особливостями соціально-культурного середовища, тобто спробу компанії розширити межі національних ринків збуту [1].

Кожен товар має життєвий цикл: розробка товару, виведення на ринок, етап зростання збуту, зрілість товар і, нарешті, падіння збуту. Тому основною вимогою у маркетинговій діяльності є постійне оновлення продукції відповідно до потреб клієнтів. В експортному маркетингу ключовою категорією є відповідний міжнародний цикл продукції. Разом з тим життєвий цикл експортного товару має деякі особливості. Активне посилення експорту виникає, коли новий товар, створений в країні, вже приносить фірмі значні прибутки завдяки завоюванню суттєвої частки внутрішнього ринку і розвиненій інфраструктурі. В цей час продукт ще виступає на міжнародному ринку як новий товар. На цьому етапі проникнення на ринок інших держав не

пов'язано з великими труднощами. На стадії, коли товар стає для зовнішнього ринку стандартним, починається міжнародна конкуренція. Набуваючи досвіду виробництва, і маючи при цьому більш низьку собівартість продукту, іноземні виробники також отримують шанси на експорт свого продукту і можуть почати пряму боротьбу з ініціатором виробництва продукту спочатку на зовнішньому, а потім і на власному внутрішньому ринку. Експортер повинен мати товар, який ще не дійшов до стадії міжнародної конкуренції для виведення його на експорт. В цілях мінімізації комерційного ризику та розширення сегментів в перспективі в міжнародній практиці прийнято випускати декілька однотипних продуктів з різними параметрами. Конкуренентоспроможність експортного товару на перших стадіях міжнародного життєвого циклу визначається переважно відповідними споживчими якостями, які описують найважливіші функції товару і пов'язані з ним основні характеристики. На стадії зрілості експортного товару в міру виникнення міжнародної конкуренції, що веде до вирівнювання жорстких параметрів, на перший план висуваються «м'які» споживчі якості. Важливим по відношенню до експортованої продукції повинна бути сертифікація системи якості, яка підтверджує відповідність фактичних характеристик продукції вимогам міжнародних стандартів, рекомендацій та інших документів, що діють на світовому ринку і в конкретній країні-імпортері. Власник продукції, самостійно здійснюючи сертифікацію, зобов'язаний гарантувати: точне і повне дотримання вимог до виробу, що висуваються договорами та іншими документами; високий рівень системи комплексних випробувань і контролю якості від сировини до упаковки і маркування товару; відповідальність виробника за якість сертифікації і достовірність сертифікаційних посвідчень; доступність для покупців інформації про методи випробувань, системі контролю та якості, а також можливість відвідування підприємства і спостереження за процесом сертифікації [2].

Найвищим рівнем гарантування якості продукції на зовнішньому ринку вважається проведення сертифікації третьою стороною. Перевагою незалежної

сертифікації є її відокремленість від зацікавлених сторін, а також можливість дотримання однаковості вимог до виробів і до системи контролю якості.

Експортна маркетингова діяльність передбачає наступне: необхідність наявності внутрішніх ресурсів і внутрішньої готовності займатися експортною діяльністю [3]; дотримання принципів маркетингу, маркетингових прийомів, методів, процедур; вивчення зарубіжних ринків, їх можливостей і вимог; дотримання вимог зовнішніх ринків (потенційних іноземних покупців).

Отже, експортна маркетингова діяльність є ефективним засобом вдосконалення якості та розширення асортименту товарів і послуг, пропонованих на зарубіжних ринках; розширення меж збуту і збільшення доходів від продажів.

Література:

1. Сейфуллаева М. Е. Концепція міжнародного маркетингу [Електронний ресурс]. URL: cfin/press/marketing/1998-1/10.shtml
2. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я / пер. з англ. СПб.: Видавничий дім «Нева», 2003. 224 с.
3. Литвинов Ф. І. Міжнародний маркетинг: специфіка дослідження зарубіжного ринку [Електронний ресурс]. URL: cfin/press/marketing/1998-5/08.shtml.

Федоренко Д. І.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Бендик А. Р.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Науковий керівник: **Вонберг Т.В.,**

к. е. н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

РОЗВИТОК ЛІЗИНГУ ПЕРСОНАЛУ В УКРАЇНІ

Практика лізингу персоналу вже давно вкоренилася у рекрутерів із закордону. А от в Україні ми маємо ще недостатній рівень розвитку цього допоміжного елементу. Зазначимо, що становлення лізингу персоналу на території України проходить дуже складно. Першою, і, мабуть, найголовнішою причиною цього є відсутність чинної законодавчої бази, яка б дозволила пояснювати правові нюанси послуги.

Нагадаємо, що під цим терміном зазвичай розуміють специфічну форму оренди робочої сили, яка передбачає надання лізингодавцем лізингоотримувачу робочої сили у так зване «тимчасове користування». Проте, оскільки однозначного визначення даного поняття українське законодавство не має – кожна компанія трактує його по-своєму, а, отже, створює свої нормативно-правові договори, які полягають по суті просто в «передачі» працівників.

Зазначимо, що серед провідних компаній було проведено дослідження про використання послуг лізингу персоналу. Результатом було те, що кожен третій респондент лише поверхнево знайомий із такою послугою. Близько 60% опитаних ніколи не використовували лізинг персоналу, але, що важливо, 50% опитаних переконані, що в майбутньому така послуга буде необхідною.

Тож для подальшого розвитку такої «новинки» необхідно розуміти як вона формується. На жаль, на сьогодні не маємо ґрунтовних досліджень стосовно цього питання. Проте, все більше науковців звертають увагу на означену тему.

Отже, сьогодні в Україні практично немає суто лізингових компаній, які пропонують у лізинг спеціалістів із своїх штатних співробітників. Часто зустрічаються випадки, коли та або інша організація дійсно передає своїх спеціалістів партнерським компаніям для виконання тимчасових робіт.

Однак їх не можна розглядати як справжні лізингові агентства, тому що відбувається звичайне командировання співробітника для тимчасового виконання тих самих послуг, які сама компанія пропонує на ринку. Наприклад, лізинг юрисконсульта з юридичної, бухгалтера з аудиторської, системного адміністратора – з ІТ-компанії тощо.

Серед переваг лізингу персоналу варто відмітити обмеження штатної чисельності персоналу; економія коштів, що пов'язані з оплатою праці, зі створенням та обслуговуванням робочого місця; постійна безупинна робота компанії, адже ми можемо залучити працівників у час масових літніх відпусток; гнучкість в управлінні трудовими ресурсами та багато інших переваг.

Отже, незважаючи на певні перешкоди у розвитку лізингових відносин у сфері управління персоналом, можемо стверджувати, що за цією послугою майбутнє.

Філатова А.В.,

аспірант

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ПРІОРИТЕТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОВІДНОСИН У СУЧАСНОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Вивчення сутності та новітніх концепцій маркетингу стає все більш актуальним. Сучасні вчені приділяють все більше часу вивченню питань організації маркетингових досліджень, оцінці конкурентного середовища, ринкової діяльності товаровиробників, впровадження новітніх технологій. Забезпечення інтересів товаровиробників напряму пов'язане з розвитком маркетингової науки, еволюцією маркетингових концепцій та їхнім успішним впровадженням.

Виділяють п'ять основних концепцій, які склалися на ринку де стикаються інтереси підприємств, споживачів, суспільства:

- концепція вдосконалення виробництва (кінець XIX ст.): збільшення обсягів виробництва за рахунок розширення бази виробництва, зменшення собівартості за рахунок посилення механізації та автоматизації або зниження виробничих витрат;

- концепція вдосконалення товару (1905-1933): покращення якості товару, його експлуатаційних характеристик;

- інтенсифікація комерційних зусиль, збутова концепція (1933-1950) період коли пропозиція починає перевищувати попит, необхідно докладати значних зусиль в збуту та стимулювання попиту;

- концепція маркетингу (1950-1970) направлена на пропозицію споживачу того, що йому потрібно, а не на реалізацію того, що є в наявності у продавця, основна відмінність – направленість на задоволення потреб покупців;

- концепція соціально-орієнтованого маркетингу (виникла в 1980-х роках) зв'явилася в зв'язку з обмеженням природних ресурсів, забрудненням навколишнього середовища, стрімким ростом кількості населення. Концепція потребує балансування трьох факторів в рамках складових комплексу маркетингу: інтересів суспільства, потреб покупця та прибутку підприємств. [1]

- концепція маркетингу взаємовідносин. Згідно концепції маркетингу взаємовідносин, запорукою досягнення цілей організації є визначення потреб цільових ринків і задоволення споживачів більш ефективними, ніж у конкурентів способами:

- обов'язкове задоволення запитів споживачів;
- інтеграція та координація всіх зусиль підприємства;
- націленість на довгострокову рентабельність[6]

Науковий термін «маркетинг взаємовідносин» був вперше введений Л. Беррі у 1983р., який використовував його стосовно маркетингу послуг [7]

Концептуальне значення маркетингу взаємовідносин надав у 1985 р. Б. Джексон, а на початку 90-х років виникла дискусія про маркетинг взаємин як нову парадигму в загальній теорії маркетингу, яка покликана доповнити парадигму маркетинг-міксу [8]. Саме тоді виникає ключове питання про вартість залучення нового клієнта в порівнянні з утриманням старого.

З практики маркетингу відомо, що утримання нового клієнта коштує компанії в шість разів дорожче, ніж організація повторних продажів існуючому покупцю. Якщо ж клієнт пішов не задоволений, повторний залучення уваги буде коштувати компанії в 25 разів дорожче [3].

Згідно Ф. Котлера, маркетинг взаємовідносин – практика побудови довгострокових взаємовідносин з ключовим гравцями, які взаємодіють на ринку: дистриб'юторами, постачальниками, виробниками, споживачами в цілях встановлення довгострокових лояльних відносин. Кінцева мета до якої прагне маркетинг відносин – формування унікального активу підприємства, маркетингової взаємодії. Маркетингова система взаємодії включає компанію та всі зацікавлені в її роботі групи [4].

Згідно праць Ебрат та Рассел (Abratt and Russel) маркетинг взаємовідносин керується наступними принципами: робить акцент на довгостроковій взаємодії всупереч окремим транзакціям, як наслідок на утриманні клієнтів, а не залученню нових; має економічне обґрунтування утримання споживачів, що фокусується на прибуткових споживачів; маркетинг взаємовідносин робить більший акцент на якості, ніж в традиційній концепції маркетингу; традиційний комплекс маркетингу «4Р» недостатній для побудови довгострокових відносин з споживачем, тому маркетинг взаємовідносин оперує розширеним комплексом маркетингу; важливою складовою маркетингу взаємовідносин є внутрішній маркетинг [5].

Концепція маркетингу взаємовідносин потребує обов'язкового встановлення та постійного підтримання зворотнього зв'язку з цільовим сегментом користувачів. Широкі можливості для цього відкривають сучасні комунікаційні технології. Функціонування зворотнього зв'язку передбачає створення та управління необхідними базами даних, в котрих фіксується та постійно оновлюється інформація про цільових користувачів, їх характеристики, особливості, потреби та попит, лояльність [2]

В цілому розвиток маркетингу взаємовідносин стає все більш важливою складовою інноваційного розвитку організацій, які фокусуються на стратегії розвитку довгострокового партнерства зі споживачем.

Література:

1. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. Учебник 2-е изд., испр. И доп. М.: ИНФА-М, 2003. 400 с.
2. Вагапова Н.А., Азизова Г.Р. Маркетинг взаимоотношений – новая концепция маркетинга. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-vzaimootnosheniy-novaya-kontseptsiya-marketinga>
3. Классика маркетинга/ Составители: Б.М.Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. СПб.: Питер, 2001. 752 с.
4. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності/ Ф. Котлер, Дж. Каспіоне; пер. с англ. під ред. Т.В. Співаковської та С.В. Співаковського. – К. : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. 208 с.
5. Лопатинская И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 3. С. 20-32.
6. Сейфуллаева М.Э. Эволюция маркетинговых концепций от маркетинга 1.0 к маркетингу 3.0. *Вопросы структуризации экономики*. 2012. №2. С.9-12
7. Berry L.L. Relationship Marketing//Emerging Perspectives on Service Marketing/ Eds. L.L.Berry, G.L. Shostack, G.D. Urah. Chicago., 1983. P 25-38.
8. Hofmeyr J., Rice. B. Commitment-Led Marketing. John Wiley and Sons, 2000. P. 85, 22

Фролова Н.Є.,

доцент

Ананійчук О.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Херсонський національний технічний університет

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Існує безліч напрямів підвищення ефективності діяльності персоналу, і можна робити спроби вдосконалення відразу у всіх можливих і відомих напрямках, але це вимагає великих ресурсів, витрат і не дає гарантій успіху. Тому потрібно шукати шляхи, завдяки яким можна досягти найкращих результатів в найкоротші терміни підвищення ефективності діяльності підприємства, тобто виявити оптимальні напрями підвищення ефективності діяльності персоналу для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Зростання конкурентоспроможності персоналу – один з основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства. Поняття «конкурентоспроможність персоналу» почав з'являтися у економічній літературі наприкінці ХХ століття. А до цього часу це поняття поширювалося переважно на товари, продукцію, послуги підприємства.

Смірнов О.О. розглядає конкурентоспроможність персоналу як сукупність природних, освітньо-професійних, ділових та моральних якостей працівників, що найбільше користуються попитом у певний період ринкової кон'юнктури, що дозволяють якісно виконувати поставлені трудові завдання і в умовах конкуренції досягати кращої реалізації інтересів роботодавця та потреб персоналу [4]. Цимбалюк С.О. зазначає, що конкурентоспроможність персоналу – це здатність управлінців своєчасно виявляти загрозу для діяльності підприємства, вирішувати проблеми, генерувати ідеї, винаходити швидше від конкурентів та впроваджувати нововведення, забезпечувати досягнення поставлених цілей та виконання підприємством його місії [5].

Отже, конкурентоспроможність персоналу - це ділова та професійна компетентність, ініціативність, винахідливість, почуття відповідальності, які є істотною відмінністю від інших працівників і дозволяють витримувати конкуренцію на ринку праці. Під оцінкою конкурентоспроможності персоналу розуміється цілеспрямований процес установлення відповідності працівників якісним характеристикам щодо вимог робочого місця, колег, конкурентів на внутрішньому, національному або глобальному ринках праці. Питання оцінювання конкурентоспроможності персоналу підприємства не є остаточно

вирішеними: методи, які запропоновані сучасними науковцями не можна вважати комплексними через обмежену кількість врахованих у них чинників і неоднозначність отримуваної оцінки. Існують різні методи кількісної оцінки конкурентоспроможності персоналу. С. Цимбалюк пропонує визначати рівень конкурентоспроможності персоналу за допомогою бального методу оцінки. Сутність даного методу полягає у визначенні переліку параметрів та встановленні їх вагомості [5]. Для розрахунку критерію конкурентоспроможності персоналу В. Коломієць пропонує використовувати економіко-статистичні, експертні методи, методи матричного аналізу та моделювання [3]. Н. Глевацька пропонує використовувати інтегральну оцінку конкурентоспроможності робочої сили [1]. Використання кореляційно-регресійного аналізу, методу експертних оцінок, економіко-математичного та логічного моделювання пропонує Е. Грошелева [2]. Р. Фатхутдінов вважає, що оцінка конкурентоспроможності персоналу повинна враховувати як зовнішні, так і внутрішні конкурентні переваги, та розраховується за формулою [6]:

$$K_n = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^7 \frac{(\alpha_i \cdot \beta_{ij})}{5 \cdot n}, \quad (1)$$

де K_n - рівень конкурентоспроможності конкретної категорії персоналу;

n - кількість експертів;

7 - кількість якостей персоналу, що підлягають розгляду;

α_i - вагомість якості персоналу;

β_{ij} - оцінка експертом якості персоналу у п'ятибальній системі: 1 – якість відсутня, 2 – проявляється досить рідко, 3 – проявляється не сильно і не слабо, 4 – проявляється часто, 5 – проявляється систематично.

Дана методика дозволяє визначити потенціальні та фактичні властивості працівників та їх спроможність до професійного розвитку. Кількісні характеристики персоналу доцільно аналізувати з використанням таких показників: продуктивність праці, рівень плинності кадрів, загальна сума фонду заробітної плати, середня заробітна плата, прибуток на одного працівника,

дохід на одного працівника. Головним недоліком використання даної моделі є складність оцінювання інтенсивності впливу кожного з чинників. Виходячи з аналітичного порівняння підходів до оцінювання конкуренто-спроможності персоналу, можна зробити висновок про необхідність розробки універсального методу її визначення який би включав більшість основних кількісних та якісних параметрів та комплексно оцінював рівень конкурентоспроможності кожного працівника та персоналу підприємства в цілому.

Література:

1. Глевацька Н. М. Стратегія забезпечення зростання конкурентоспроможності робочої сили на підприємстві. *Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики*. Київ : КНЕУ, 2005. С. 25–30.
2. Грошелева О.Г. Конкурентоспроможність управлінського персоналу вугільних шахт: автореф. дис. канд. екон. наук:08.00.04/ О. Г. Грошелева ; Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ, 2008. 20 с.
3. Коломієць В.М. Місце конкурентоспроможності персоналу в системі трудових відносин підприємства. *Економіка та підприємництво. Держава та регіони*. 2006. №4. С. 169-172
4. Смірнов О.О. Діагностика конкурентоспроможності персоналу в системі управління інноваційною діяльністю підприємства. *Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики*: збірник наук. пр. Видавництво нац. Ун-ту «Львівська політехніка», 2007. С.566-572.
5. Цимбалюк С. О. Аналіз та розрахунок групового показника конкурентоспроможності управлінського персоналу за біографічними характеристиками. *Вісник Технол. ун-ту Поділля*. Хмельницький, 2000. № 3, ч. 1. С. 154–158.
6. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник.- 2-е изд... М.: Изд-во Эксмо,2005. 544с.

Фролова Н.Є.,

доцент

Делієва Є.С.,

здобувач вищої освіти

ДВНЗ «Херсонський національний технічний університет»

АНАЛІЗ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ТА ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Кадрове забезпечення підприємств готельного господарства є важливим формуючим фактором, що здатен як позитивно, так і негативно впливати на розвиток підприємства, адже від якості та кількості персоналу залежить не тільки імідж, а й основні економічні показники успішності функціонування готелю. Обсяги кадрового забезпечення готелів та господарств аналогічного типу в Україні змінювались разом з їх потребами та основними труднощами, викликаними складнощами економічної та політичної ситуації в країні, яка в першу чергу мала значний негативний вплив на кількість підприємств даної сфери господарювання.

Таблиця 1

Середньооблікова чисельність штатних працівників в КЗР, готелях та аналогічних засобах розміщення за 2011, 2015, 2016, 2017 роки в Україні та Херсонській області [1, 2]

Показники	Роки				Темп приросту, %		
	2011	2015	2016	2017	2017/ 2011	2017/ 2015	2017/ 2016
1	2	3	4	5	6	7	8
Україна							
КЗР, у тому числі:	89565	70474	70809	68338	-23,70	-3,03	-3,49
готелі та аналогічні засоби розміщення, з них:	28109	25404	28178	25760	-8,36	1,40	-8,58
готелі	23559	22242	25190	22836	-3,07	2,67	-9,34

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8
Херсонська область							
КЗР, у тому числі:	2092	2481	2343	2085	-0,33	-15,96	-11,01
готелі та аналогічні засоби розміщення, з них:	269	288	105	231	-14,13	-19,79	120,95
готелі	128	180	75	165	28,91	-8,33	120,00

Згідно з табл.1 середньооблікова кількість штатних працівників КЗР в Україні у 2017 році в порівнянні з 2011р. скоротилась на 23,7%, в порівнянні з 2016 роком на 3,49%. В Херсонській області кількість штатних працівників у КЗР у 2017 році в порівнянні 2011 роком є нижчою на 3,99%, з 2015 роком на 15,96%, а з 2016 роком на 11,01%. Кількість штатних працівників в готелях та аналогічних засобах розміщення в Україні у 2017 році в порівнянні з 2011 скоротилась на 8,36%, у готелях - на 3,07%. Варто зазначити, що кількість працівників у 2017 році лише на 1,4% більшою за показник 2015 р., коли більшість готелів та підприємств аналогічного типу розміщення закривались в наслідок кризи, військових дій на сході країни та анексії Кримського півострову. Кількість працівників в готелях у порівнянні з 2015 роком збільшилась на 2,67%. Тенденція скорочення кількості працівників за останні роки свідчить про те, що рівень кадрового забезпечення готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні є недостатнім, а отже якість сервісу також може бути невисокою.

Середньооблікова кількість штатних працівників готелів та аналогічних засобів розміщення в Херсонській області у 2017 році в порівнянні з 2011 р. скоротилась на 14,13%, при цьому кількість працівників готелів збільшилась на 28,91%. Показники кількості штатних працівників у 2017 році в порівнянні з 2016 роком в готелях та аналогічних засобах розміщення в цілому збільшились на 120,95%, а в готелях зокрема на 120,00%.

Динаміка кількості працюючих в готелях та аналогічних засобах розміщення в Херсонській області за 2011-2017 р. (рис. 1) демонструє, що у 2011 році більша кількість людей були зайняті на підприємствах аналогічних готелям (52,4%), що пов'язано з популярністю в області альтернативних та

більш дешевих видів відпочинку (хостели, кемпінги, туристичні бази, рибацькі стани та інш.), а у подальші роки зростає питома вага зайнятого персоналу у готелях: їх частка коливалась від 58,7% (2012 р.) до 82,0% (2013 р.). У 2016 р. та 2017 р. питома вага персоналу готелів була незмінною та складала 71,4% від загальної чисельності штатних працівників готелів та аналогічних засобів розміщення.

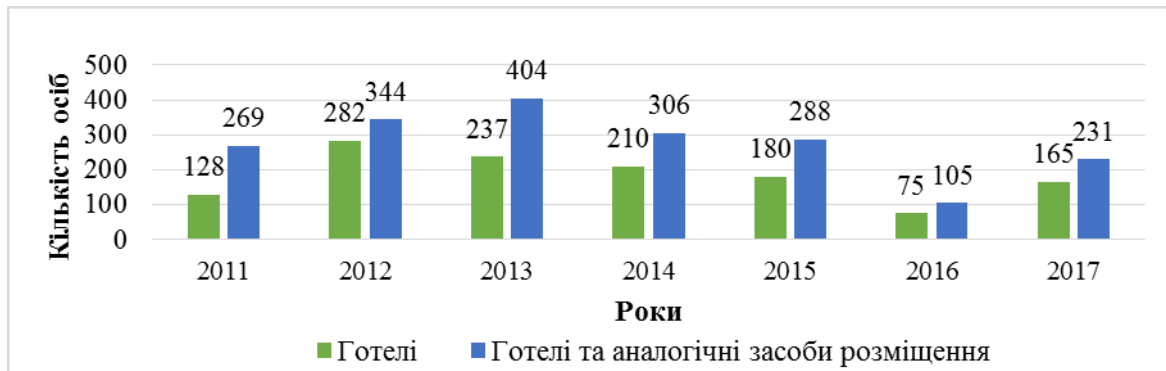


Рис.1 Динаміка кількості працюючих в готелях та аналогічних засобах розміщення в Херсонській області 2011- 2017 р. [1, 2]

Отже, проаналізувавши кадрове забезпечення підприємств готельного господарства України та Херсонської області можна зробити висновок, що в останні роки спостерігається тенденція скорочення середньооблікової кількості штатних працівників на підприємствах даного типу, що перш за все пов'язано зі складною економічно-політичною ситуацією в країні. Зважаючи на актуальний рівень кадрового забезпечення готелів та аналогічних засобів розміщення як в Херсонській області, так і в Україні в цілому, можна стверджувати про те, що він є недостатнім для надання якісних послуг в даній сфері діяльності.

Література:

1. Статистичний збірник «Колективні засоби розміщування в Україні» 2017р. (з уточненими даними за 2011, 2015, 2016 роки). [Електронний ресурс].URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf

2. Статистичний бюлетень «Колективні засоби розміщування в Україні»
2011р. [Електронний ресурс]. URL:
http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2012/zb/05/zb_kzr_2011.pdf.

Чмуда П.Ю.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: **Баб'як Г.П.,**

к.г.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

БРЕНДИНГ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному суспільстві брендові товари і послуги мають особливе значення для споживачів. Хоча якість брендової продукції може не перевищувати якість аналогічних небрендових товарів, а ціна може бути суттєво відрізнитись або бути незрівнянно вищою, споживачі в переважній більшості відають перевагу їм. У культурі споживання бренди пропонують значно більше, ніж конкретний продукт або послуга. Вони наділяють пропозицію змістом, знайомою життєвою ситуацією, готовими зразками для наслідування. Суть бренду полягає в ідеї, яка надає йому неповторну унікальну культурну цінність. Саме ця цінність визначає цільову аудиторію. «Цінності все більше визначають бренди. Великі бренди символізують щось таке, у що люди вірять і що має значення. Між цінностями і брендами існує складний зв'язок. Створити зачіпаючий за живе бренд з сильними, переконливими і довговічними цінностями зовсім не легко».

Здійснення брендингу відбувається за допомогою використання певних прийомів і методів, що дозволяють довести бренд до покупця і допомогти йому сприйняти функціональні і емоційні елементи товару. Це означає, що брендинг здійснює допомогу покупцеві в прискоренні вибору товару і ухваленні рішення про його придбання [3].

Можливо виділення трьох існуючих фундаментальних рис, які мають в сприйнятті споживача характерні ознаки і дозволяють відрізнити справжній бренд. Вони полягають в: сумі засвоєних вражень; особливому, своєрідному положенні їх у свідомості; сприймаються функціональних і емоційних вигоди.

Брендинг – це те, що спонукає покупців купувати саме ваш товар. І без цього навряд чи вдасться домогтися якихось успіхів і досягти високого прибутку.

Бренд – це свого роду обіцянка, основоположна ідея, репутація і очікування, які складаються в умах людей, щодо продукту або компанії в цілому.

Говорячи про практику брендингу в нашій країні, можна сказати, що вона сильно відстає від зарубіжної. На нашому ринку майже немає сильних національних брендів, а це значить, що і вихід на світову арену перекритий. Багато українських компаній і зовсім не мають уявлення про те, навіщо потрібен брендинг. Найчастіше цей термін можна порівняти з вивіскою магазину або логотипом на пакетах. Але це зовсім не так. Бренд охоплює всі сфери продукту, починаючи з його якості і закінчуючи шляхами просування, PR, рекламою і збутовими стратегіями.

Брендинг як соціокультурна технологія являє собою діяльність по створенню довгострокової переваги до товару, яка заснована на спільній посиленій дії на споживача ряду факторів (товарний знак, упаковка, рекламні звернення та інші елементи реклами), яких об'єднує певна ідея і однотипне оформлення, якими здійснюється виділення товару серед конкурентів і створення його образу.

Це високоефективна технологія по завоювання та утримання споживача. Здійснення брендингу відбувається за допомогою того, що використовуються певні прийоми, методи і способи, що дозволяють відкрити розроблений бренд покупцеві і сформувати в споживчій свідомості імідж марки товару, а також сприяти і допомагати сприйняти споживачеві функціональні і емоційні елементи товару [1].

Таким чином, при створенні бренду необхідно вибрати найважливішу і цінну ідею, за допомогою якої буде відбуватися зв'язок між споживачем і товаром або послугою. Головною характеристикою має бути щось унікальне – це властивість брендової продукції або послуги, за які споживачі вибирають саме цей бренд.

При розробці і реалізації стратегії брендингу пропонується використовувати поетапну модель:

Етап I. Діагностика ситуації;

Етап II. Формулювання концепції бренду;

Етап III. Створення стратегічного плану брендингу;

Етап IV. Реалізація стратегічного плану брендингу;

Етап V. Оцінка ефективності сформованого бренду.

Головним фактором успіху бренду в є продумана маркетингова стратегія і піар-кампанія. Ефективність брендингу слід оцінювати на основі аналізу таких показників, як «поінформованість про бренд», «якість бренду», «Лояльність бренду» і «асоціації, пов'язані з брендом». Узагальнюючи сказане можна зробити висновок, що цікава і самобутня продукція не є однозначним запорукою успіху бренду [2].

В сучасних умовах посилення внутрішньої конкуренції і конкуренції з боку іноземних підприємств на українському ринку, змушує підприємства шукати нові механізми і важелі впливу на споживача з метою завоювання їхньої лояльності і довіри. Одним, і, мабуть, найбільш прогресивним з таких методів є брендинг.

Література:

1. Буланов, А.В. Бренд 2.0. Від філософії до практики . М .: Красная звезда. 2014. 731 с.
2. Деарлав, Дез Бізнес-шлях: Річард Бренсон. 10 секретів кращого в світі творця бренду. М .: Крилов. 2013. 192 с.

3. Малинка О. Я. Управління брендом в системі маркетингу: підручник. Івано-Франківськ: Фоліант. 2014. 308 с.

Шапоренко О.О.,

аспірант

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Один з перших історично зафіксованих випадків використання елементів гейміфікації - використання ігрових технік у неігровому полі, - відбувся у 1896 році. Серію марок S&H Green Stamp, було виготовлено компанією Sperry & Hutchinson, щоб дарувати покупцям автозаправок та роздрібних магазинів, з метою винагородження лояльних клієнтів. До зібраних марок додавався спеціально призначений альбом, у який вклеювались марки, а у подальшому вони підлягали обміну на цінні подарунки.

Доволі довгий шлях, від однієї з перших у історії програм лояльності до сучасних засобів комунікації та залучення клієнтської аудиторії було пройдено протягом 124 років, за які гейміфікація трансформувалась у сучасний елемент комплексного просування бізнесу в інтернеті. Сьогодні вже іде мова про платформи, з повним переліком задач, та доданою реальністю, які налаштовані на гейміфікацію проектів, і з їх допомогою виникає можливість запуску маркетингових кампаній у мінімальні проміжки часу, з невеликими грошовими витратами. Компанія Hezzi [1] є одним з розробників подібних сервісів

Саме ігрові технології у маркетингу з легкістю дозволяють вивчити асоціативні потреби цільової аудиторії, підвищити залученість, зберегти довіру старих та започаткувати лояльність нових споживачів, до бренду, створити асоціативні ряди, глибоко занурити їх у таку специфічну галузь, як органічне

харчування [2], та сформувані певну потребу у продукті, що дозволить, у свою чергу, збільшити кількість позитивних емоцій та продажів.

Протягом останніх років спостерігається впевнений ріст ринку органічного харчування у світі в цілому, та в Україні зокрема, про це свідчать результати традиційного щорічного довідника досліджень органічних світових ринків «The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2020» (Світ органічного сільського господарства. Статистика та нові тенденції 2020) [3], який готують та презентують IFOAM Organics international (Міжнародна федерація органічних сільськогосподарських рухів) [4] та FIBL (Дослідницький інститут органічного сільського господарства) [5]. Сьогодні споживач органічних харчових продуктів, це людина, що турбується про якість власного життя та родини, та живе у сучасному цифровому світі, завдяки чому природно реагує на гейміфікацію, як на альтернативний канал отримання інформації та можливість долучитися до різноманітних програм лояльності ринку органічних продуктів харчування

За результатами досліджень міжнародних консалтингових компаній Frost & Sullivan [6], та M2 Research [7] основними напрямками діяльності яких є аналіз ринку, дослідження та консультування з питань стратегії зростання, найближчим часом очікується збільшення, сумарного обсягу світового ринку гейміфікації. Так у порівнянні з 242 млн \$ у 2012 році, спостерігався приріст до 2,8 млрд \$ у 2016 році, у 2025 році очікується 14,5 млрд \$. [розраховано автором на основі [6; 7]

Отже, безумовним, незаперечним фактом, є можливість отримання значного додаткового прибутку, в разі запровадження гейміфікації як альтернативного способу підвищення лояльності клієнтів до органічної продукції.

Література:

1. Hezzi [Електронний ресурс]. – Режим доступу [<https://hezzl.com/index-ru.html>]

2. Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/>
3. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1294/?ref=1>
4. IFOAM Organics international (Міжнародна федерація органічних сільськогосподарських рухів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ifoam.bio/>
5. FIBL (Дослідницький інститут органічного сільського господарства) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.fibl.org/en.html>
6. Frost & Sullivan [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://ww2.frost.com/>
7. M2 Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.m2research.com/>.

5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Ковальов Д.В.,

к.с-г н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ОСОБЛИВОСТІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ

Причорноморський економічний регіон має чітко виражену аграрну спрямованість використання земельного потенціалу – 78,1% його земель мають сільськогосподарське призначення. Це на 7,3 в. п. більше, ніж у середньому по країні. У самому Причорноморському районі найбільш аграрним регіоном є Миколаївська область – 81,6% її земель використовується для сільськогосподарського виробництва. Це вказує на те, що домінуючим видом підприємницької діяльності на сільських територіях Миколаївщини є сільськогосподарський бізнес. Теж саме можна казати і про цільову спрямованість використання земельних ресурсів Одеської області.

Що стосується Херсонської області, то частка земель сільськогосподарського призначення регіону становить лише 69,2%. Однак, це не означає, що регіон відрізняється від своїх сусідів по Причорноморському району цільовою спрямованістю використання земельних ресурсів – він такий само аграрний. Відносно низька частка земель сільськогосподарського призначення Херсонської області пояснюється тим, що га її території розташований другий за розмірами піщаний масив у Європі. Піски займають площу 161,5 тис. га, а з міжарендними землями – 210 тис. га.

Спустелювання розвивається тут у результаті деградації рослинного покриву (пасовищна дигресія), вітрової і водяної ерозії, засолення і заболочування ґрунтів, де гуміфікації, техногенної деградації. Усе це привело

до скорочення біологічної продуктивності екосистем, що у свою чергу викликало зменшення кормо запасів пасовищ і їх ґрунтозахисної ролі, стабільне зниження врожайності сільськогосподарських культур, підвищення ризикованості сільськогосподарського виробництва. Найважливішими причинами розвитку спустелювання, зв'язаними з господарською діяльністю послужили: надмірна оранка земель, пере випас худоби, порушення історично сформованих пасовищних оборотів і сезонності використання кормових угідь. Природні умови в цій зоні найбільш несприятливі в Херсонській області: мала кількість опадів, висока випаровуваність, низький вміст гумусу в ґрунті, велика частка солонців у ґрунтовому комплексі, низька лісистість території.

Специфічною рисою землекористування на Півдні України є застосування зрошування. В кадастрі сільськогосподарських земель Херсонської області частка зрошуваних земель досягає майже 23%. Донедавна вважалося, що зрошення є необхідною умовою інтенсифікації землеробства в регіоні. Проте матеріали спостережень засвідчують тенденцію загального зниження врожайності культур на зрошуваних землях, а в останнє десятиріччя врожайність на зрошенні лише на кілька центнерів перевищує відповідні показники на богарі у сприятливій за кліматичними умовами роки [1, с. 115-122].

Причини спустелювання полягають не лише у використанні поливних вод із підвищеним вмістом солей.

Необдумана господарська діяльність з вирубування лісів та лісосмуг, знищення і забудова природних заповідних територій, розорювання берегів рік, бездоглядність та замулення малих річок посилюють цей небезпечний процес. Тому, частка лісів та ліс окритих зон у Херсонській області та у цілому у Причорноморському регіоні критично низька – більш, ніж у тричі нижча за середнє значення по країні. На сьогоднішній день, практично не знижується в регіоні гострота проблеми забруднення земель засобами хімізації сільськогосподарства. Щорічно виявляється значне число забруднень ґрунтів, зв'язаних із застосуванням із застосуванням цих засобів з порушенням екологічних вимог (табл.1).

Таблиця 1

Утворення та утилізація відходів IV класу небезпеки в Україні і
Причорноморському регіоні

Регіони	Показник	Рік				
		2014	2015	2016	2017	2018
Україна	утворено відходів, млн. т	354,3	311,7	295,2	365,4	351,7
	утилізовано відходів, % до утворених	30,8	29,6	28,5	27,3	29,4
Причорноморський регіон	утворено відходів, млн. т	3,41	3,21	3,29	3,42	3,46
	утилізовано відходів, % до утворених	2,8	2,6	2,2	2,9	2,0
в тому числі область: Миколаївська	утворено відходів, млн. т	2,22	2,24	2,30	2,31	2,39
	утилізовано відходів, % до утворених	1,9	1,7	2,3	2,6	2,1
Одеська	утворено відходів, млн. т	0,80	0,59	0,64	0,74	0,73
	утилізовано відходів, % до утворених	1,4	1,7	1,3	1,4	1,4
Херсонська	утворено відходів, млн. т	0,38	0,37	0,35	0,37	0,34
	утилізовано відходів, % до утворених	11,3	9,8	3,7	8,1	2,9

Джерело: розраховано за даними[2].

В усіх областях Причорноморському району склалася критична ситуація із утилізацією особливо небезпечних відходів (IV класу). Найгірша ситуація у Миколаївській області, там у 2018 році було утворено 2,39 млн. т. відходів, а утилізовано тільки 2,1%. У найкращому становищу по цим показникам, є Херсонська область (0,34 млн. т. і 2,9%). Їх нагромадження зумовлює утворення, накопичення та збільшення токсинів у ґрунті, поверхневих водах та повітрі. Що завдає непоправної шкоди довкіллю і суттєво ускладнює забезпечення екологічної складової стійкого розвитку сільських територій регіону.

Отже, для досягнення високих соціально-економічних показників значною мірою залежить від якості управління яке передбачає збалансування економічної, соціальної та екологічної складових розвитку сільських територій через розвиток підприємництва в агропромисловому виробництві та забезпечення багатофункціональності сільської економіки; зближення рівнів розвитку сільських територій через покращення якості життя та створення сприятливих умов для збереження людського капіталу. Усе це необхідно щоб підготувати сільські території до вступу України в ЄС.

Література:

1. Мальчикова Д.С. Земельно-ресурсний потенціал Херсонської області і проблем його раціонального використання / Д.С. Мальчикова // Зб. наук. праць. – К.: Рада по вивченню продуктивних сил НАН України, 2003. – С.115-122.
2. Статистичний збірник «Регіони України 2018» Частина I. К.: Державна служба статистики України, 2019. 323с.

Muzhailo S.V.,

applicant for higher education at the bachelor's level

National University “Odessa Law Academy”

Supervisor: **Muzhailo V.D.,**

PhD in economics, Associate Professor

“GREEN” TARIFF IN ENERGY: UKRAINIAN REALITIES

In today's conditions, the development of the alternative energy sector in Ukraine is an extremely important problem, primarily due to its dependence on energy imports. The issue of regulation and ordering of legal relations in the field of energy is also relevant. The fact is that the amount of investment required today depends significantly on the transparency of business, economic, political and environmental legal framework.

It should be noted that for Ukraine, which is reforming the electricity market and proclaiming the course of energy independence, building its own effective model for the development of solar energy is both a great challenge and a great opportunity. “Green” tariff – a special tariff at which electricity is purchased, produced at power facilities, in particular on the commissioned stages of construction of power plants (start-up complexes) from alternative energy sources (and with the use of hydro - only micro-, mini- and small hydropower plants) [1].

Mainly, the feed-in tariff is based on three main factors: the guarantee of connection to the network; long-term contract for the purchase of all produced renewable electricity; surcharge to the cost of produced electricity. As a rule, the size of the “green” tariff significantly exceeds the market value of electricity from “traditional” energy sources. This is explained by the purposeful policy of the state in the field of energy by increasing the share of alternative energy in the overall energy balance of the country.

Note that over the past few months, restrictions on “green” generation are applied more often, because in addition to the existing problems in the power system added a significant surplus of electricity caused by reduced electricity consumption due to the COVID-19 pandemic.

In this context, in accordance with the Law of Ukraine “On the Electricity Market”: “the cost of electricity not released by the manufacturer of electricity, which

sells electricity at a “green” tariff in accordance with this Law, or by a manufacturer, which has acquired the right to support as a result of the auction, as a result of execution of the command of the transmission system operator to reduce the load, is reimbursed to such a manufacturer at the “green” tariff or at the auction price, except in cases of providing such commands in case of systemic restrictions, which is a consequence of force majeure” [2]. But, de facto, no reimbursement took place, so in early April, eighteen producers of electricity from renewable energy did not limit generation. Thus, it can be noted that currently the main issue in the field of energy is the definition of the responsible entity, as well as the source of funds for compensation.

It is important to note that the Law of Ukraine “On Amendments to Certain Laws of Ukraine on Ensuring Competitive Conditions of Electricity Production from Alternative Energy Sources” introduced “green” auctions. At these auctions, support quotas are allocated - the corresponding amount of RES - capacity that can be built in Ukraine. Thus, on April 1 this year, the first “green” auction was to take place, in which investors would compete for the feed-in tariff. But due to quarantine measures, energy crises, negotiations to reduce “green” tariff – the “launch” of the auctions themselves has been suspended indefinitely.

The state program on energy saving and energy efficiency determines that by 2030 the share of “green” energy in the overall fuel and energy balance of the country will be at least 30%. According to the project, the “green” tariff for solar energy is proposed to be reduced by 25% starting from January 1, 2020 and additionally reduced annually by 2.5% for three years.

According to the new energy strategy, which includes the period up to 2035, the use of non-traditional energy sources is expected to increase to 40.4 million tons of oil equivalent. And in 2035, the total capacity of power plants for the production of electricity from alternative energy sources should increase to 2.1 gigawatts [3].

The introduction of a feed-in tariff for electricity produced from biogas and biomass will have a positive impact on the activities of those producers to whom the “green” tariff has so far been unavailable, in particular due to inaccuracies in the

wording of current legislation. According to the adopted changes, today biogas is equated to biomass, and the electricity produced from it is also subject to the application of the “green” tariff. In this regard, we can expect an increase in the interest of potential investors in the implementation of biogas projects and the construction of appropriate plants in different regions of Ukraine.

Thus, summarizing all the above, we can say that the development of the “green” tariff in Ukraine in 2020 will be affected by the international consequences of the COVID-19 pandemic and socio-economic, regulatory and legislative problems of transformation of national and regional levels. Of course, the uncertainty of the “rules of the game” and the intention to revise the “green” tariff do not attract potential investors and, as a result, will negatively affect both the country's investment climate and the growth rate of the energy sector.

References

1. Law of Ukraine “On Alternative Energy Sources”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555-15>
2. Law of Ukraine “On the Electricity Market”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19>
3. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine On approval of the Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2035 “Security, energy efficiency, competitiveness”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>

Соколова Л.В.,

ст. викладач

ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права»

ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Наявність в Україні значних природних рекреаційних ресурсів та культурно-історичної спадщини сприяє визначенню туризму як одного із

пріоритетних напрямків розвитку національної економіки, що зазначено в Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Водночас вплив туризму на оточуюче середовище може біти як позитивним (охорона та реставрація природних, історичних, культурних пам'яток; створення заповідників, національних парків; захист рослинного і тваринного різноманіття) так і негативним (забруднення територій, води, повітря шкідливими викидами та відходами, зникнення флори і фауни, прискорення ерозії ґрунтів, та інші фактори деградації екосистем).

Гірські схили та морські узбережжя, ліси та річки, природні термальні води та лікувальні грязі, пам'ятки історії та архітектури приваблюють туристів та створюють передумови для будівництва потужних туристичних комплексів, готельно-ресторанних, розважальних та інших закладів туристичної інфраструктури. Значний приплив туристів та збільшення чисельності об'єктів туристичної індустрії з одного боку – створює можливості для додаткової зайнятості населення, покращення рівня життя та прискореного економічного розвитку територій; а з іншого – призводить до збільшення антропогенного впливу, понаднормового використання природних ресурсів, забруднення довкілля, зменшення привабливості природного об'єкта.

Туристична діяльність та розбудова її інфраструктури створюють для природного середовища загрози, схожі до тих, які відбуваються внаслідок розвитку промисловості, урбанізації чи транспорту. За оцінками міжнародних експертів, частка туризму у деградації навколишнього середовища становить нині 5–7% [1, с. 443].

Діяльність потужних туристичних комплексів часто пов'язана із надмірним споживанням природних ресурсів (землі, повітря, води, енергії), зміною первинних ландшафтів і зниженням їх естетичної цінності, вирубуванням лісів та деградацією ґрунтів через будівництво і експлуатацію інфраструктурних об'єктів (будівель, доріг, ставків), негативним впливом на рослинний і тваринний світ через винищування представників флори та фауни (полювання, рибальство, витоптування, збирання ягід та грибів, пожежі через

необережність) та втручання в природні процеси їх життєдіяльності (шум, відлякування, спостереження, фотографування), забрудненням атмосферного повітря через активне використання транспорту для перевезення туристів, забрудненням вод через відсутність сучасних систем очищення стоків, створенням великої кількості побутових відходів.

Найбільше антропогенне навантаження характерне для курортних, лікувально-оздоровчих та рекреаційних територій де здійснюється активне використання природних ресурсів. Це може призвести до погіршення екологічної ситуації, зменшення рівня туристичної привабливості території і зниження попиту на туристичні продукти. Необхідність збереження природних ресурсів, як складової туристичного продукту, із одночасним задоволенням соціально-економічних потреб суспільства потребує еколого-збалансованого розвитку або екологізації туризму.

Екологізація туризму, як зазначає Ніколаєв К.Д, являє собою науково-обґрунтовану, екологічно-орієнтовану управлінську діяльність, яка направлена на поліпшення екологічного стану природних комплексів та об'єктів територій туристичної зацікавленості; збереження та відновлення порушених або змінених (деградованих) екосистем за рахунок зміни режиму (способу) їх використання; розрахунок та встановлення допустимої кількості туристів за певний туристичний сезон; модернізацію обладнання та очисних споруд, що застосовуються в туристичній інфраструктурі; підвищення культури виробництва туристичних послуг; екологічну освіту [2, с. 6].

Екологізація туризму не повинна обмежуватися лише розвитком найбільш «природодружніх» видів туризму як екологічний та сільський зелений туризм. Вона має забезпечуватися комплексом дієвих заходів для всіх видів туризму, спрямованих на науково обґрунтоване, регіонально адаптоване нормування рекреаційного навантаження та обов'язкове дотримання встановлених нормативів, зонування рекреаційно-туристичних територій, застосування екологічно безпечних технологій в інфраструктурному обслуговуванні туристів (енергозбереження, водозбереження, утилізація

відходів, застосування екологічно безпечних миючих засобів та пакувальних матеріалів тощо), проведення різноманітних пропагандистських та виховних заходів, спрямованих на підвищення рівня екологічної свідомості туристів [3, с. 38].

Екологізація туризму передбачає перехід до раціонального природокористування, яке включає не тільки встановлення лімітів на використання природних ресурсів, а й широке застосування маловідходних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, зміну поведінки як туристів так і представників туристичної індустрії через підвищення рівня їх екологічної освіти та формування екорекреаційної культури.

Література:

1. Зінько Ю., Мальська М., Іванник М., Благодир С. Туризм у Карпатському регіоні: загрози для довкілля та способи сталого розвитку // *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2014. Вип. 45. С. 443-451.
2. Ніколаєв К.Д. Екологізація та розвиток сільського зеленого туризму в Україні: монографія. Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. 153 с.
3. Карпенко Н.М., Тараненко О.О. Екологізація туризму як фактор його сталого розвитку // *Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди: тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.)* / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. С. 37-38.

**6. ФІНАНСИ ТА ОПОДАТКУВАННЯ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК,
АНАЛІЗ ТА АУДИТ, СТРАХУВАННЯ ТА БІРЖОВА СПРАВА,
ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІЗНЕС- КУЛЬТУРА,
ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ: НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ**

Августова О.О.,

к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

**ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ SARS-COVID-19 НА
ФОРМУВАННЯ ПРОМІЖНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСБО**

Під час пандемії коронавірусу SARS-COVID-19 (далі- COVID-19) багато компаній зіткнулися з безпрецедентною невизначеністю щодо їх найближчих перспектив в умовах, що може спричинити загрозу або порушити їх звичні процеси управління. Дана невизначеність, ймовірно, зменшиться з часом, оскільки з'явиться більше інформації про COVID-19.

Але на сьогодні перед більшістю підприємств, які формують проміжну звітність у відповідності до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку виникають питання «Як сформувати звітність? Яку інформацію відобразити?».

Відповідно до МСБО 1, складання фінансової звітності підприємства має відбуватися на основі періодичної діяльності, якщо керівництво не має наміру ліквідувати підприємство або припинити торгівлю або не має реальної альтернативи, крім цього [5].

Рада з фінансової звітності Великобританії (FRC) коментує це так: «за сучасних умов пандемії, ймовірно, що більшість компаній розкриють «material uncertainties» (істотну невпевненість) у проміжній фінансовій звітності» [1]. Цей термін може бути зрозумілий тільки в окремих колах людей. Він стосується невизначеності, пов'язаної з подіями або умовами, які можуть

викликати значні сумніви у здатності суб'єкта господарювання продовжувати свою діяльність.

Іншими словами, якщо керівництво підприємства визначить можливі події чи сценарії (крім тих, що мають віддалену ймовірність виникнення), які можуть призвести до корпоративного провалу, то їх слід розкрити у звітності.

В проміжній фінансовій звітності, відповідно до МСБО 34, необхідно щоб висвітлений обсяг інформації був пропорційним впровадженім цілям, які були висвітлені в останньому повному наборі річної фінансової звітності, включаючи, як зазначено у пункті 6 МСБО 34, нові види діяльності, події та обставини, які не були відображені в останніх річних фінансових звітах [4].

Як очікується, це оновлення буде особливо масштабним для майбутніх піврічних фінансових звітів, оскільки події, пов'язані зі спалахом COVID-19, стали очевидними у першій половині 2020 року.

Європейський орган з цінних паперів і ринків (ESMA) рекомендує надавати детальну та особливу інформацію у проміжних звітах про управління:

1. стосовно впливу, здійсненого пандемією COVID-19 на їх стратегічну орієнтацію та цілі, операції, фінансові показники, фінансовий стан та грошові потоки (зокрема, детальну інформацію про позицію ліквідності емітента та стратегію управління ризиком ліквідності, зменшення доходів тощо), перебої в ланцюгах поставок та / або виробництві);

2. щодо заходів, вжитих для усунення та зменшення наслідків пандемії COVID-19 на їхню діяльність, їх результативність та про хід / стан завершення.

3. при наявності, очікуваний майбутній вплив на фінансову діяльність емітентів, фінансовий стан та грошові потоки, пов'язані з цим ризики та заходи на випадок надзвичайних ситуацій, запланованих для зменшення очікуваного майбутнього впливу та виявлених ризиків та невизначеностей [3].

Питання, які необхідно переосмислити при формуванні проміжної звітності, включають:

- значну різницю в операційних грошових потоках між попередніми (запланованими) бюджетами, прогнозами та результатами в першому півріччі;

- значне скорочення прогнозованих доходів на друге півріччя на основі правдоподібних сценаріїв розвитку пандемії COVID-19 та заходів охорони здоров'я (з врахування заходів державної підтримки);

- неможливість відновлення або розширення фінансування;

- неспроможність продати капітальні активи за їх очікуваною вартістю або в попередньо прогнозовані часові рамки [1], тощо.

Суттєвим моментом є контролінг та управління ризиками на підприємстві. Дистанційна робота персоналу підприємства, недоступність деяких бізнес-місць можуть призвести до того, що процеси управління ризиками та внутрішній контроль стануть непрацездатними.

Саме тому необхідно чітко відслідковувати зміни, запроваджуючи альтернативні способи пом'якшення наслідків дистанційної роботи персоналу, де це необхідно та можливо, для підтримки функціонування ефективного управління.

Розповсюдження вірусу COVID-19, безумовно, є широким полем для аналізу потенційних наслідків на діяльність підприємств, систему обліку та формування проміжної фінансової звітності.

Виникає необхідність максимально розширеного звітування для формування прогнозованої інформації, яка є специфічною для суб'єкта господарювання та покращить розуміння ситуації щодо життєздатності бізнесу.

Література:

1. Company Guidance (Updated 20 May 2020) (COVID-19) URL: [https://www.frc.org.uk/about-the-frc/covid-19/company-guidance-updated-20may-2020-\(covid-19\)?viewmode=0](https://www.frc.org.uk/about-the-frc/covid-19/company-guidance-updated-20may-2020-(covid-19)?viewmode=0)
2. Coronavirus crisis: country responses to the implications on reporting URL: <https://www.accountancyeurope.eu/publications/coronavirus-crisis-country-responses-to-the-implications-on-reporting/>
3. Implications of the COVID-19 outbreak on the half-yearly financial reports. European Securities and Markets Authority URL:

<https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/library/esma32-63->

[972_public_statement_on_halfyearly_financial_reports_in_relation_to_covid-19.pdf](#)

4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 34 «Проміжна фінансова звітність». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_049

5. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013

Артімонова І.В.,

к.е.н., доцент

Білоцерківський національний аграрний університет

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ФОНДОВИХ БІРЖ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ УКРАЇНИ

Центральною ланкою інфраструктури ринку цінних паперів є фондова біржа, яка відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку національної економіки.

Діяльність фондових бірж спрямована на залучення та перерозподіл фінансових ресурсів через укладання угод з купівлі-продажу різних видів цінних паперів для задоволення інвестиційних потреб економічних суб'єктів. Регулюючи потоки фінансових ресурсів фондові біржі можуть впливати на економічний розвиток країни, формування інвестиційного клімату держави та рівень життя населення в цілому.

Важливою передумовою розвитку ринку цінних паперів є сприятлива економічна та політична ситуація в країні, розвинена мережа фондових бірж, підвищення рівня довіри суб'єктів господарювання та населення до інструментів фінансового ринку.

Відмітимо, що реальне економічне зростання і ступінь розвитку фондової біржі взаємозалежні. В розвинутих країнах через фондові біржі здійснюється понад 95% обсягу угод з купівлі-продажу цінних паперів.

Дослідженням встановлено, що у 2018 р. обсяг торгів на біржовому ринку становив 590,58 млрд грн, а це 44,17% від загального обсягу торгів на ринку цінних паперів.

Структура та обсяги біржових торгів за видами ринку у 2014-2018 роках наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Обсяг біржових торгів за видами ринку, 2014-2018 рр.

Вид ринку	2014		2015		2016		2017		2018	
	млрд грн	питома вага, %	млрд грн	питома вага, %	млрд грн	питома вага, %	млрд грн	питома вага, %	млрд грн	питома вага, %
Спотовий ринок	530,73	85,64	245,06	85,62	125,16	53,16	128,95	62,66	218,07	83,60
Ринок РЕПО	79,29	12,80	35,6	12,45	108,9	46,27	70,57	34,29	40,94	15,69
Строковий ринок	9,3	1,50	5,21	1,82	1,35	0,57	3,17	1,54	1,84	0,71
Ринок приватизації	0,37	0,06	0,27	0,09	0,01	0,00	3,09	1,51	0,02	0,00
Інші	0,001	0,00	0,07	0,02	0,00001	0,00	0	0	0	0
Всього	619,69	100	286,21	100	235,42	100	205,78	100	260,87	100

Джерело: розраховано автором за даними [1]

Дані таблиці свідчать, що у 2018 р. найпривабливішим в структурі біржових торгів у розрізі за видами ринків є спотовий ринок, частка якого становила 83,6% від загального обсягу біржового ринку.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається активність укладених біржових контактів на ринку РЕПО порівняно з іншими видами ринків.

Встановлено, що предметом 95% усіх контрактів, укладених на ринку РЕПО були державні облігації [2].

Розподіл біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі у 2018 р. на первинному та вторинному ринках наведений в таблиці 2.

Таблиця 2

Розподіл біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі за видами ринків у 2018 році, млн грн.

Організатор торгівлі	Первинний ринок			Вторинний ринок				Всього
	Строковий ринок	Спотовий ринок	Ринок приватизації	Ринок РЕПО	Строковий ринок	Спотовий ринок	Ринок приватизації	
ІННЕКС	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,49	0,00	0,49
ПФТС	0,00	1262,91	0,00	8263,62	0,00	102990,36	1,28	112518,17
УМВБ	0,00	22,79	12,12	0,00	0,03	0,00	0,00	34,95
ПЕРСПЕКТИВА	0,00	2899,64	0,00	32239,63	0,13	92185,60	0,00	127325,00
УБ	0,00	1737,63	0,00	433,80	1843,51	16970,61	1,92	20987,48
Всього	0,00	5922,97	12,12	40937,05	1843,67	212147,06	3,20	260866,08

Джерело: складено автором за даними [1].

Визначено, що у 2018 році питома вага первинного ринку в сукупному обсязі біржових торгів становила 2,28%, а вторинного ринку - 97,72% від загального обсягу торгів. При цьому найбільші обсяги торгів на фондових біржах України були зафіксовані на «Перспектива» (48,81%) та «ПФТС» (43,13%).

Водночас, за підсумками 2018 року обсяг торгів акціями на біржовому ринку зменшився у 5 разів порівняно з 2017 роком та становив 1,18 млрд грн. При цьому в 2018 році частка обсягу торгів акціями на біржовому ринку знизилась і становила 1,5% від загального обсягу торгів акціями на ринку цінних паперів [2]. Встановлено, що за останні п'ять років спостерігається загальна тенденція скорочення кількості випусків акцій, допущених до торгівлі на фондових біржах.

Проведений аналіз сучасного стану фондових бірж в Україні показує надзвичайно високу волатильність ринку цінних паперів України. Безперечно, що низький розвиток вітчизняного фондового ринку знижує національну конкурентоспроможність в залученні міжнародних інвестицій, акумуляції вільних грошових коштів та зростанню економіки країни в цілому. У зв'язку з

цим постала необхідність створення належних умов для залучення в економіку держави додаткових інвестицій та вдосконалення фінансових механізмів управління процесами фондового ринку через впровадження гнучкої тарифної політики, ефективних технологічних та організаційних заходів щодо стимулювання зростання ліквідності біржових торгів, сприяння притоку іноземного капіталу та захисту прав інвесторів.

Література:

1. Річний звіт за 2018 Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку URL: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit_2018.pdf
2. Стасіневич С.А., Шиндирук І.П. Ринок цінних паперів України: стан та проблеми. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 3 (3), 2017. С. 97-100.

Гарбуз А. В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Карпенко Н. Г.,

к.е.н, доцент

Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Економічна і політична ситуація, яка сформувалася в Україні сьогодні, революційні та військові події останніх років – усе це спричинило динамічні зміни в державі, особливо це вплинуло на її безпеку. Безпека як система корінних, типових властивостей будь-якої країни втілює всі сфери різних галузей життєдіяльності й розвитку людини, суспільства, держави і природи.

Загалом, безпеку можна визначати як якісну характеристику об'єкта (системи), здатність об'єкта до існування і розвитку та його захищеність від внутрішніх і зовнішніх загроз. Місце, роль і пріоритет кожного з елементів

безпеки визначаються обставинами, що реально складаються на певний період часу всередині й зовні об'єкта.

Тому важливого значення сьогодні набуває проблема економічної безпеки України, що є визначальною в контексті існування і розвитку України як суверенної держави. Теоретико-методологічним засадам вивчення економічної безпеки України присвячено багато праць вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема Я. Базилюка, А. Бесчастного, З. Варналія, О. Власюка, В. Горбуліна, А. Гуменюка, М. Єрмошенка, Я. Жаліла, Дж. Кенана, А. Мокія, Х. Моргентау, В. Мунтіяна, С. Окіта, В. Тритяка, М. Флейчук та ін.

Метою роботи є дослідження концептуальних основ забезпечення економічної безпеки підприємства, виявлення факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення функціональних складових економічної безпеки підприємства, які дозволять виділити основні завдання та цілі ефективного функціонування системи економічної безпеки підприємства та сприятимуть формуванню системи забезпечення економічної безпеки підприємства.

В сучасній науковій літературі відсутній єдиний підхід до трактування поняття економічна безпека. Так, А. Бандурка вважає, що економічна безпека - це такий стан і здатність економічної системи протистояти небезпеці руйнування її організаційної структури та статусу, а також перешкодам досягнення цілей розвитку [1].

Однак, найбільш повним є визначення Диканя В. Л., Воловельської І. В., які під економічною безпекою підприємства розуміють такий стан підприємства при якому воно нейтралізує негативні зовнішні впливи та добивається поставлених цілей при найбільш ефективному використанні наявного потенціалу в умовах невизначеності [3].

Діяльність національних підприємств в сучасних умовах господарювання є дуже складною. Це пов'язано не лише з загальним кризовим станом економіки України, зростанням інфляції, низьким курсом національної валюти

та іншими макроекономічними деформаціями, а і певними факторами, які посилюють активізацію загроз економічної безпеки підприємств.

До таких факторів варто віднести:

- значну ступінь монополізації певних ринків країни, з одночасним нарощенням рівня конкурентної боротьби за вітчизняні ринки, як з боку національних, так і зарубіжних виробників;

- криміналізацію певних секторів економіки, встановлення контролю кримінальних структур над певними суб'єктами господарювання;

- зростання тиску на діяльність вітчизняних підприємств з боку органів державної влади;

- наявність ряду соціальних проблем, а саме низького рівня доходів населення, безробіття, високий рівень плинності кадрів, які знижують ступінь відповідальності та підвищують схильність робітників до незаконних дій;

- недосконалість засобів та методів захисту економічної безпеки.

Варто зазначити, що наявні загрози та небезпеки економічної безпеки підприємства можна охарактеризувати сукупністю якісних та кількісних показників, найважливішим серед яких є рівень економічної безпеки.

З метою підвищення рівня економічної безпеки підприємство повинно стежити за забезпеченням максимальної безпеки основних функціональних складових своєї роботи. Функціональні складові економічної безпеки підприємства є сукупністю основних напрямів його економічної безпеки, які суттєво відрізняються один від одного за своїми змістом. Кожна функціональна складова економічної безпеки підприємства характеризується власним змістом, набором функціональних критеріїв та способами забезпечення [2].

Економічна безпека підприємства : фінансова, інтелектуальна та кадрова, технічно – технологічна, політико - правова, екологічна, інформаційна, силова.

Також основою забезпечення економічної безпеки підприємства є створена на ньому система забезпечення економічної безпеки, яка повинна ґрунтуватися на концепції, що охоплює мету, завдання, об'єкти, суб'єкти та інші складові економічної безпеки підприємства.

Основною метою системи забезпечення економічної безпеки підприємства є розробка та впровадження заходів щодо ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, його можливостей, потенціалу, реалізації інтересів, попередження та захисту від загроз зовнішнього та внутрішнього середовища.

Основними завданнями ефективної системи забезпечення економічної безпеки підприємства повинно бути:

- підвищення економічної ефективності виробничо-фінансової діяльності підприємства за рахунок раціонального використання наявних ресурсів та потенціалу підприємства;

- забезпечення стійкого розвитку підприємства та реалізація його основних інтересів;

- стратегічне планування та прогнозування економічної безпеки підприємства з метою завчасного виявлення внутрішніх та зовнішніх загроз і небезпек;

- впровадження заходів щодо посилення рівня економічної безпеки, запобігання та нейтралізації можливих загроз і небезпек.

Організація та функціонування ефективної системи забезпечення економічної безпеки підприємства повинні ґрунтуватися на наступних принципах: 1. Принцип законності. 2. Принцип економічної доцільності. 3. Поєднання превентивних та реактивних заходів. 4. Принцип безперервності. 5. Принцип диференційованості. 6. Координація. 7. Повна підконтрольність системи забезпечення економічної безпеки керівництву підприємства.

Отже, зрозуміло, що метою забезпечення економічної безпеки підприємства повинно бути забезпечення стійкого та максимально ефективного функціонування підприємства сьогодні та забезпечення високого потенціалу його розвитку в майбутньому. Досягнення необхідного рівня економічної безпеки підприємства можливо за рахунок попередження загроз негативного впливу та досягнення основних функціональних цілей економічної безпеки підприємства.

Література:

1. Безверха К. М. Економічна безпека підприємства *Інновації в економіці: науковий журнал* URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-predpriyatiya-suschnost-i-factory/viewer> (дата звернення 23.05.2020)
2. Гончаренко Л. П. Процес забезпечення економічної безпеки підприємства. URL : https://www.profiz.ru/se/12_2004/952/ (дата звернення 23.05.2020)
3. Дикань В. Л. , Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека підприємства: навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2011. 266 с.

Гармаш С.В.,

ст. викладач

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ (ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ)

«Слід зазначити, що світова фінансова криза 2008 року торкнулася усіх сфер життєдіяльності людей, підштовхнула розвиток туристичної галузі. Уряди багатьох країн почали приділяти більше уваги цьому сегменту ринку, оскільки саме цей сегмент здатний за відносно короткий час відновити свої позиції та приносити прибуток. Інша ситуація склалася з пандемією COVID-19, коли «відкладені можливості» перетворюються на «втрачені можливості» [1, с. 41].

«Експерти Українського інституту майбутнього зробили попередні оцінки збитків української економіки та громадян від кризи та карантину. Світова економіка, а разом з нею і економіка України несуть втрати від пандемії та карантину, заморожування внаслідок цього міжнародних економічних відносин, а також від критичного падіння ділової активності. Україна – країна, яка залежить від експорту сировини та шоків на зовнішніх ринках. Для неї є характерними: низька продуктивність праці та висока вартість кредитних ресурсів для бізнесу і громадян. Малий та середній бізнес

знаходяться у неконкурентних умовах у порівнянні з крупними компаніями, а більшість громадян не мають фінансової подушки безпеки і живуть від зарплати до зарплати» [2]. За таких умов вітчизняні туристичні фірми застосували різноманітні варіанти логістичного сервісу заради збереження своєї клієнтури та максимального захисту вже вкладених туристами коштів на перспективу. Туристам було запропоновано укласти додаткові угоди зі збереженням валютного курсу на момент бронювання туру та умов самого туру з подовженням виконання туристичними фірмами взятих на себе зобов'язань з надання туристичних послуг до березня 2021 року включно. За своїм бажанням туристи можуть перебронювати дату туру та навіть вибрати інший тур, але вже за новим валютним курсом на момент укладання нового договору. Розуміло, що більшість вітчизняних туристів, чії кошти було заморожено таким чином, намагатимуться чимшвидше використати власні кошти з-за інфляційних тенденцій та скорочення власних прибутків через системну кризу, яка стала притаманною рисою України за роки її незалежності, та штучного прискорення деструктивних тенденцій реформування у країні внаслідок пандемії та карантину.

Також визиває занепокоєння виникнення в Україні цілого прошарку «патріотів», який не створює продукт з доданою вартістю, не надає матеріальних послуг, а лише піариться на тлі гучних політичних заяв заради власної кишені та службових преференцій. Ганебним прикладом такого піару стала заява посла України у Туреччині стосовно виконання під час травневих свят пісні «Катюша» в одному з курортних міст країни, але ще більш неприпустимими є його погрози у зменшенні туристичного потоку до Туреччини з України. Неприхована дурня у висловлюваннях держслужбовця також вказує на суттєву проблему – відсутність достатньо кваліфікованих кадрів на державних посадах різних рівнів. «Таке стало можливим через розповсюдження родинно-кланових відносин у всіх державних інституціях країни...» [3, с. 104] та через призначення на ключові державні посади «штучних консультантів» з їхніми сумнівними професійними досягненнями.

Також слід зазначити, що перерозподіл туристичних напрямків вже відбуватиметься цього літа, коли більшість туристів робитиме переорієнтир з закордонних напрямків, віддаючи перевагу місцевому туризму.

Отже, не зважаючи на системну кризу, яка, на жаль, «... стала явищем, притаманним українському суспільству, що відображається на його добробуті і моральному стані» [4, с. 18], «... туризм набуває розвитку, оскільки цей вид діяльності сприяє не тільки зменшенню безробіття в країні, а й структурній модернізації економіки в цілому» [5, с. 477]. У стані карантинного очікування вітчизняні туристичні фірми накопичили достатній досвід управління фінансовими потоками у кризових умовах та готові запропонувати своїм клієнтам нові напрямки та види туристичних послуг.

Література:

1. Garmash, S. and Pererva, P. (2020), "New challenges of modernity for Ukrainian tourist industry (compliance program within the framework of logistics management in the conditions of crisis)", *Management and entrepreneurship: trends of development*, Vol. 1, Issue 11, pp. 41-52, DOI: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2020-1/11-03>
2. Анатолий Амелин, Яна Лаврик, Даниил Монин. Прогноз убытков. Какими будут экономические потери Украины из-за пандемии коронавируса. [Электронный ресурс]. Источник: <https://zn.ua/ECONOMICS/prognoz-ubytkov-kakimi-budut-ekonomicheskije-poteri-ukrainy-iz-za-pandemii-koronavirusa-349426.html>
3. Гармаш С. В. Інтеграція логістичних функцій в рамках логістичного менеджменту у системі управління сучасним промисловим підприємством. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2018. № 19 (1295). С. 104-107.
4. Гармаш С. В. Відсутність персональної відповідальності як мотиватор безладдя та беззаконня. *Стратегії інноваційного розвитку економіки України*:

проблеми, перспективи, ефективність : мат-ли. 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.

5. Гармаш С. В. Туризм як один з основних напрямків розвитку вітчизняної економіки. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (23-25 травня 2019 р.). Львів : Львівська політехніка, 2019. С. 477.

Герасименко В. В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Пилипенко К.А.,

д.е.н., професор

Полтавська державна аграрна академія

ОБЛІК ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ

Біологічний актив – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

Відповідно до Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів, оцінювання біологічних активів на дату проміжного та річного балансу здійснюється за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані безпосередні витрати на місці продажу [3]. Можливі підходи до оцінки біологічних активів та сільськогосподарської продукції за справедливою вартістю передбачають можливість застосування п'яти методів оцінки [4]: аналізу контрактів; експертної оцінки комісією; аналогів; прийняття цін; сторонньої професійної оцінки.

З метою вдосконалення методології бухгалтерського обліку в сільському господарстві та підвищення інвестиційної привабливості підприємств проводиться постійне реформування та внесення змін до чинних нормативних

документів з питань обліку для приведення їх у відповідність до міжнародних стандартів. Так, ще у 2005 році в дію було введено Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи».

П(С)БО 30 «Біологічні активи» передбачено, що справедлива вартість біологічного активу ґрунтується на цінах активного ринку. За наявності кількох активних ринків біологічних активів і сільськогосподарської продукції їх оцінка ґрунтується на даних того ринку, на якому підприємство передбачає продавати біологічні активи та/або сільськогосподарської продукції [5].

Згідно вимог П(С)БО 30 «Біологічні активи», біологічні активи на дату балансу необхідно оцінювати за справедливою вартістю [5].

Однією із найслабших сторін обліку довгострокових біологічних активів залишається питання визначення їх місця та ролі у господарській діяльності і відповідно система управління їх забезпеченням [1]. Термін «біологічний актив» почали виокремлювати досить недавно, у 2005 році із введенням в дію Положення стандарту бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» [5].

У зв'язку з впровадженням ринкових механізмів господарювання виникла необхідність у реформуванні вітчизняного бухгалтерського обліку. Результатом цього є те що, організація бухгалтерського обліку в сільськогосподарських підприємствах та його нормативноправове забезпечення потребують удосконалення. Тому прийняття та введення в дію Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (далі П(С)БО) 30 «Біологічні активи» є необхідним нормативним та методичним документом для сільськогосподарських підприємств через специфіку їх діяльності [2].

Отже, за економічним змістом і технологією вирощування рослини і тварини зовсім різні цінності. Як бачимо, існує декілька поглядів на алгоритм обліку поточних біологічних активів як в процесі виробництва, так і при оприбуткуванні готової продукції. Відповідно до вищезазначеного, питання оцінки ДБА залишається досить спірним, містить масу нюансів над якими слід працювати професійним бухгалтерам для визначення оптимального варіанту.

Використання методологічно обґрунтованої оцінки дасть змогу управляти витратами, впливати на рівень ефективності виробництва.

Література:

1. Бондарчук Я.В. Організація обліку та контролю довгострокових біологічних активів. URL: <http://repository.vsau.org/getfile.php/13880.pdf>.
2. Пилипенко К. А., Бендас Ю. С., Арутюнова О. А. Оцінка та визнання довгострокових біологічних активів у вітчизняній та міжнародній практиці. *Агросвіт*. 2019. № 12. С. 53-59.
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів. URL: <https://zakon.help/article/metodichni-rekomendacii-z-buhgalterskogo-obliku-bioaktiviv>.
4. Овчарова Н.В. Оцінка біологічних активів: проблеми методики та організації. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка*. 2016. Вип. 1(2). С. 411–417.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 "Біологічні активи": наказ Міністерства фінансів України № 790 від 18 лист. 2005 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z145605>.

Головань Д.В.,

к.т.н., доцент

Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «ХАІ»

СТРАТЕГІЇ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Наслідки світової фінансово-економічної кризи призвели до послаблення міжрегіональних зв'язків та зниженню загального рівня конкурентоспроможності регіонів України. Незважаючи на це, в Україні відбувається розвиток туристичної та культурної інфраструктури. Україна має вигідне геополітичне розташування, комфортні мікрокліматичні умови та

значний історико-культурний потенціал. Туристичні організації систематично розробляють нові та оновлюють існуючі екскурсії різноманітної тематики.

Основними показниками, що характеризують діяльність туристичного бізнесу є динаміка зміни суб'єктів туристичної діяльності на ринку та кількості покупців їх продукту. Наразі існує тенденція щодо збільшення суб'єктів туристичної діяльності та кількості туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами. Тому актуальними є питання, пов'язані з туристичним бізнесом в Україні, зокрема його проблеми, стратегії та напрями розвитку. Дослідженням проблем та розвитку туристичного бізнесу присвячена значна кількість наукових праць вітчизняних вчених-економістів, а саме: Сірика А.Є. [1], Гука Н.А. [2], Нагорняка Г.С. [3], Іванової Л.О. [4], та інших, проте ці питання потребують подальшого, більш докладного вивчення та аналізу.

Незважаючи на зростання конкуренції на вітчизняному ринку туристичних послуг, рівень її значно відстає від світового, а це є визначальним фактором процесів концентрації та інтеграції. Тому у вітчизняних умовах переважаючими у туристичному бізнесі можуть бути стратегії конкуренції (низьких витрат), стратегії диверсифікації туристичного продукту та діяльності за видами та регіональними напрямками.

В результаті аналізу існуючих джерел, зокрема [4-6], можна зробити висновок, що, в цілому, найбільш перспективними напрямками розвитку туризму в Україні, є наступні: туристичні маршрути; готелі з підтримкою фітнес-програм; оренда будинку з невідомим місцем розташування; курси виживання; туризм онлайн.

Література:

1. Сірик А.Є. Аналіз факторів впливу на розвиток туристичної галузі України. / [Електронний ресурс]. URL: <http://tpa.pstu.edu/article/view/104456/99509>.
2. Гук Н.А. Перспективи розвитку туризму у світі та в Україні. / [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/guk6.htm.

3. Нагорняк Г.С. Основні фактори гальмування розвитку ринку туристичних послуг в Україні. [Електронний ресурс]. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/20238/2/ConfATMT_2016vII_Nahorniak_H_S-Key_factors_of_braking_353-354.pdf.
4. Іванова Л.О. Кон'юнктура міжнародного ринку туристичних послуг: нові реалії. [Електронний ресурс]. URL: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_5_3/202-205.pdf
5. Туристична діяльність в Україні. Статистичний збірник. / [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf.
6. Умови та чинники міжнародного туризму. / [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=499>.

Доценко І. О.,

к.е.н, доцент

Хмельницький національний університет

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ БАНКУ

Управління фінансовою стійкістю банківських установ передбачає об'єктивне визначення її поточного та бажаного стану, послідовно скоординоване управління фінансовими ресурсами банку, вибір таких управлінських рішень, які б найкраще сприяли забезпеченню фінансової стійкості. Все це впорядковано та відображено у механізмі управління фінансовою стійкістю банку. Необхідність і мета наявності механізму управління фінансовою стійкістю комерційних банків зумовлена проблемою практичного забезпечення фінансової стійкості банків як на макро-, так і на мікроекономічному рівні для їх належного функціонування та стабільного розвитку, з одного боку, а також, щоб створити базові передумови до виконання банками своїх функцій, реалізації ролі в економіці з іншої, що

позначається на надійності банківської системи в цілому, на економічному розвитку країни та швидкості ринкових перетворень у процесі суспільного відтворення.

Зазначимо, що в економічній літературі немає єдиного підходу щодо визначення поняття механізму управління фінансовою стійкістю банку. Традиційно під поняттям «механізм» розуміють «спосіб функціонування певної системи, тобто реалізації функцій її окремих елементів».

Михайлюк Р. В. та Дзюблюк О. В. [2, с. 46], під механізмом управління фінансовою стійкістю банку розуміють «сукупність методів та інструментів управління, що суб'єкти управління застосовують і спрямовують на забезпечення фінансової стійкості комерційних банків». Вони стверджують, що механізм управління фінансовою стійкістю є цілісною системою взаємопов'язаних елементів, які відображають відповідні заходи банківського менеджменту стосовно управління фінансовою стійкістю комерційних банків.

На основі аналізу наукової літератури [1, 2, 3], нами було визначено методичні основи сутності механізму управління фінансовою стійкістю комерційних банків, а саме: механізм управління фінансовою стійкістю охоплює, крім об'єкта управління, управлінські суб'єкти (зовнішні та внутрішні). Зокрема, зовнішні на макроекономічному рівні, що представлені законодавчими, фінансово-контрольними і державними органами регулювання, центральне місце серед яких належить Національному банку України. Також – внутрішні суб'єкти на мікроекономічному рівні, що представлені керівництвом комерційного банку та органами управління фінансовими ресурсами та ризиками; у механізмі значне місце належить інструментам управління. До інструментів слід віднести економічні й адміністративні, що застосовують органи банківського нагляду, регулювання та контролю для забезпечення фінансової стійкості банків. Важливе місце належить впливу грошово-кредитної політики центрального банку, встановлення економічних нормативів діяльності банків, вимог щодо створення страхових та резервних фондів, ліцензування банківської діяльності, аудиту, підвищення прозорості фінансової

звітності банків, окрім цього, вживання відповідних заходів щодо реорганізації та реструктуризації проблемних банків; важливу роль у процесі управління фінансовою стійкістю відіграють організаційна структура банку, а також рівень зв'язків як між елементами структури, так і з клієнтами, акціонерами банку. Зокрема, від того наскільки забезпечена єдність інтересів, взаємоузгодженість та цілеспрямованість дій управлінців, залежатиме ефективність процесу управління фінансовою стійкістю. Тобто, робота механізму значною мірою зумовлена рівнем організаційної стійкості банку; механізм не є статичним утворенням, а постійно перебуває у динамічному розвитку. Необхідно враховувати конкретні економічні умови, в яких функціонує банк і відповідно до змін в економічному середовищі вносити корективи до механізму управління фінансовою стійкістю, здійснювати адаптаційні заходи; результативність функціонування механізму залежить також від ступеня впорядкованості його елементів, їх взаємодії та спрямованості щодо досягнення основної мети.

Важливою умовою ефективного функціонування механізму управління фінансовою стійкістю банку є дотримання останнім комплексу принципів, до яких можна віднести наступні [3, с. 29]: єдності дій і засобів досягнення мети; комплексності процесу управління фінансовою стійкістю; альтернативності підходів і організаційних рішень при досягненні поставленої мети; взаємозв'язку й взаємообумовленості елементів механізму; гнучкості; наукоємності.

Ефективне функціонування механізму управління фінансовою стійкістю комерційного банку забезпечить досягнення стратегічних і тактичних фінансових цілей банку, сприятиме підвищенню рівня прибутковості, зниженню ризиків, контролю та підтриманню ліквідності й платоспроможності на достатньому рівні, що в кінцевому підсумку, позитивно вплине на забезпечення фінансової стійкості комерційного банку.

Література:

1. Гуцал І. С. Банківське кредитування суб'єктів ринку в трансформаційній економіці України (питання, теорії, методики, практики). Львів: ВАТ «Бібльос», 2001. 244 с.
2. Дзюблюк О. В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи: монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2009. 316 с.
3. Карпова О. І. Концептуальні підходи щодо вдосконалення управління фінансовою стійкістю банку. Вісник НБУ. 2011. С. 21-24.

Заставецька Л. Б.,

д. г. н., професор

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира

Гнатюка

Дударчук К. Д.,

к. г. н., доцент

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира

Гнатюка

Ілляш І. Д.,

к. г. н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

ЗМІНИ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПОПИТУ ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПЦІЇ «HARD & SOFT TOURISM» ДЖОСТА КРИППЕНДОРФА

Туризм – один із найважливіших секторів сучасної економіки багатьох країн. Зміни, які відбуваються в структурі попиту і пропозиції туристичного продукту, стрімко змінюються в останні десятиліття. Для їх аналізу доречним є застосування концепції «Hard & Soft Tourism» Джоста Криппендорфа. В ній автор основну увагу приділяє порівняльному аналізу т. зв. традиційного та сучасного туризму, вказуючи на принципові відмінності, які стали притаманні туристичній галузі в останні 15–20 років. За такий відносно невеликий

історичний проміжок часу зміни в структурі попиту на ринку туристичних послуг відбулися суттєві. Інколи деякі риси, притаманні класичному традиційному туризму, за останні роки змінили свою направленість на протилежну. Їх можна систематизувати і представити у вигляді порівняльної таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

Основні риси туризму відповідно до концепції «Hard & Soft Tourism» Джоста Криппендорфа

№ п/п	HARD TOURISM (риса традиційного туризму)	SOFT TOURISM (риса сучасного туризму)
1.	Переважають групові подорожі	Туристи все більше віддають перевагу індивідуальним подорожам
2.	Запланований один, довготерміновий відпочинок впродовж року	Впродовж року планується декілька виїздів на відпочинок. Вони, як правило, короткотермінові і насичені різними видами діяльності
3.	Докладно спланована програма відпочинку туристичним оператором	Надається перевага індивідуальному плануванню подорожі. Турист розробляє маршрут самостійно, орієнтуючись на власні інтереси
4.	Надається перевага кількості туристичних атракцій, мало уваги приділяється їх якості	Надається перевага тим туристичним атракціям, які дають можливість пережити нові враження, набутти нових знань чи розвинути корисні навички
5.	Захоплення розтиражованими сувенірами (наприклад, фігурки пам'ятних місць, магніти з їх зображенням)	Бажання придбати унікальні сувеніри та вироби ручної роботи, які є характерними тільки для даної місцевості
6.	Не вміння(і не бажання) розмовляти на мовах, які характерні для даної місцевості	Бажання спілкуватися і порозумітися з місцевим населенням, або бодай вивчити кілька нових слів місцевого етносу
7.	Бажання проводити час в момент подорожі весело, в шумній компанії	Бажання проводити час у максимально спокійній обстановці, на лоні природи
8.	Надається перевага максимально комфортним умовам життя	Комфорт під час подорожі має не важливе значення
9.	Дистанція між туристом та обслуговуючим персоналом в готелях, кафе, ресторанах, магазинах	Хороше приятельське відношення до обслуговуючого персоналу, спілкування «як з рівним»
10.	Брак знання про відвідувану територію, її географію та культуру	Докладне приготування до подорожі, яке включає всебічне вивчення культури, звичаїв, географії нової країни чи регіону
11.	Використання різних видів транспорту для переміщення між об'єктами під час подорожі	Надання переваги пішохідним прогулянкам та екологічним видам транспорту
12.	Небажання міняти свій звичний спосіб життя і не підлаштовуючись під місцеві традиції, перебуваючи в іншій країні чи в середовищі проживання іншого етносу	Пристаювання до особливостей культури іншої країни чи етносу, на території яких проходить подорож
13.	Низька мобільність під час відпочинкового туру, налаштованість на «лінивий» відпочинок	Бажання під час подорожі дізнатись щось нове, вивчити нову мову, культуру, максимально зануритись в місцевий колорит, налаштованість на активний відпочинок
14.	Відпочинок в стилі 3XS («Sun, Sea, Sand» - сонце, море, пісок), орієнтований на повний фізичний відпочинок, пасивність туриста	Відпочинок в стилі 3XE («Education, Entertainment, Excitement»— освіта, розваги, захоплення), що сприяє розвитку пізнавальних видів туризму

Аналізуючи дані, наведені у таблиці, можемо підсумувати, що сучасний туризм зазнав суттєвих змін в останні роки. Спостерігаємо зниження

туристичного інтересу до відпочинку у стилі 3XS та посилення ролі пізнавального туризму (відпочинок в стилі 3XE). Тому зростає популярність тематичних парків та баз проживання зі спеціалізованими розгалуженими програмними функціями, подорожей до історичних міст, зеленого туризму, що характеризується замкнутими ланцюгами в організації закладів для розміщення (наприклад, власні очисні споруди, повторне використання вторинних матеріалів). Прогнозується зростання кількості індивідуальних подорожей, що відсуне на другий план пакетні тури; збільшиться інтерес до коротших, але частіших поїздок, як пізнавального напрямку, так і для дозвілля та відпочинку.

Наразі тенденція до зростання також стосується мотиваційного та ділового туризму. Однак передбачається, що розвиток інноваційних технологій може уповільнити розвиток ділових поїздок. Замість того, щоб відправляти працівників на різні ділові зустрічі, деякі великі компанії вважають за доцільне організовувати відеоконференції, що є більш економічно вигідним (за часом і витратами) способом ділового спілкування. У рапортах ВТО наведено основні тенденції та фактори, які впливають на формування сучасного туристичного попиту: загальне збільшення мобільності людства, зростання бажання подорожувати; скорочення робочого часу, продовження відпустки, достроковий вихід на пенсію; збільшення кількості часу, витраченого на додаткові роботи; прогресуючий процес старіння; схильність до створення сім'ї пізніше; домінуюча сімейна модель 2+1; збільшення кількості бездітних шлюбів; перехід до здорового способу життя; збільшення злочинності та тероризму, що призводить до підвищення вимог безпеки подорожей.

Ці та інші чинники дають можливість припустити, що в найближчі роки, за умови відновлення після наслідків пандемії COVID-19, туристична галузь буде все більше виявляти орієнтир на формування новітнього туристичного продукту, беручи до уваги: активний розвиток туристичної індустрії для потреб людей старшого віку (туризм сеньйорів); розвиток еко- та агротуризму, формування мережі готелів та комплексів здорового способу життя («зелені» готелі, готелі для веганів тощо); одним із домінуючих факторів формування

туристичного продукту стане безпека туриста під час подорожі; орієнтованість на створення якісних насичених короткострокових турів, націлених на активний відпочинок; домінування числа подорожей для відпочинку в стилі ЗХЕ, що сприятиме розвитку нових видів туризму – кулінарний туризм, кіно- та літературний туризм, квестінг, караванінг, похмурий туризм, промисловий туризм, арктичний туризм тощо.

Література:

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: «Альтапрес», 2003. 436 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
3. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія (за ред. проф. Герасименка В. Г.; авт. кол.: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов та ін.). Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
4. Kachniewska Magdalena Wpływ tendencji i trendów występujących po stronie popytu turystycznego na fenotyp współczesnej turystyki. *Zeszyty naukowe uniwersytetu szczecińskiego. Problemy zarządzania, finansów i marketingu*. № 22. 2011. S. 265-275.

Захарченко Н.В.,

д.е.н., професор

Михайлова Д.С.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ВЕНЧУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Венчурна діяльність на відміну від інших видів діяльності має свої особливості, урахування яких має бути обов'язковим на фоні тих

трансформаційних процесів, які відбуваються наразі в Україні. Це пов'язано з низкою чинників впливу на розвиток венчурної діяльності. Більшість науковців, які досліджували та аналізували чинники впливу на розвиток венчурної діяльності, такі як Аммосов Ю. П., Галиця І. О., Дериколенко О. М., Тарадайко Д. О., Кутрань К. В. по-різному підходять до такої систематизації. Вивчення праць цих та інших вчених, практиків та враховуючи встановлені передумови для впровадження венчурної діяльності, обумовило визначення чинників впливу на розвиток венчурної діяльності в Україні.

Першим чинником є світова фінансово-економічна криза, спричинена COVID-19, яка стала індикатором слабких місць в економіці всього світу. Зокрема в Україні пройшла хвиля банкрутств і скорочень робочих місць, що ускладнює відновлення вітчизняної економіки і говорить про наявність суттєвих ризиків забезпечення стійкості фінансової системи України у бюджетній, борговій та банківській сфері. Вихід із кризи може надати Україні поштовх до реформування країни. І саме в цьому є можливість до активізації венчурної діяльності, яка несе в собі нові інноваційні ідеї та проекти. Другим чинником впливу є впровадження дуальної освіти, що надасть можливість об'єднати зусилля промислових підприємств та вищих навчальних закладів різних спеціальностей, в першу чергу технічних, медичних, нанотехнологій та інших. Для цього є всі підстави. За період 2014 – 2018 рр.. до Укрпатенту подано 21418 заявок на отримання патентів на винаходи, з них за національною процедурою – 12449, за міжнародною процедурою РСТ – 8969. За такий же період надійшло 695 заявок від національних заявників для патентування винаходів за процедурою РСТ в іноземних країнах, в середньому 139 заявок на рік. Безумовними лідерами за кількістю поданих заявок серед національних заявників є вищі навчальні заклади. Зокрема, у 2018 році найбільшу активність у поданні заявок виявили Національний університет харчових технологій, Національний університет біоресурсів і природокористування, Одеський державний медичний університет та Ужгородський національний університет [4]. Наступним чинником може стати розвиток в Україні креативного сектору

саме питання інтелектуальної власності. Дані щорічного дослідження CANnual Report 2018. свідчать, що Україна увійшла до Топ-3 країн Східної і Центральної Європи, у яких рекламна індустрія має сильний вплив на економіку країни в цілому. У частині розкриття потенціалу в культурних та креативних індустріях, в Україні, зокрема, сконцентровано найбільше продуктивних ІТ-компаній (за оцінками експертів працює близько 80 компаній-розробників), в яких працевлаштовано понад 20 000 осіб. Крім ІТ-сектору, досить динамічно розвивається сектор музики й виконавського мистецтва (розмір світового музичного ринку у 2017 р. становив понад \$17 млрд.). Щороку цей ринок зростає в середньому на 6 %. Сферою, де активно створюються авторські права, є також книговидавництво та письменництво. Впродовж останніх трьох років освітній ринок України демонструє позитивну динаміку. Зокрема за даними Книжкової палати України за 2018 рік було видано 22 612 примірників книжок, в той час як 2017 – 22 047 примірників, а 2016 – менше 22 тис. [1]. Четвертим чинником впливу на розвиток венчурної діяльності є інноваційний розвиток промислових та високотехнологічних підприємств. У 2018 році упровадження інновацій здійснювали 739 інноваційно активних підприємств проти 672 у 2017 році. Кількість впроваджених у виробництво нових технологічних процесів у 2018 році складає 2002 од. проти 1831 од. у 2017 році. Обсяг реалізованої інноваційної продукції теє має тенденцію до зростання, а саме на 7146,9 млн.грн. у 2018 році. [3]. Наявність інфраструктури венчурного фінансування є наступним чинником розвитку венчурної діяльності. Організації типу «інкубаторів» спроможні формувати сприятливе підприємницьке середовище з усім спектром науково-виробничих, організаційно-фінансових послуг. «Інкубатори» можуть створюватись при наукових установах, закладах освіти, діяльність яких має охоплювати наукове консультування, попередню експертизу проектів, фінансову підтримку через венчурний капітал, державні субсидії тощо. В Україні необхідно створювати нові форми управління циклом «наука – техніка – виробництво», до яких належать технопарки і технополіси. Найпоширенішими можуть бути такі парки: технологічні, промислові і

дослідно-конструкторські. У містах України, які мають потужний науково-технічний потенціал, доцільно створювати технопарки у формі агломерації наукомістких фірм і виробничих підприємств, які групуються навколо наукових центрів [2].

На думку авторів, вище перелічені чинники не є вичерпним переліком, їх можливо продовжувати у наступних наукових дослідженнях.

Література:

1. Дериколенко О.М. Методологія венчурної діяльності промислових підприємств: монографія. Суми: Видавництво ВВП “Мрія”, 2017. 346 с.
2. Кутрань К. В. Фактори впливу на розвиток венчурного інвестування в Україні. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=13>.
3. Наукова та інноваційна діяльність України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf.
4. Національна стратегія розвитку інтелектуальної власності: проект. URL: https://intelvlas.com.ua/wp-content/uploads/Проект_Стратегія_IP_new.pdf.

Косован К.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Новосьолова О.С.,

к.е.н., доцент

Херсонський національний технічний університет,

КРЕДИТНИЙ ПОРТФЕЛЬ БАНКІВ УКРАЇНИ:

ОЦІНКА СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ

Аналіз кредитного портфеля вимагає вивчення його структури з точки зору груп ризику, безпеки, структури сектору, власності на позичальників тощо. У сучасних умовах оцінка якості кредитного портфеля комерційного банку залежить від належної оцінки ризику, який банк бере на себе при

здійсненні різних операцій. Для банківського сектору важливо не уникати ризику в цілому, а передбачити та мінімізувати ризик, тобто застосовувати різні методи управління ризиками. Якісна оцінка кредитного портфеля насамперед спрямована на мінімізацію ризику дефолту за кредитами, що призводить до значних збитків для банків та може призвести до банкрутства. Отже, перейдемо до розгляду кредитного портфеля банків України та визначення місця кредитних операцій у структурі активів банківських установ (табл. 1).

Таблиця 1

Структура активів банків України у 2017-2019 роках*

Показник	2017 рік		2018 рік		2019**		Відхилення 2019 року від	
	млрд. грн.	питома вага, %	млрд. грн.	питома вага, %	млрд. грн.	питома вага, %	2017 року, в.п.	2018 року, в.п.
Грошові кошти та їх еквіваленти	81,7	6,1	82,7	6,0	96,9	7,1	+1,0	+1,1
Фінансові активи, що обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток	103,1	7,6	167,7	12,3	165,8	12,1	+4,5	-0,2
Кошти в інших банках	118,1	8,8	114,1	8,3	147,6	10,7	+1,9	+2,4
Кредити та заборгованість клієнтів	561,1	41,6	594,0	43,4	568,6	41,4	-0,2	-2,0
Цінні папери, які обліковуються за справедливою вартістю через інший сукупний дохід	275,6	20,4	234,1	17,1	194,5	14,2	-6,2	-2,9
Цінні папери, які обліковуються за амортизованою собівартістю	101,3	7,5	75,1	5,5	96,2	7,0	-0,5	+1,5
Інвестиції в асоційовані та дочірні компанії	0,4	0,0	0,5	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Інвестиційна нерухомість	16,3	1,2	16,6	1,2	15,9	1,2	0,0	0,0
Дебіторська заборгованість щодо поточного податку на прибуток	1,7	0,1	1,1	0,1	3,6	0,3	+0,2	+0,2
Відстрочений податковий актив	6,6	0,5	4,6	0,3	3,6	0,3	-0,2	0,0
Основні засоби та нематеріальні активи	35,5	2,6	37,1	2,7	44,7	3,3	+0,7	+0,6
Інші фінансові активи	20,7	1,5	22,4	1,6	19,9	1,4	-0,1	-0,2
Інші активи	25,8	1,9	17,3	1,3	15,7	1,1	-0,8	-0,2
Усього активів	1347,9	100,0	1367,2	100,0	1373,6	100,0	-	-

*Примітка. Складено автором за даними джерел [40].

**Примітка. За підсумками III кварталів 2019 року.

Отже, у структурі активів банків України найбільшу частку становили кредити та заборгованість клієнтів: у 2017 році – 41,6%, у 2018 році – 43,4%, а у 2019 році – 41,4%. Другими за значенням були цінні папери, які обліковуються за справедливою вартістю через інший сукупний дохід: у 2017 році – 20,4%, у 2018 році - 17,11%, у 2019 році - 14,2%. Також варто відзначити поступове нарощування у портфелі фінансових активів банків що обліковуються за справедливою вартістю через прибуток або збиток із 7,6% до 12,1%. Суттєве зростання спостерігалось за статтею кошти в інших банках - +1,9 в.п. Динаміка чистих активів і кредитів та заборгованості клієнтів банків України не є ідентичною, так у 2019 році при незначному зростанні активів обсяги наданих кредитів скоротилися. Основним чинником такої тенденції є нарощування вкладень у інші види активних операцій, зокрема, облігації внутрішньої державної позики, за якими у II-III кварталах 2019 року пропонувалася високі ставки доходу та депозитні сертифікати Національного банку України. Отже, перейдемо до оцінки кредитного портфеля банків України у 2017-2019 роках (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка кредитного портфеля банків України у 2017-2019 роках*

Показник	Роки, млрд. грн.			Відхилення			
	2017	2018	2019**	2018 від 2017 року		2019 від 2018 року	
				абсол., млрд. грн.	темп приросту, %	абсол., млрд. грн.	темп приросту, %
Кредитний портфель, у т.ч.	1061,0	1140,5	1051,7	+79,5	+7,5	-88,8	-7,8
- кредити юридичним особам	890,2	943,6	844,5	+53,4	+6,0	-99,1	-10,5
- резерви під знецінення кредитів та заборгованості юридичних осіб	-421,0	-463,6	-411,1	-42,6	+10,1	+52,5	-11,3
- кредити фізичним особам	170,9	196,9	207,2	+26,0	+15,2	+10,3	+5,2
- резерви під знецінення кредитів та заборгованості фізичних осіб	-78,9	-82,9	-72,0	-4,0	+5,1	+10,9	-13,1
Усього кредити та заборгованість клієнтів	561,1	594,0	568,6	+32,9	+5,9	-25,4	-4,3

*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

**Примітка. За підсумками III кварталів 2019 року.

За даними таблиці 2 можна зробити висновок, що обсяг кредитного портфеля банків України за 2017-2018 роки збільшився на 32,9 млрд. грн., або 5,9%. Основним чинником зростання кредитного портфеля було зростання кредитів, наданих юридичним особам, величина яких за підсумками 2018 року складала 943,5 млрд. грн., що на 53,4 млрд. грн. більше, ніж у 2017 році. Проте суттєво збільшилися і резерви під знецінення кредитів та заборгованості юридичних осіб – на 42,6 млрд. грн., або на 10,1%, що свідчить про проблеми якості кредитного портфеля юридичних осіб.

Література:

1. Показники банківської системи України. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=43633516> (дата звернення: 05.06.2020).

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Белкіна М.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РИНОК:

ЙОГО ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ

Інвестиційний ринок – це ринок об'єктів інвестування в усіх його формах. Його можна розглядати як сукупність окремих ринків (об'єктів реального та фінансового інвестування) і виділити такі ринки: прямих капітальних вкладень, приватизованих об'єктів, нерухомості, інших об'єктів реального інвестування,

фондовий і грошовий ринок. Співвідношення між ними постійно змінюється, і на них впливають внутрішні та зовнішні фактори [2].

Основною метою функціонування інвестиційного ринку є забезпечення саморегулювання інвестиційного процесу шляхом мобілізації й організації інвестиційного потенціалу.

Головними учасниками інвестиційного ринку в Україні є: уряд; фірми (нефінансові); домогосподарства; комерційні банки; інвестиційні фонди; інвестиційні компанії; пенсійні фонди; страхові компанії.

Для організації ефективного процесу на інвестиційному ринку необхідні такі умови:

- наявність значного інвестиційного капіталу з диверсифікованою за формами власності структурою, якій характерна перевага приватного інвестиційного капіталу в порівнянні з державним;

- різноманіття суб'єктів інвестиційної діяльності у розрізі відносин власності й інституціональної організації, розподіл функцій держави та часток інвесторів в інвестиційному процесі; наявність розгалуженої мережі фінансових посередників, які сприяють реалізації інвестиційного попиту та пропозиції;

- наявність розвиненого багатосегментного ринку об'єктів інвестиційної діяльності (у тому числі і об'єктів нерухомості), що виступають у формі інвестиційних товарів;

- розподіл інвестиційного капіталу між об'єктами інвестування відповідно до економічних критеріїв оцінки привабливості інвестицій через механізм інвестиційного ринку.

Вивчення макроекономічних показників розвитку інвестиційного ринку є первинним і найскладнішим етапом його вивчення.

Першим його етапом є формування переліку первинних досліджуваних показників. Воно відбувається в процесі побудови системи моніторингу інвестиційного ринку.

Другий етап вивчення показників розвитку інвестиційного ринку є аналіз поточної ситуації. Він базується на системі аналітичних показників, що характеризують цей ринок в цілому та окремі ринки, що входять у його склад.

Третім етапом макроекономічного дослідження ринку є дослідження очікуваних змін факторів та умов, що впливають на розвиток інвестиційного ринку.

Макроекономічне дослідження розвитку інвестиційного ринку є базою подальшої оцінки та прогнозування інвестиційної привабливості регіонів та галузей народного господарства [1].

Загалом, підставою для формування інвестиційної політики є оцінка інвестиційної привабливості всіх об'єктів інвестиційного ринку: держави, галузі, регіону, окремого підприємства.

У зв'язку з циклічним розвитком економіки та постійними змінами на інвестиційному ринку необхідно систематично вивчати стан його кон'юнктури для формування ефективної інвестиційної політики і прийняття економічно обґрунтованих інвестиційних рішень. Постійне спостереження та аналіз кон'юнктури інвестиційного ринку на основі системи показників і виявлення тенденцій змін дадуть змогу спрогнозувати його розвиток на перспективу.

Процес прогнозування кон'юнктури інвестиційного ринку включає такі послідовні стадії:

- оцінка макроекономічних показників визначає інвестиційний клімат у країні та ефективність умов інвестиційної діяльності;
- проведення оцінки інвестиційної привабливості галузей використовується для галузевої спрямованості, галузевої диверсифікації інвестиційної діяльності підприємств;
- визначення оцінки інвестиційної привабливості регіонів - для регіональної диверсифікації діяльності підприємств; оцінка інвестиційної привабливості підприємства - для розробки й обґрунтування інвестиційних рішень.

У ринковій економіці стабільність діяльності підприємства визначається такими основними факторами, як зростання обсягу реалізації продукції, стабільна прибутковість, фінансова стійкість. Незважаючи на складні ринкові обставини, жорстку податкову систему і недостатню державну підтримку, в більшості випадків погіршення становища підприємств пов'язане з неефективною системою управління, неекономічним і нетехнологічним виробництвом, слабким урахуванням ринкових умов господарювання в усіх аспектах [1].

Література:

1. Інвестування [Електронний ресурс] / В.М.Гриньова, В.О.Коюда, Т.І.Лепейко, О.П.Коюда. *Знання*. 2008. URL: https://pidruchniki.com/12281128/investuvannya/otsinka_investitsiyynogo_rinku.
2. Дятлова Ю. В., Бородаєнко Н.В., Кердівар В.В. Інвестиційний ринок України: стан та перспективи розвитку. *Менеджер*. 2018. № 2. С. 66-72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2018_2_11.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Бикова І.Д.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ БЮДЖЕТУВАННЯ

Протягом тривалого часу витрати виявляли так званім «котельним» методом. Усі витрати на виробництво планувалися і враховувалися незалежно від місця їх споживання і цільової спрямованості. В результаті визначалася загальна сума витрат без урахування асортименту і структури випущеної

продукції. Основним недоліком цього методу було те, що він не дозволяв виявляти можливості зниження витрат через знеособленість інформації. Це не дозволяло промисловим підприємствам отримувати необхідні дані для контролю за витратами виробництва за напрямками витрат, місцями їх виникнення, видам продукції, що випускається.

Середина ХХ в. ознаменувалася створенням принципово нового напрямку управління витратами. У 1963 р С. Девідсон написав статтю, яка поклала основи стратегічного управління витратами. Інтерес до стратегічного управління витратами з'явився в зв'язку зі зростанням ролі стратегії. Сучасний бізнес надзвичайно динамічний, що вимагає від науки і практики постійного вдосконалення методів і техніки управління витратами, так як те, що вчора незмінно давало успіх і приносило стабільний прибуток, вже зараз може бути піддано сумніву, а завтра призведе до втрати переваг перед конкурентами. Досить повно концепція стратегічного управління витратами викладена в роботах К. Друрі «Управлінський і виробничий облік» і Д.К. Шанко, В. Говіндараджана «Стратегічне управління витратами». Оригінальна концепція управління витратами, викладена в зазначених дослідженнях, ґрунтується на використанні трьох основних методів: аналіз ланцюжка цінностей; аналіз стратегічного позиціонування; аналіз витратоутворюючих факторів.

Головна мета стратегічного управління витратами – це досягнення підприємством стійкої конкурентної переваги в сучасному бізнесі.

Управління витратами для своєї реалізації вимагає відповідного інструментарію, або носія, який відображав би необхідну планову і фактичну інформацію в потрібних для аналізу розрізах, в зручній формі, адекватної специфіці діяльності підприємства. Будь-яку економічну організацію можна розглядати як систему управління, так як в ній завжди можна виділити дві частини: керуючу (суб'єкт управління) і керовану (об'єкт управління).

Останнім часом широку популярність отримало бюджетування, що є розвитком концепції центрів відповідальності Дж. Хігса. Адекватність схеми

обліку економічному глузду, що відбувається на підприємстві, необхідна для того, щоб у свідомості керівників склалася вірна картина, на підставі якої можна приймати обґрунтовані, доцільні рішення. Найчастіше усвідомлення порушення цієї функції відбувається в ситуації, коли потрібно оцінити економічну ефективність окремого об'єкта або проекту, а виділити належні до нього дані неможливо. З позицій бухгалтерського обліку підприємства не просто рівні, а однакові. Основна відмінність поточного управління витратами полягає в здатності відображати своєрідність підприємства. Підприємства різні навіть всередині однієї сфери діяльності, не кажучи вже про відмінності між видами економічної діяльності. І керівник, оцінюючи ситуацію і приймаючи рішення, повинен мати дані, враховують специфіку підприємства. З цією метою в оперативному управлінні витратами широко використовуються додаткові рахунки і субрахунки. Особливістю поточного управління витратами є його здатність відображати не тільки ті факти господарської діяльності, які вже відбулися, а й ті, які повинні бути. Саме ця здатність дає можливість до початку періоду прорахувати результати і намітити заходи в разі реалізації тих чи інших прогнозів, а по закінченню періоду – провести порівняння прогнозу з фактом, зробити аналіз виконання бюджету, виявити причини відхилень, визначити місце, в якому ці відхилення виникли, і окреслити заходи щодо поліпшення ситуації.

Отже, стратегія, будучи концепцією, тобто системою поглядів на те, що підприємству слід робити для досягнення поставленої мети, повинна бути переведена в довгостроковий план дій, який природним чином набуває форму довгострокового бюджету.

Література:

1. Іпполітова І. Я. Формування системи бюджетування на підприємстві на засадах системного підходу. *Інфраструктура ринку*. 2016. Вип. 2. С. 154-159.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrctr_2016_2_32.

2. Черняєва О. О. Особливості формування системи управління витратами підприємства: теоретичний аспект. *Наукові праці МАУП*. Економічні науки. 2017. Вип. 1. С. 96-104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaupe_2017_1_17.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Горошко Д.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Ринкові перетворення, що відбуваються в Україні, потребують більш предметного ставлення до системи управління діяльністю підприємств, зокрема управління витратами.

Ефективна діяльність підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких важливим є раціональне використання усіх видів ресурсів, що спричиняє необхідність переходу до оптимальної системи управління витратами [1]. Під витратами розуміють вартість різних видів ресурсів, що споживаються для певних цілей з метою забезпечення функціонування та розвитку підприємства.

Як відомо, управління витратами – це складний, багатоаспектний та динамічний процес, що включає управлінські дії, метою яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства [3].

Система управління витратами є складовою системи управління діяльністю підприємства і має тісну взаємодію з іншими підсистемами діяльності, до яких слід віднести управління матеріально-технічним забезпеченням, виробництвом, збутом, прибутком тощо [3]. Управління витратами має здійснюватись з використанням системного підходу, тобто

розглядатись як певна складова єдиної системи з метою підвищення ефективності загального управління.

Управління витратами не є самоціллю, але воно необхідне для досягнення підприємством визначеного економічного результату, підвищення його ефективності. Функції управління витратами первинні стосовно виробництва, тобто для досягнення певного виробничого, економічного, технічного або іншого результату спочатку потрібно понести витрати [5]. Тому ціль управління витратами полягає в досягненні прогнозованих результатів діяльності підприємства найбільш ефективним шляхом.

Управління витратами належить до відносно молодій сфері наукових і практичних знань. Свій початок воно бере з виникнення теорії витрат, яка з'явилася у другій половині XIX століття. Першими у розробці даної теорії були найбільш розвинуті на той час в економічному відношенні країни: Великобританія, Німеччина, США.

Актуальність проблеми управління витратами полягає в тому, що інфляційні процеси, які мають місце впродовж останніх років, не сприяють зниженню рівня витрат. Прибуток досягається, в основному, не шляхом зменшення витрат на виробництво продукції, а за рахунок зростання відпускних цін. В цих умовах обмеження ресурсів і досягнення запланованої ефективності потребують постійного зіставлення витрат і отриманих результатів [6]. В цілому механізм господарювання підприємства визначається ступенем керованості витратами. Практично на кожному підприємстві є резерви для зниження витрат до раціонального рівня, що дозволяє досягти економічно ефективної діяльності, підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Процес управління витратами має на меті виявити, як саме сформувалась собівартість, які чинники мали на неї позитивний, а які негативний вплив. Цей процес повинен бути спрямований на прогнозування можливої величини витрат та поточне оперативне втручання у діяльність підприємства в разі виявлення відхилень від наперед визначеного бажаного стану.

Роль і значення управління витратами в сучасних умовах господарювання зумовлені місцем виробничих витрат та увагою до них працівників апарату управління підприємством [1]. Це пояснюється багатьма причинами, до яких можна віднести наступні:

- необхідність раціонального використання обмежених ресурсів;
- забезпечення зростання прибутків за рахунок економії ресурсів;
- планування ресурсів на одиницю продукції та аналіз фактичних витрат з метою виявлення відхилень і їх причини;
- зіставлення доходів і витрат для визначення ефективності виробництва;
- вирішення питань розширення асортименту продукції, використання потужностей підприємства, освоєння нових технологій [1].

Забезпечення оптимального рівня витрат дасть змогу створити сприятливі умови для зростання конкурентоспроможності продукції. Як результат – формування підґрунтя для довгострокового економічного зростання підприємств та організацій.

Література:

1. Рижикова Н.І, Накісько О.В. Управління витратами: навч. Посібник. Харків.: ХНТУСГ, 2013. 198с.
2. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами. К.: Омега-Л, Эльга, 2001. 768 с.
3. Бойчик І. М. Економіка підприємства Бойчик. К.: Атіка, 2006. 527 с.
4. Гордановська, В. П. Зниження собівартості продукції в умовах інтенсифікації виробництва: моногр. К.: Техніка, 1990. 117 с.
5. Градов, А. П. Экономическая стратегия фирмы : учебное пособие С.-Пт.: Издательство «Специальная литература», 1995. 416 с.
6. Лойко Д. М. , Смоляр Р.А. Організація витрат промислового підприємства. *Перспективи розвитку України в умовах глобальної кризи*: збірник матеріалів

Міжн. наук.-практ. інтернет-конференції (13-14 червня 2013 р., м. Дніпропетровськ). Днепропетровськ: «Герда», 2013. С. 91–93.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Загорулько Т. А.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Найважливішим важелем впливу на підприємницьку діяльність суб'єктів господарювання й економіку країни є інвестиційна політика – одна з основних складових економічної політики держави. Впливаючи на інвестиційний процес, держава використовує правові, законодавчі, організаційні, економічні механізми, інститути та інструменти. На сьогоднішній день відомо багато інструментів державного управління інвестиційним процесом. Серед них слід виділити розроблення державної інвестиційної політики, формування й удосконалення законів та інших нормативних правових актів, надання податкових пільг, посилення контролю над цільовим використанням державних інвестиційних коштів. Але цих інструментів недостатньо. Разом з тим розробленню інвестиційної державної політики має передувати глибокий аналіз нерозв'язаних проблем та причин, що визначають низьку ефективність економіки.

Перехідний характер української економіки має свої специфічні особливості, які певною мірою унеможливають наслідування досвіду становлення ринкових відносин у передових країнах світу і подолання негативних наслідків ризикових явищ. Світовий досвід показує, що застосування однакових методів державного регулювання в різних країнах

приводило до протилежних наслідків, і, навпаки, застосування різних методів регулювання мало однакові наслідки в різних країнах. В умовах реформування економіки в Україні мають бути розроблені власні механізми державного регулювання не лише економіки, а й інвестиційної діяльності, які б поєднували окремо взяті механізми, розвинуті у світовій економіці, та вітчизняну специфіку[1].

Суть державного регулювання інвестиційної діяльності полягає в: управлінні державними інвестиціями; регулюванні умов інвестиційної діяльності; контролі за її здійсненням усіма інвесторами та учасниками.

Система регулювання умов інвестиційної діяльності не є стабільною, вона підлягає коригуванню залежно від соціально-економічної ситуації в певний період часу, рівня інвестиційної активності суб'єктів господарювання. З метою активізації інвестиційного попиту держава може використовувати традиційні для світової практики методи: збільшувати державні витрати і зменшувати податки, знижувати процентну ставку за кредит, збільшувати грошову масу, втручатися в ринок цінних паперів[3].

На сьогодні держава фактично втратила важелі управління та регулювання інвестицій у виробничу сферу, а для соціальної сфери їх просто немає. Тому поточні та довготривалі інтереси економічних реформ потребують зваженої й обґрунтованої інвестиційної політики як у державній, так і в приватній господарських системах.

За допомогою інвестицій необхідно стимулювати великі державні підприємства, інвестиційний потік як один з елементів сприяння виходу з кризи має стимулювати особливо середнє та мале підприємництво, здатне конкурувати з іноземним капіталом. Для цього необхідне формування системи державного регулювання й управління інвестиціями, законодавчо закріпленої економічними методами та регуляторами[2].

Сучасна структура української економіки є дуже непропорційною внаслідок системи розподілу інвестиційних ресурсів, яка існувала в минулому. Шлях, який пройшли розвинені країни, не може бути застосований сьогодні для

України. Характерною особливістю є те, що рівень розвитку науки і техніки в ній вищий, ніж виробничий потенціал. Ураховуючи умови зовнішнього середовища, насамперед потрібно реформувати сферу послуг та інфраструктуру народного господарства. Це стане базою для подальших перетворень галузей агропромислового, видобувного та обробного секторів економіки на основі найоптимальнішого розподілу інвестиційних ресурсів [3].

Розвиток інвестиційної діяльності має здійснюватись в напрямку створення та впровадження інновацій на підставі стимулюючих впливів державної соціально-економічної політики. Це дозволить створити умови задля реалізації моделі прискореного розвитку високотехнічних та системоутворюючих галузей.

Державне стимулювання інвестиційної діяльності підприємств має відбуватися через створення також ефективного конкурентного ринку фінансових ресурсів, на якому вони можуть бути доступними для впровадження інновацій у визначених галузях економіки. За такої умови, важливу роль у запровадженні інвестиційних стимулів відіграє бюджетно-податкова політика держави на основі якої формується відповідна частка фінансування інвестицій [2].

Література:

1. Ткаченко А.М, Плаксіна Є.М. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні / А.М.Ткаченко. *Економіка і регіон*. 2014. № 2.С. 7-12 [Електронний ресурс]. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2014_2_4.
2. Дуксенко О. Державне регулювання інвестиційної діяльності підприємств. *Адаптивне управління: теорія і практика. Економіка*. 2018. Вип. 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/admthp_2018_4_14.
3. Котикова О.І. Державне регулювання інвестиційної діяльності. *Ефективна економіка*. 2017. №9. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5758>.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Кондратенко В.Р.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ: СТАН ТА СТРУКТУРНИЙ РОЗПОДІЛ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Економічний розвиток країни формується під впливом багатьох факторів. Високорозвинені держави, як правило, не відчують проблем нестачі природних, трудових та фінансових ресурсів, маючи певну економічну стабільність. Іншим країнам, що знаходяться в гірших умовах, необхідно розкривати свій потенціал. Однак вони, не маючи достатніх власних ресурсів, залучають кошти з-за кордону. Для України, яка вже тривалий час відчуває гостру нестачу внутрішніх фінансів, питання надходження зарубіжних інвестицій залишається актуальним і зараз.

При аналізі привабливості країни для прямих іноземних інвестицій дослідники часто оперують поняттям «інвестиційний клімат». Інвестиційний клімат – це сукупність макро- та мікроекономічних, політичних, соціальних та соціокультурних передумов, що визначають привабливість і доцільність інвестування в ту чи іншу господарську систему. Говорячи про інвестиційний клімат, слід зазначити, що у світовій економіці упродовж 2008-2020 рр. розгорнулася найглибша після Великої депресії фінансово-економічна криза. Основними причинами її виникнення стали: криза на ринку іпотечних кредитів США, зростання обсягу спекулятивних операцій з деривативами, нестабільність світового валютного ринку, підвищення світових цін на енергоносії і продовольство. Кредитна криза переросла у глобальну кризу, внаслідок якої банки та інші фінансові інститути втратили значну частину активів, скоротилися обсяги міжбанківського кредитування та кредитування

приватного і корпоративного сектору, зменшилися обсяги виробництва і світової торгівлі тощо.

За даними Державної служби статистики України, станом на 01.01.2019 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 32905,1 млн. дол. США прямих інвестицій, що на 4,11% більше ніж було станом на 01.01.2018 р. Тобто, має місце практично «зростаючий інвестиційний тренд» (табл. 1). Основними причинами різкого падіння обсягу інвестицій стали наступні: девальвація гривні, військовий конфлікт на сході країни, політична невизначеність та економічна криза, як в цілому світова, так і українська, зокрема.

Таблиця 1

Прямі інвестиції в Україну протягом 2010-2019 рр.

Рік	Прямі інвестиції в Україну, млн. дол. США	Темп приросту, %	Рік	Прямі інвестиції в Україну, млн. дол. США	Темп приросту, %
2010	38 992,9	-	2015	38 356,8	-28,58
2011	45 370,0	16,35	2016	32 122,5	-16,25
2012	48 197,6	6,23	2017	31 230,3	-2,78
2013	51 705,3	7,28	2018	31 606,4	1,20
2014	53 704,0	3,87	2019	32 905,1	4,11

Слід зазначити, що найбільш привабливими для іноземних інвесторів у галузевому розрізі залишаються фінансова та страхова діяльність (11,07%), переробна промисловість (26,31%), торгівля та операції з нерухомим майном (12,94%) (рис. 1).

Для покращення інвестиційного клімату України актуальним на сьогодні є питання удосконалення правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Також при визначенні рівня привабливості країни для інвестора обов'язково враховується ступінь країнового ризику, рівень якого в Україні визначається наслідками військового конфлікту на Донбасі, політичною нестабільністю, ризиками дестабілізації на валютному ринку.

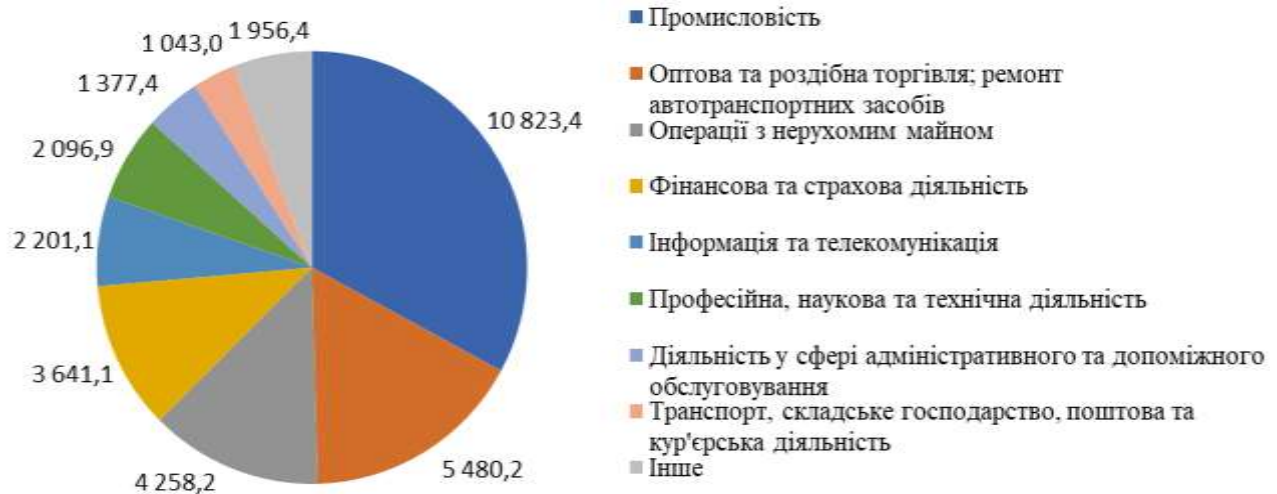


Рис. 1. Структура прямих інвестицій в економіку України за видами економічної діяльності у 2019 році

Крім того на низький рівень інвестиційної активності в Україні впливають загострення ситуації у банківській сфері, мізерні обсяги довгострокового кредитування нашої економіки, обмежені можливості доступу до фінансових ресурсів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, зниження рівня прибутковості українських підприємств і вузький спектр сфер інвестування за галузями для середніх інвесторів. Обтяжливими для інвестора все ще є регуляторні процедури, зокрема: складність адміністрування податків, кількість та складність отримання дозволів, сертифікація та стандартизація [2].

Література:

1. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. URL: www.ukrstat.gov.ua.
2. Геращенко С. О. Колотило М.Б.. Прямі іноземні інвестиції в Україні в умовах інтеграції у світове господарство. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2018. № 1. С. 60-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2018_1_9.
3. Колєватова А.В. Сучасний стан залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Випуск 22. С. 1080-1084.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Ольшевська Є.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ УКРАЇНИ

Перед економікою України сьогодні стоїть важливе завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку, що потребує значних обсягів інвестицій на модернізацію виробничих комплексів та розвиток національної інфраструктури. Зважаючи на дефіцит державного бюджету України незначні обсяги інвестування іноземного капіталу в економіку України через низький рівень державного та корпоративних міжнародних кредитних рейтингів, основним джерелом інвестиційних ресурсів для підприємств стають ресурси банківських установ. Необхідність здійснення банками інвестиційних вкладень впливає, насамперед, із прагнення банків досягти найбільшої дохідності за одночасної підтримки своєї платоспроможності, розширення клієнтської бази банку і створення структури їх комплексного обслуговування, зміцнення конкурентної позиції банку на ринках та зниження загального ризику банківської діяльності.[3]

В даний час, в час економічної нестабільності, ринок фінансових інвестицій являється важливою складовою розвитку національної економіки. При цьому, значну частку операцій із цінними паперами належить саме банкам, адже інвестиції в цінні папери забезпечують успішний розвиток банківської системи та економіки в цілому. Однак, така інвестиційна діяльність повинна бути ефективною, оскільки від цього залежить розподіл, обмін, виробництво національного продукту. Саме інвестування відноситься до базових

банківських операцій в інвестиційній сфері. На ринку фінансових інвестицій комерційні банки виступають як посередники, зберігачі, торговці, інвестори, емітенти та консультанти. Кожний банк прагне зайняти конкурентні позиції на ринку цінних паперів. Саме тому проблема інвестиційної діяльності банків на вітчизняному ринку фінансових інвестицій є актуальною на сьогоднішній день.[1]

Проблеми участі вітчизняних банків в інвестиційних процесах значною мірою пов'язані зі специфікою становлення і розвитку банківського сектора в Україні. Специфіка банківської інвестиційної діяльності полягає в тому, що лише банкам притаманні такі операції, які передбачають акумулювання значного обсягу ресурсів та трансформацію їх у інвестиції та позики.[2]

Це визначає необхідність аналізу участі банків в інвестуванні економіки, як в аспекті оцінки їх інвестиційних можливостей, так і в аспекті видів банківського інвестування, у взаємозв'язку з процесом формування банківської системи України. При цьому доцільно виділити наступні проблеми: пов'язані із дослідженням макроекономічних умов і чинників зміни характеру інвестиційної діяльності, основних напрямів розвитку банківської системи і кредитного ринку, виявлення причин і наслідків інвестиційної кризи в Україні; зумовлені характером та обсягом сформованої ресурсної бази; пов'язані із створенням сприятливих умов для здійснення банками інвестицій що тісно пов'язано з макроекономічною політикою держави; низька активність банків у фінансуванні інвестиційної діяльності.. [3]

На жаль, в Україні банки як інвестори на фондовому ринку не підтримуються з боку держави. Для того, щоб інвестиційна діяльність банківських установ розвивалася необхідна ефективна мотиваційна система, а саме запровадження пільг з оподаткування й резервування у залежності від складу портфеля цінних паперів, який включає спекулятивний портфель та інвестиційний і, відповідно, отримує спекулятивний прибуток та прибуток від інвестицій.[1]

Для покращення стану інвестиційної діяльності банків, а також забезпечення подальшого позитивного розвитку інвестиційних послуг банків в Україні необхідно, насамперед, вирішити як на макрорівні, так і на мікрорівні низку питань, зокрема таких, як: економічне та політичне становище держави, покращення нормативного регулювання банківської діяльності, залучення як вітчизняних, так і іноземних інвесторів [2].

Література:

1. Танчак Я. А. Актуальні проблеми та шляхи вдосконалення інвестиційної діяльності банків на ринку фінансових інвестицій України. International Scientific Conference «*Economy and society: Modern Foundation For Human Development*». Leipzig University. Leipzig, 2016. P. 221-224.
2. Квасницька Р.С. Банки як інвестори на фінансовому ринку: роль та статус. .Фінансовий простір. 2014. Вип. 3 (15). С. 116-119
3. Пшик Б. І., . Печенко О.О. Актуальні проблеми розвитку банківської інвестиційної діяльності в Україні.. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2014. Вип. 2. С. 24-32. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2014_2_5.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Сінельнік А.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ МОДЕЛІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління витратами являє собою науково-практичну сферу, яка широко застосовується в діяльності підприємств та включає в себе такі організаційні

підсистеми: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат.

Сутність та принципи транспортної моделі були описані у працях таких учених-економістів як Овчарук І.В., Самойленко М.І., Хоменко Л.М., Тарасова Б.Ю., Старкової О.В. та інших, які зосередили увагу на оптимальному перевезенні продукції торгового підприємства, що покладено в основу системи підтримки прийняття рішень пошуку оптимального плану багатопродуктової транспортної задачі. Транспортна задача (далі – ТЗ) – це специфічна задача лінійного програмування, застосовувана для визначення раціонального плану перевезення однорідної продукції від постачальників до споживачів, що дозволяє визначити оптимальні обсяги перевезень із загальною мінімальною вартістю з урахуванням обмежень на обсяги вантажів у пунктах відправлення (пропозиція) й обмеження на потреби в обсягах вантажів у пунктах призначення (попит). Розроблення і використання оптимальних схем вантажних потоків дозволяють знизити витрати на перевезення, як правило, на 10-30% [2, с. 102].

ТЗ може бути вирішена як звичайна пряма задача лінійного програмування. Особливістю транспортної моделі, на відміну від задачі лінійного програмування, є більша розмірність, навіть при малій кількості пунктів відправлення і призначення, і разом з тим – більша розмірність матриці рішень. Для транспортної системи найбільш типовою є ситуація розподілу однорідного товару, але на практиці – більш характерні варіанти з неоднорідними товарами, долучаючи оптимізацію завантаження наявних засобів транспортування [2, с. 103].

Розрізняють такі групи транспортних задач: 1. Задачі мінімізації вартості перевезень товару від пунктів виробництва до пунктів споживання; 2. Задачі мінімізації довжини маршруту при перевезенні від одного постачальника до кількох споживачів; 3. Задачі мінімізації строків перевезення товару від пунктів виробництва до пунктів споживання та ін. Розрахунок опорного плану ТЗ

здійснюється різними методами, найпоширенішими серед яких є метод північно-західного кута; метод мінімальної вартості; метод подвійної переваги; метод Фогеля. Формальна постановка класичної транспортної задачі має вигляд:

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m c_{ij} \cdot x_{ij} \rightarrow \min_{x_{ij} \in \Omega},$$

де n – кількість постачальників (вантажовідправників); m – кількість споживачів (вантажодержувачів); a_i – обмеження за пропозицією (сумарна кількість вантажу, що постачається i -м постачальником); b_j – обмеження за попитом (сумарна потреба в кількості вантажу j -го одержувача); c_{ij} – ваговий коефіцієнт, що визначає внесок у формування цільової функції одиниці вантажу, перевезеного від i -го постачальника до j -го одержувача; x_{ij} – об'єм кореспонденції (кількість вантажу, що транспортується) між i -м постачальником і j -м одержувачем [1].

Після знаходження опорного плану перевезень, потрібно застосувати один із алгоритмів його поліпшення, наближеного до оптимального, наприклад, метод потенціалів.

Головною перевагою транспортної моделі є можливість її використання не тільки для розв'язання економічних задач, які пов'язані з транспортуванням вантажів, а також при управлінні рухом капіталів, формуванні розкладів, призначенні персоналу та ін. Величина c_{ij} може мати різний зміст: вартість, відстань, час, продуктивність. На виробництві часто виникає задача оптимального призначення, тобто розподіл працівників за видами робіт (верстатами, машинами) таким чином, щоб при відомій продуктивності праці отримати максимальну загальну продуктивність праці. Також цю модель можна використати для складання раціонального плану креслення на виробничому підприємстві, який забезпечить вирізання необхідної кількості заготовок для виготовлення всіх запланованих виробів із мінімальними сумарними відходами [3, с. 40, 46]. Таким чином, налаштована модель ТЗ може значно спростити задачу економіста (особи, що приймає рішення) у корпоративній системі

підприємства, а в умовах стаціонарного середовища – практично замінити його. ТЗ може містити не тільки інформацію про перевезення вантажів, а і про управління рухом капіталів, формування розкладів, призначення персоналу та ін. Цей метод, завдяки своїм характеристикам, допомагає обрати найбільш раціональний метод управління ресурсами підприємства.

Література:

1. Самойленко М.І., Кобець А.О. Інформаційні технології в розв'язанні транспортних задач: монографія. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2011. 256 с
2. Вилисов В. Я. Транспортная модель, аппроксимирующая предпочтения ЛПР [Електронний ресурс]. *Лаборатория, прикладная информатика*. 2010.– Випуск №6(30). С. 101-110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transportnaya-model-approksimiruyuschay-apredpochteniya-lpr>
3. Харченко Ю.А. Оптимізаційні методи та моделі: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2014. 138 с.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Таранець Б.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

У сучасних умовах обмеженість інвестиційних ресурсів стримує не тільки процес формування ринкової економіки України, але й розвиток самих підприємств, оскільки інвестиції та їх ефективне використання формують

матеріальну базу сучасного виробництва та створюють певні передумови для розширеного відтворення й розвитку самих підприємств.

Загалом, фінансові інвестиції – це вкладення коштів чи інших активів у цінні папери суб'єктів господарської діяльності.

У сучасних умовах Україна постала перед об'єктивною необхідністю активізації інвестиційного процесу. Структурне та якісне оформлення виробництва та створення ринкової інфраструктури відбуваються майже повністю шляхом і за рахунок інвестування.

З огляду на це, інвестиційний процес потребує постійного поглибленого дослідження, насамперед, з питань обґрунтування інвестиційної стратегії, виборі ефективних форм та напрямів інвестування. Слід враховувати те, що перебіг, характер, інтенсивність та ефективність управління інвестиційною діяльністю багато в чому залежить від інвестиційного клімату країни. Україну можна важчати інвестиційно привабливою країною для інвестування, опираючись на [1]:

- наявність високо природно-ресурсного потенціалу;
- культурну спорідненість з іншими європейським країнами;
- високий рівень освіти населення і належну професійну підготовку;

Однак поряд з привабливим інвестиційним кліматом на сьогоднішній день в Україні можна виділити цілу низку проблем, що перешкоджають залученню інвестиційних ресурсів. Дослідження проблем залучення фінансових інвестицій в Україні, які проводилися науковцями, аналітиками та експертами, показали, що найбільш негативно на процес іноземного інвестування в Україні впливають [2, с.88-92]:

- відсутність сталої стратегії економічного і політичного розвитку;
- обмеженість державних підприємств, що підлягають приватизації, і в яких зацікавлені потенційні інвестори;
- незабезпеченість усім іноземним інвесторам, рівних економічних прав і свобод у здійсненні фінансово-економічної діяльності;

Основними недоліками нормативно-правового забезпечення іноземного інвестування в Україні на сучасному етапі розвитку, можна визначити:

- велику кількість законодавчих актів (більше 100), яка до того ж постійно збільшується, та внесення до них постійних змін та доповнень;
- недосконалість податкового законодавства у частині обліку витрат;
- значні розбіжності у нормотворчості регіональних органів державної влади

Регіональна структура іноземного інвестування в Україні також не є оптимальною. Майже половина усіх інвестицій (48,2% у 2016 р.) надходила у м. Київ. Частково це можна пояснити тим, що значну кількість організацій зареєстровано саме у Києві, тоді як фактична реалізація проектів відбувається в інших регіонах країни. Частка ж більшості інших регіонів складала протягом 2002-2016 рр. менше 1%. [3, с.53-54]

Активізацію інвестиційної діяльності в Україні гальмує зростання масштабів тіньової економіки, викликане надмірним податковим тягарем. Фінансування інвестицій за допомогою фондового ринку стримується низькою схильністю населення до заощаджень у формі цінних паперів.

Тому для стимулювання залучення інвестицій та усунення негативних тенденцій в економіці України доцільно здійснити ряд заходів, спираючись на принципи:

- стабільності основних законодавчих актів щодо умов іноземного інвестування;
- диференційованого підходу до нормативних та інших пільг для іноземних інвесторів
- з урахуванням обсягів і форм інвестування, а також пріоритетів у розвитку економіки України;

Отже, розглянуті проблеми іноземного інвестування в Україні потребують нагального прийняття відповідних рішень та реальних кроків від органів центральної та регіональної державної влади, які мають бути націлені на досягнення паритету між короткостроковими інтересами окремих приватних

іноземних інвесторів та одержанням довгострокових ефектів для національного господарства і населення України в цілому.

Література:

1. Федорчук Д.Е. Нові перешкоди для іноземного інвестування в Україні. *Економіка та право*. 2007. № 1. С. 32–37.
2. Інвестування національної економіки: монографія / За ред. В.Г. Федоренка, М.П. Денисенка. К.: ІНК ДСЗУ, 2011. 296 с.
3. Бланк І.О., Гуляєва Н.М. Інвестиційний менеджмент: підруч. / за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: КНТЕУ, 2003. 398 с.

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Хурса В.В.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ КОМПАНІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Головним завданням кожної компанії є максимізація прибутку і мінімізація витрат, і тому перед усіма компаніями постає проблема, що стосується пошуку напрямків скорочення витрат. Підприємства хочуть не просто мінімізувати витрати, що може привести до скорочення виробництва, а більш раціонально і ефективно використовувати ресурси компанії і отримати максимальну віддачу на всіх стадіях виробничого процесу. Під процесом управління витратами компанії розуміють визначення витрат, їх облік, угруповання та надання у зручному вигляді для подальшого аналізу і ухвалення правильних управлінських рішень.

Проблеми управління витратами підприємства є одними з найвагоміших і найскладніших в ринковій економіці. Якщо в час, коли відбувався перехід до ринкових відносин більшість компаній бажали отримати зростання рентабельності завдяки підвищенню відпускних цін на товари, то в сучасних умовах коли на ринку панує жорстка конкуренція, всі галузі економіки ці можливості поступово втрачають. Значної уваги приділяють саме неціновим факторам укріплення своєї позиції на ринку, такі як покращення якості товарів, надання гарантій та післягарантійного обслуговування та надання інших додаткових послуг.

Управління витратами є важливим інструментом підприємства при боротьбі з конкурентами, через те що закономірне управління витратами сприяє зниженню цін на товари, що при інших рівних умов надає підприємству збереження і укріплення своїх позицій на ринку. На практиці ж дуже багато підприємств нашоухуються на певні складнощі у вирішенні різних проблем управління, що не дає можливості розробити якісної системи управління витратами виробництва.

Перша проблема стосується того, що існує безліч різноманітних видів витрат, і тому потрібне додаткове вивчення їх видових особливостей для чергового їх узагальнення, з метою оптимізації постановки управлінського обліку. Основним інструментом управління собівартістю є управлінський облік, що являє собою самостійну систему збору, планування, контролю, аналізу, а також негайного прийняття управлінських рішень для того, щоб оптимізувати фінансові результати роботи компанії.

Другою проблемою є складність, а часом навіть неможливість точного вимірювання складу витрат. Це робить сильний вплив і на труднощі здійснення облікових операцій. Така проблема має місце при формуванні якісної системи управління витратами.

До третьої проблеми відносять неоднозначний вплив витрат на прибутки підприємства в цілому. Саме від того, яка застосовується система обліку витрат

і залежить в якому звітному періоді певна величина витрат вплине на розміри прибутку.

Сучасні підприємства в даний час мають однакові проблеми в галузі управління витратами – це конкуренція, яка має цінової характер; завантаження виробничих потужностей є неповним; знос обладнання, внаслідок чого, зростають витрати на його ремонт; велика частка витрат на сировину та енергоресурси в структурі собівартості.

Система управління витратами має відповідати певним вимогам: мати чітке визначення і деталізацію показників витрат; відповідати ієрархічно організованій системі управлінської звітності, орієнтованої на конкретного користувача; забезпечувати відповідальність за результати управління витратами; мотивувати і орієнтувати на результати управління витратами; забезпечувати виконання процесів планування, обліку, контролю і аналізу витрат на систематичній основі; відповідати адекватної інформаційної системи, що дозволяє отримувати інформацію для цілей управління; регламентувати і стандартизувати процеси управління витратами.

Для подолання вищезазначених проблем в системі управління витратами необхідні додаткові дослідження і розробки. Так як, під управлінням витратами на підприємствах прийнято розуміти сукупність всіх функцій управління, що гарантують високоефективне використання різних видів ресурсів, які необхідні для ефективної роботи підприємства, то до подібних функцій щодо управління витратами, відносяться: формування стратегічних планів розвитку підприємства; визначення центрів відповідальності, центрів витрат, центрів прибутку та інвестицій; формування та оптимізація графіка документообігу; створення системи бюджетування і оперативного планування витрат компанії; створення системи мотивації працівників підприємства, спрямованої на виконання планів і бюджетів, скорочення браку у виробництві; удосконалення інформаційних систем і автоматизація підприємства.

Таким чином, для досягнення істотних покращень в такій складній області, як управління витратами, необхідно проводити зміни у всіх сферах

діяльності – людські ресурси, організаційні структури, процеси, системи, процедури – і всі ці зміни повинні бути певним чином взаємопов'язані один з одним. Тільки грамотне управління витратами в сучасних нестабільних економічних умовах і жорсткої конкуренції сприятиме ефективній фінансово-господарської діяльності компанії.

Література:

1. Фостолович В. А., Сімаков О.О. Місце управління витратами в сучасній системі управління підприємством. *Економіка та держава*. 2019. № 10. С. 36-45.

Мединська Т. В.,

к.е.н., доцент

Мутян І. Є.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Львівський торговельно-економічний університет

БЮДЖЕТОУТВОРЮЮЧІ ПОДАТКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

У сучасних умовах податковий механізм відіграє неабияку роль при удосконаленні економічної політики України, адже податкові надходження є вагомим джерелом поповнення бюджетів усіх рівнів. Податкові надходження бюджету визначаються суттю фіскальної політики, яку проводить держава на конкретному етапі її розвитку.

Податки є необхідною ланкою економічних відносин у суспільстві і є основною формою доходів держави та не менш важливим важелем економічного впливу держави на суспільне виробництво.

Динаміку та структуру формування податкових надходжень до зведеного бюджету України у 2017-2019 рр. відобразимо у табл. 1, що складена за даними Державної казначейської служби України.

Таблиця 1

Динаміка та структура формування податкових надходжень до зведеного бюджету України у 2017-2019 рр.

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення (+,-) 2019/2017	
				у сумі	у %
Доходи бюджету, млрд грн	793,4	928,7	998,2	205,2	1,3
у % до ВВП	27,3	26,1	25,1	-2,2	-
Податкові надходження, млрд грн	627,2	750,1	799,8	172,6	1,3
у % до ВВП	21,6	21,1	20,1	-1,5	-
у % до доходів бюджету	79,1	80,8	80,1	1,0	-
Податок на доходи фізичних осіб, млрд грн	73,1	94,4	100,7	27,6	1,4
у % до ВВП	2,5	2,7	2,5	-	-
у % до доходів бюджету	9,2	10,2	10,1	0,9	-
Податок на прибуток підприємств, млрд грн	66,9	96,9	107,1	40,2	1,6
у % до ВВП	2,3	2,7	2,7	0,3	-
у % до доходів бюджету	8,4	10,4	10,7	1,8	-
Податок на додану вартість, млрд грн	314	374,5	378,6	64,6	1,2
у % до ВВП	10,8	10,5	10,6	4,3	-
у % до доходів держави	39,6	22,7	37,9	14,8	-
Акцизний податок, млрд грн	63,7	65,3	69,8	6,1	1,1
у % до ВВП	2,2	1,8	1,8	-0,4	-
у % до доходів держави	8,0	7,0	7,0	-1,0	-
Мито, млрд грн	30,3	31,8	32,2	1,9	1,9
у % до ВВП	1,0	0,9	0,8	-0,2	-
у % до доходів держави	3,8	3,4	3,2	-0,6	-

Помітно, що найбільшу частку доходів бюджету складають такі податки як: податок на додану вартість, податок на прибуток підприємств та податок з доходів фізичних осіб. Питома вага цих податків у доходах зведеного бюджету складала у 2017 році 39,6%, 8,4% та 9,2%; у 2018 році 22,7%, 10,4% та 10,2%; і у 2019 році 37,9%, 10,7% та 10,1% відповідно. Найбільш бюджетоутворюючими серед представлених податків є податок на додану вартість, що відіграє важливу роль у системі державних фінансів як більшості розвинутих країн, так і країн з ринками, що формуються. Аналізуючи динаміку надходжень ПДВ (рис. 1), спостерігаємо тенденцію до зростання, однак через

неврегульованість проблеми справляння фіскальна віддача від ПДВ має тенденцію до стійкого зниження.

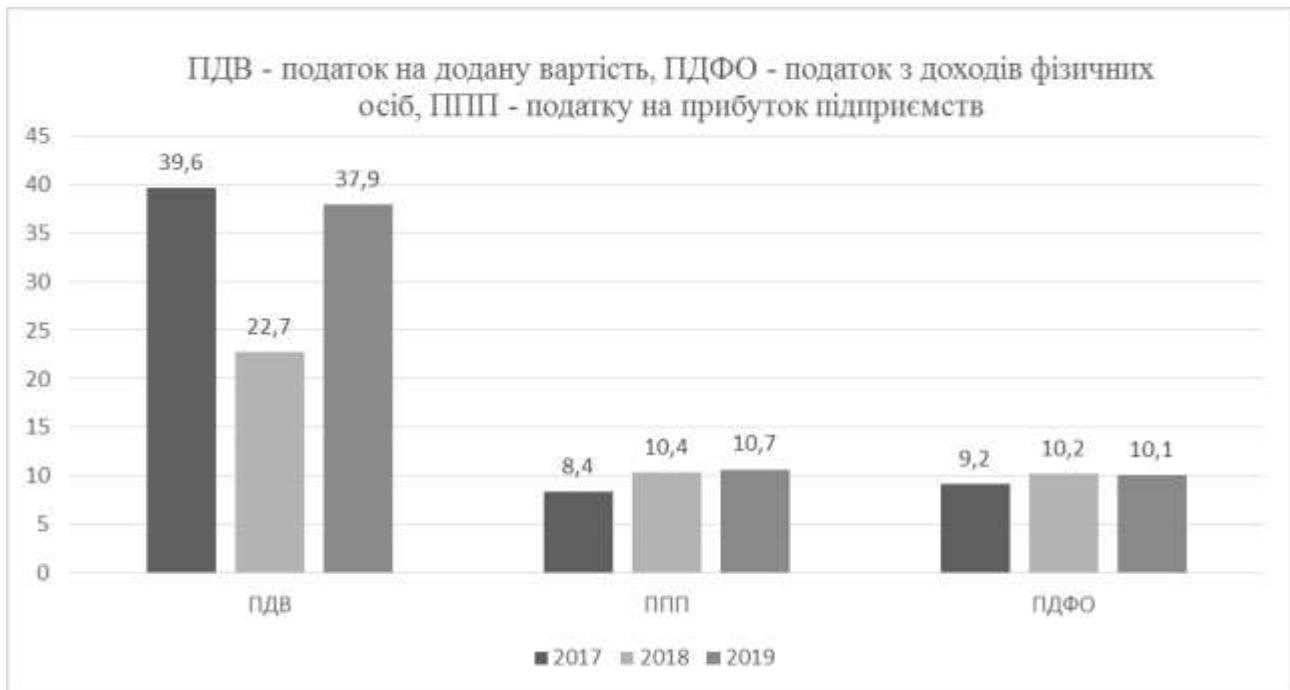


Рис. 1. Динаміка структури надходження основних бюджетоутворюючих податків до зведеного бюджету України за 2017-2019 рр.

Джерело: складено авторами за даними [1]

Отже, непрямі податки посідають істотне місце у вітчизняній податковій системі, та зокрема податок на додану вартість, який виконує значну бюджетоутворювальну роль, а також забезпечує вагомую частку в системі державних доходів України [2, с. 215].

Наступним бюджетоутворюючим податком за величиною є податок на прибуток підприємств, об'єктом оподаткування якого є прибуток до оподаткування. Тенденція, що відображена на рис. 1 є зростаючою, ефективність зменшення ставок податку на прибуток, за концепцією А. Лаффера при зростанні податкового навантаження бізнес або йде у тінь, або згортається. Тому зменшення ставки податку на прибуток до 18% є дієвим заходом для розвитку підприємництва в Україні, що дозволить суттєво поповнити доходи державного бюджету. Податок на доходи фізичних осіб є вагомим у бюджетотворенні, ставка із 2016 року змінювалась за роками і тепер складає 18%. Розглядаючи ПДФО, можна прослідкувати, що абсолютний приріст 2019

року проти 2017 склав 27,6 млрд грн (0,9%). Динамічне зростання надходжень податку на доходи фізичних осіб та непоганий рівень виконання планових показників забезпечується в основному ПДФО із заробітної плати, однак пропонуємо запровадити прогресивне оподаткування доходів громадян.

Заробітна плата становить більшу частину доходів домогосподарств, а інколи вона є єдиним джерелом доходу. Дивлячись на те, що в Україні не застосовуються прогресивні ставки ПДФО, це обумовлює соціальну несправедливість, а проявляється вона в тому, що населення, яке заробляє менше сплачує однакоvu частку з тими хто заробляє більше.

Зауважимо, що непрямі податки є головним джерелом наповнення державного бюджету України, однак на сьогоднішній день система непрямого оподаткування в Україні є недосконалою та потребує подальшого реформування. До напрямів вдосконалення механізму стягнення ПДВ є [3, с. 45]: подальше вдосконалення законодавства та остаточна його адаптація до вимог ЄС; ліквідація недієвих пільг; введення диференційованих ставок; вдосконалення процесів електронного адміністрування. У сфері акцизного оподаткування необхідно: підвищити рівень адаптації законодавства до вимог ЄС; розширити перелік підакцизних товарів, об'єктів та бази оподаткування; посилити екологічну спрямованість акцизного оподаткування; підвищити дію не лише фіскальної а й регулятивної функції податку. Основними заходами у сфері митного оподаткування є: удосконалення податкового законодавства; уніфікація порядку справляння мита; посилення контролю над митницею; створення механізму застосування спрощеного порядку процедур митного оформлення товарів. Впровадження усіх зазначених заходів у сфері непрямого оподаткування дасть змогу наблизитись до моделі, яка б забезпечила поєднання фіскальної ефективності з одночасним забезпеченням належного регулюючого впливу на соціально-економічні явища.

В умовах реформування податку на прибуток підприємств, за підтримки українських виробників та інвесторів вважаємо за доцільне заміну податку на прибуток податком на виведений капітал, таке нововведення сприятиме

розвитку виробництва в Україні і виведенню доходів підприємств з тіні та водночас приведе до докорінної реформи податкової системи: збільшення інвестицій та зменшення адміністративного навантаження [4, с. 62]. Вважаємо, що оподаткування операційних доходів полегшить адміністративне навантаження підприємств та податкових органів.

Література:

1. Державна казначейська служба України. URL: www.treasury.gov.ua/ua.
2. Мединська Т. В., Філь Ю. П. Роль ПДВ у системі непрямого оподаткування України. *Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць*. 2012. Вип. 22.02. С. 212-216.
3. Дубовик О. Ю. Податкова складова бюджету: проблемні питання: *монографія*. Одеса, 2013. 251 с.
4. Мединська Т. В., Керод Т. Р. Трансформація податку на прибуток у податок на виведений капітал в Україні. *Актуальні питання сучасної економіки: матеріали X Всеукраїнської наукової конференції*. Умань. 2018. С. 62-64.

Морозова О.С.,

к.е.н., доцент

Морозов О.В.,

д. с.–г.н., професор

Миронець Т.А.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

РОЗВИТОК КУЛІНАРНО – ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇН СВІТУ

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету та сприяє активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей народного господарства: будівництва, торгівлі,

сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту та зв'язку тощо. Індустрія туризму має найбільш сильний ефект мультиплікатора, ніж більшість інших економічних галузей.

Індустрія туризму, як і будь-яка інша сфера господарської діяльності, є складною поліфункціональною системою, ступінь розвитку якої залежить від рівня розвитку економіки країни в цілому. Багато століть тому, купці здійснювали подорожі з метою придбання різних ласощів, спецій, вин і різних напоїв, сьогодні світова торгівля дала змогу вирішити це питання. Тепер в будь-якому супермаркеті ми легко можемо знайти продукти з будь-якого континенту планети. Але, тим не менш, досить велика кількість мандрівників відправляються в подорож з метою, щоб дізнатися смак національної кухні безпосередньо на її території, спробувати унікальні рецепти знаменитого шеф-кухаря, продегустувати вино або інший напій безпосередньо на місці його виробництва. Кулінарний туризм (гастрономічний туризм) — це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу [1]. Всесвітня туристична організація небезпідставно передбачає, що розвиток кулінарного туризму посяде одне з провідних місць на світовому ринку туристичних послуг. В першу чергу для будь-якого туриста харчування та напої знаходяться в числі найважливіших пріоритетів під час подорожі. У тому випадку, якщо при формуванні туру знайомство з національною кухнею є головним мотивом подорожі, то цей факт обов'язково відобразить внутрішні переваги більшості майбутніх клієнтів. Іншими словами, знайомство з національною кухнею стає головним визначальним елементом перебування в даній країні. Кулінарні тури поділяються на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Зелений та еногастрономічний туризм на сільських територіях – форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського або фермерського господарства. Це відносно нова галузь, але у світі розглядається, як альтернатива сільському господарству за розмірами отриманих прибутків. До того ж розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких

значних капіталовкладень, як інші види туризму. Необхідно лише забезпечити три важливі умови : наявність житла для розміщення туристів, створення В@В місць («ліжко і сніданок»), забезпечення дозвілля (за рахунок природно-рекреаційних, культурних, етнографічних та історичних особливостей регіону). Зелений сільський туризм є корисним як для відпочиваючих, так і для господарів-селян, сільських громад, оскільки сприяє розвитку пов'язаних з ним галузей економіки та збереженню української духовності, популяризації української культури, поширенню знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що звісно заслуговує на увагу з боку держави [2].

Міський гастрономічний туризм — це відвідування ресторанів, у яких дотримуються традицій національної кухні. Іноді супроводжуються екскурсіями на підприємства, які роблять «культові» продукти, — броварні, сироварні, копильні. Справжні естети в таких турах зможуть оцінити атмосферу, майстерність шеф-кухарів, професіоналізм персоналу та оформлення страв. У кулінарному турі існують різні напрямки кулінарного туризму за видами конкретного продукту або напою, які сформувалися за побажаннями туристів (табл. 1)

Таблиця 1

Кулінарний туризм

Напрями кулінарних турів	Види продукту або напою	Країна
Гастрофестивалі	Винні фестивалі Пивоварні фестивалі Фестиваль: борщу, вареників, сала, голубців, дерунів	Іспанія, Італія Німеччина, Франція, Україна
Сирна скарбниця	Гастрономічні тури сиру	Швейцарія, Німеччина
Кухня по віденські	Віденський струдель, кава по віденські, віденські ковбаски, торт «Захер»	Австрія
	Суп із прозорим бульйоном, бешамель, тістечка безе та еклери, майонез	Франція
Винний тур	«Шлях великих глечиків»	Франція
Програма мінімум для туриста	Ескарго, качка по пекінські, смажені квітки з гарбуза, салат сом - там	Франція, Китай, Італія, Таїланд
Острів свободи	Запечена свиняча нога, кубинський суп, коктейлі: «Мохіто», «Куба лібре», «Дайкірі»	Куба
Нова хвиля	«Чудовий смачний вояж» (екологічні та свіжі продукти)	Латвія

Кулінарний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

Література:

1. Кулінарний туризм матеріал з вікіпедії веб-сайт URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення 25.05.2020).
2. Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 17 квітня 2019 № 216 «Про затвердження плану заходів Міністерства аграрної політики та продовольства України щодо розвитку сільського зеленого та еногастрономічного туризму на сільських територіях на період до 2020 року» веб-сайт URL: <https://agro.me.gov.ua/> (дата звернення 25.05.2020).

Мурашко О. В.,

к. е. н, доцент

ДЗВО Університет менеджменту освіти

ВПЛИВ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Умови ринкової економіки і конкуренції обумовлюють необхідність застосування сучасних методів управління діяльністю підприємств. В своїй діяльності підприємство використовує різного виду ресурси. Ресурсний потенціал – сукупність ресурсів, які є в розпорядженні підприємства.

Класифікація ресурсів підприємства може бути здійснена за різними ознаками. Ресурси підприємства спрощено можна розділити на: матеріальні (матеріально - технічні); трудові; грошові.

Критерієм економічної ефективності діяльності підприємства є максимально позитивний результат (прибуток) при обґрунтовано мінімальних затратах і раціональному використанні ресурсів.

Трудові ресурси підприємства – це сукупність його працівників, персонал, який приводить у дію всі інші види ресурсів. Отже раціональне використання трудових ресурсів є важливою передумовою ефективної діяльності підприємства. Ефективність використання трудових ресурсів підприємства характеризує продуктивність праці. Продуктивність праці – визначається кількістю продукції, обсягом роботи, що виробляються в одиницю робочого часу або витратою на одиницю продукції, роботи, що виготовлена. Трудомісткість – витрати робочого часу на виробництво одиниці продукції, роботи - в натуральному виразі.

Чинники, які впливають на рівень продуктивності праці на підприємстві є зовнішні і внутрішні. До зовнішніх відносяться, зокрема – науково технічний прогрес (НТП); рівень освіти та кваліфікації працівників; рівень конкуренції; рівні цін та інфляції. Внутрішні чинники, зокрема - технологічний і організаційний рівень, виробництва; організація праці тощо.

Рівень екстенсивного використання праці показує міру її продуктивного використання. Чим корисніше використовується робочий час, тим вищою буде і продуктивність праці. Однак таке зростання має чіткі межі. Якщо на роботі весь час повністю витрачається на продуктивну працю (що на практиці нереально), то це буде гранично вища межа рівня використання праці.

Інтенсивність праці є мірою її напруженості і визначається кількістю фізичної та розумової енергії людини, витраченої за одиницю часу. Таке підвищення інтенсивності праці теж має свої межі.

Отже рівень екстенсивного та інтенсивного використання праці є важливими факторами зростання продуктивності праці, які однак мають чітко визначені обмеження у використанні цих факторів.

Важливим резервом зростання продуктивності праці, є підвищення ефективності діяльності підприємства під впливом дії науково технічного

прогресу. У розвинутих країнах продуктивність праці збільшилася в кілька разів за рахунок такого фактору. Внаслідок цього покращився добробут і рівень життя всіх верств працюючого населення.

Важливим напрямком аналізу ефективності оплати праці персоналу підприємства є аналіз співвідношення темпів зростання середньої заробітної плати і продуктивності праці. Однією з умов зниження витрат заробітної плати на виробництво одиниці продукції є випереджаюче зростання продуктивності праці порівняно з підвищенням середньої заробітної плати.

Оскільки зростання продуктивності праці має надзвичайно велике значення, вивчення факторів і пошук резервів цього зростання є важливим завданням всієї економічної теорії і практики діяльності підприємств.

Резерви зростання продуктивності праці - це такі можливості її підвищення, які вже виявлені, але поки що не використані. Кількісно резерви можна визначити як різницю між максимально можливим і реально досягнутим рівнем продуктивності праці.

Резерви зростання продуктивності праці за змістом поділяються на:

- науково - технічні – впровадження і використання досягнень науково-технічного прогресу, новітніх технологій, що дає можливості впровадження ефективніших засобів виробництва;
- організаційно-економічні, які визначають можливості удосконалення поєднання робочої сили із засобами виробництва.
- соціально-економічні, які визначають можливості підвищення якості робочої сили, зокрема за рахунок людського фактору.

Зазначені фактори можуть діяти ефективно тільки в їх комплексному поєднанні і взаємозв'язку.

Отже управління продуктивністю праці є частиною загального процесу управління підприємством. В управлінні діяльністю підприємств значну роль відіграє науково обґрунтована та впроваджена і реалізована на практиці система управління трудовими ресурсами. Вирішення питань, пов'язаних з

управлінням трудовими ресурсами повинно здійснюватись відповідно їх адаптації до діяльності в сучасних умовах ринку.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф., Івахненко С.В. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: Підручник . Житомир: ЖІТІ, 2002. 435 с.
2. Дідковська Л.Г., Гордієнко П.Л. „Менеджмент”, К. „Алерта”, 2007. 516 с.
3. Друри К. Управленческий и производственный учёт, М.:Юнити, 2007. 1423 с.
4. Управління трудовим потенціалом: [навчальний посібник] / Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грیشнова О.А., Керб Л. П. К.: КНЕУ, 2005. 403 с.

Нічік Н.Б.,

старший судовий експерт

Херсонське відділення Одеського науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України

СУДОВА ЕКСПЕРТИЗА, ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ

Однією з важливіших функцій менеджменту (управління) є контроль.

Як зазначено у п. 1.5 навчального посібника «Судово-бухгалтерська експертиза» Мумінова-Савіна Г. Г., складовими елементами фінансово-господарського контролю є ревізія, аудит і судово-бухгалтерська експертиза, які, користуючись загальними методичними прийомами і процедурами економічного контролю, досліджують один і той самий предмет — фінансово-господарську діяльність підприємств і організацій. ... Крім того, вони використовують однакові джерела інформації (первинну бухгалтерську документацію і ті самі законодавчі й нормативно-правові акти України з питань фінансово-господарського контролю) [1].

Ревізія, аудит і судово-економічна експертиза ґрунтують свої висновки на документальних даних. Їм властиві конкретність у визначенні різних економічних показників (розміру збитків, втрат, нестач цінностей тощо) і обґрунтованість системою доказів. Разом з тим, між ними існують суттєві відмінності, які обумовлені задачами, які ставляться перед ними та законодавчою базою, яка регулює їх діяльність.

Так, відповідно до ст.1 Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» аудит - аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [2].

Відповідно до ст.1 Закону України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» державний фінансовий аудит є різновидом державного фінансового контролю і полягає у перевірці та аналізі органом державного фінансового контролю фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю [3].

Відповідно до ст.1 Закону України «Про судову експертизу» судова експертиза - це дослідження на основі спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва, ремесла тощо об'єктів, явищ і процесів з метою надання висновку з питань, що є або будуть предметом судового розгляду [4].

Одним з багатьох різноманітних видів судових експертиз є економічна експертиза, яка підрозділяється на експертизи бухгалтерського та податкового обліку; фінансово-господарської діяльності; фінансово-кредитних операцій. В той же час, використання судово-економічною експертизою однакових методичних прийомів і процедур обліку є причиною того, що її часто не

відрізняють від ревізії і аудиту. Але ж між ними існують суттєві відмінності, зокрема:

- періодичність проведення, яка є важливою умовою ефективності контролю, що здійснюється ревізією та аудитом. Судово-економічна експертиза не має періодичності проведення та призначається на підставі рішень судів, правоохоронних органів у процесі розслідування кримінальної, господарської чи цивільної справи лише за виникнення потреби в спеціальних знаннях для встановлення окремих фактичних обставин цих справ;

- судово-економічна експертиза не виконує профілактичну функцію в діяльності підприємств щодо попередження порушень, яка властива фінансово-господарському контролю, що здійснюється ревізією та аудитом;

- принцип всебічності контролю передбачає перевірку всіх господарських операцій та інших фактів фінансово-господарської діяльності підприємств за певний період. За допомогою судово-економічної експертизи встановлюються лише окремі факти фінансово-господарської діяльності підприємств чи осіб, які є учасниками розслідування цивільної, господарської чи кримінальної справи та які поставлені перед експертом-бухгалтером слідчим або судом;

- експерт повинен забезпечити виконання своїх обов'язків, дотримуючись своїх процесуальних прав із урахуванням обмежень відповідно до п. 2.3. «Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень» [5];

- висновок експерта, після його оцінки слідчим або судом, може набути доказову силу та стати джерелом доказів за справою. Узагальнюючи відмінності можливо зробити важливий висновок, що судово-економічна експертиза досить істотно відрізняється від ревізії та аудиту, які здійснюють такий важливий етап менеджменту як контроль.

Література:

1. Мумінова-Савіна Г.Г. Судово-бухгалтерська експертиза: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2004. URL: <https://readbookz.net/books/133.html> (дата звернення 27.05.2020).

2. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. Дата оновлення 20.03.2020. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення 27.05.2020).
3. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні: Закон України від 26.01.1993 р. № 2939-XII. Дата оновлення 19.04.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12> (дата звернення 27.05.2020).
4. Про судову експертизу: Закон України від 25.02.1994 р. №4038-XII. Дата оновлення 20.03.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12> (дата звернення 27.05.2020).

Пенез О.В.,

ст. викладач

Яковлєва Я. Ю.,

здобувач вищої освіти

Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

ПРОБЛЕМИ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Економіка держави постійно розвивається, тому і податкова система не повинна стояти на місці, їй необхідно удосконалюватися і відповідати рівню економічного розвитку. Велику роль у розвитку держави відіграє бюджет, наповнення якого безпосередньо залежить від фіскальної політики. Система податкової політики в Україні далека від ідеалу і це робить проблеми оподаткування актуальнішими в даний час, тому слід спочатку розібрати ключові проблеми, які заважають розвитку держави.

По-перше, одна з найважливіших проблем в Україні - великий обсяг тіньової економіки. За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, рівень тіньової економіки дорівнюється 30% ВВП за 2018 рік [1].

Для початку слід зазначити причини формування "прихованої" економіки: високий рівень оподаткування - з цього випливає: приховування виручки, нелегальне вивезення за кордон капіталу, ухилення від сплати податків; службові зловживання та корумпованість державних службовців різних владних структур; відсутність належної системної роботи органів державної влади; наявні проблеми і протиріччя в законодавстві сприяють зростанню безкарності в нелегальній діяльності.

Безперечно, в тіньовій економіці є свої плюси, такі як: появлення робочих місць, яких недостатньо в умовах офіційної економіки; поліпшення умов життя більшості громадян [2]. Але зменшення податкових відрахувань до бюджету уповільнює економічне зростання держави, що проявляється в зниженні ВВП. Щоб тіньова економіка не захоплювала все більшу частину ринку, треба домагатися таких змін в економічній політиці держави, які дозволять усунути основні причини виникнення нелегального сектора. Необхідно приводити тіньовий сектор в стандартні розміри, поступово легалізуючи його, причому так, щоб це пішло на користь державі і суспільству. Одним з методів боротьби з тіньовою економікою є податкова амністія. Амністія має добровільний характер, держава не буде примушувати в легалізації "чорних" активів. При цьому, легалізуючи свої доходи, платник зможе уникнути відповідальності за ухилення від сплати податків. Важливим фактором успіху подібних заходів є розгортання антикорупційних реформ, а також послідовність і суворість податкових органів у виявленні та покаранні компаній, які ухилялися від сплати податків. По-друге, до проблем податкової політики можна додати не прогнозування наслідків реформ, в результаті, посилюється соціальна напруга в суспільстві. Податки, що потрапляють до бюджету, забезпечують його функціонування, і тому вони вимагають обґрунтованого планування та регулювання. Постійні провали призводять до економічних криз, інфляції, бюджетного дефіциту. Вийти з кризового становища можна, тільки спираючись на наукові знання і досвід, слідуючи в господарській діяльності рекомендацій

науки. Але не вийде повністю переймати особливості податкових систем країн з розвинутою ринковою економікою [3].

Перехід до ринкової економіки вимагає взаємозв'язку формування фінансів в частині державних доходів і податкової політики, а це вимагає зміни структури управління. Очевидно, що просування до ринку має сприяти наданню великих прав місцевим органам влади та управління. Однак необхідність централізованої системи управління державними доходами і податковою політикою зберігається аж до повного переходу на ринкову економіку, тому що це є однією з основних умов виходу з економічної кризи.

Удосконалення податкової політики має йти в трьох напрямках: фінансовому - через формування доходів бюджету, економічному - через вплив на виробництво, і соціальному - через вплив на доходи населення. Розраховувати на позитивні зрушення можна лише за умови усунення причин, що породжують тіньову активність, прийняття взаємопов'язаного комплексу заходів в області вдосконалення оподаткування та корпоративного управління, оздоровлення структури розрахунків та інших непрямих заходів поряд з посиленням санкцій за заняття тіньовим бізнесом.

А так як однією з ключових причин формування тіньової економіки є небажання сплачувати податки, можна вважати, що населення вважає існуюче податкове законодавство неефективним і розглядає дії держави щодо себе як агресію. Отже, для вирішення таких державних проблем необхідний комплексний підхід, який складається з підвищення рівня правової грамотності населення та зниження податкових ставок. Притримуючись цієї стратегії можна буде домогтися збільшення бюджету країни і подальшого економічного розвитку країни.

Література:

1. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Тенденції тіньової економіки. URL:

<https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendantsiiTinovoiEkonomiki> (дата звернення: 25.05.20).

2. Бородюк В., Турчинов А., Приходько Т. Оцінка масштабів тіньової економіки та її вплив на динаміку макроекономічних показників. К. Економіка України. 2006. С. 4-16.
3. Войтенко В. В. Вплив податково-бюджетної системи на розвиток економіки. К. Наукова думка. 2011. 109 с.

Писаревський Б.І.,

аспірант

Дніпровський державний технічний університет

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ НАКОПИЧЕННЯ КОШТІВ ВІТЧИЗНЯНИМИ ДОМОГОСПОДАРСТВАМИ.

В умовах розвитку соціально-орієнтованої економіки постає необхідність ефективного соціального захисту населення та забезпечення необхідних умов для повноцінної життєдіяльності людини. У процесі своєї трудової діяльності людина може забезпечити себе необхідними ресурсами для життя і розвитку, тому особливої уваги у питанні соціального захисту слід звернути саме на той період життя людини, коли вона вже не може працювати, а тому потребує фінансового забезпечення.

Найбільш популярними способами інвестування в Україні залишаються банківські вклади та збереження готівкових коштів в різних валютах. Страхування життя є менш популярним інструментом, який тим не менш заслуговує особливої уваги та є ефективним інструментом накопичення коштів.

На думку вчених, інвестиції у вигляді придбання готівкових коштів або вкладень в цінні метали чи нерухомість, є «квazi заощадженнями», оскільки вони є мало ліквідними та не передбачають вкладання коштів у фінансову систему [1]. Дохід в цьому випадку може бути отриманий в результаті

зростання вартості придбаних активів. Всі перелічені способи призначені для збереження купівельної спроможності заощаджень, але за певних обставин дозволяють і отримати дохід. Різноманітні інструменти інвестування, які може використовувати фізична особа, мають свої переваги та недоліки, за рахунок чого можна обирати найбільш вигідний.

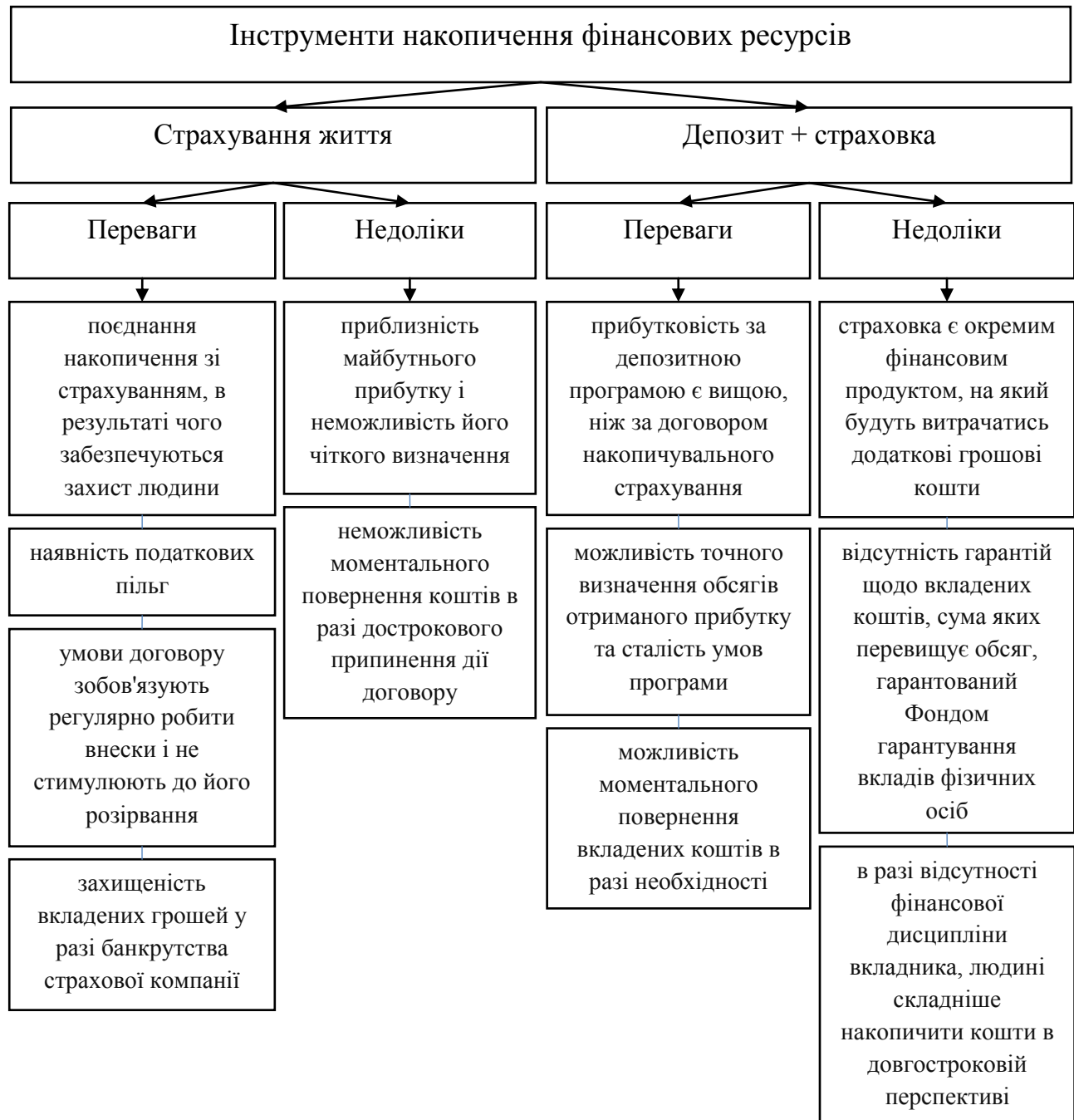


Рис.1. Переваги та недоліки страхування життя і банківського продукту «депозит + страховка»

Експертами аналітичного відомства «Finance.ua» проводилось порівняння накопичувального страхування життя в компанії ТАС та банківського депозиту плюс страховки в Приватбанку. В результаті дослідження було виділено наступні плюси та мінуси фінансових продуктів (рис. 1) [2,3,4]. За даними рис.1 бачимо, що порівняльний аналіз наведених інвестиційних продуктів, показує високу привабливість накопичувального страхування життя через такі фактори:

- комбінованість інструментів накопичення і страхування;
- зручність для споживача (не потрібно щороку оформляти поліс);
- фінансова дисципліна, до якої він зобов'язує – доведеться справно накопичувати собі на пенсію, не ухиляючись від виплат;
- цей варіант інвестування є більш надійним в сучасних умовах (коли банки можуть бути ліквідованими) [2,3,4].

Підводячи підсумок, слід зазначити, що фінансові ресурси є невід'ємним компонентом повноцінного функціонування як економіки певної країни, так і світової економіки в цілому. Механізми накопичення та використання фінансових ресурсів у різних секторах національної економіки мають свої характерні особливості, які відрізняють їх один від одного.

Страхування життя в Україні є менш поширеним, але в результаті проведених досліджень встановлено, що даний фінансовий інструмент є більш привабливим та надійним ніж банківський депозит для накопичення фінансових ресурсів вітчизняними домогосподарствам.

Література:

1. Белозёров С.А. Финансы домашнего хозяйства: сущность, структура, управление [Электронный ресурс]. URL: <http://economy-lib.com/disser/47396/a#?page=1>.
2. Офіційний сайт інформаційного агентства «Finance.ua», «Безбідна старість: як накопичити собі на пенсію» [Електронний ресурс]. URL:: <https://financer.com/ua/zaoshhadzhennya-ta-investyciyi/>.

3. Офіційний сайт інформаційного агентства «Financer», «Заощадження та інвестиції» [Електронний ресурс]. URL: <https://financer.com/ua/zaoshhadzhennya-ta-investyciyi/>.

4. Офіційний сайт інформаційного агентства «Financer», «Страховання життя» [Електронний ресурс]. URL: <https://financer.com/ua/strahuvannja/zhyttja/>.

Пристемський О.С.,

д.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПОСИЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Питання посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства має загальнодержавне значення, оскільки передбачає вирішення багатьох ключових питань ефективного функціонування існуючої економічної системи країни. Фінансова безпека розвитку сільського господарства повинна формуватися відповідно до трансформаційних тенденцій національної економіки, а тому доцільним є орієнтування на резерви посилення, які продуковані саме сутністю поняття. Слід підкреслити, що взаємозв'язок, який існує між державою та фінансовою безпекою розвитку сільського господарства, проявляється у безпеці державного захисту продовольчої безпеки. При цьому, акцент зробити на тісну кореляцію фінансової безпеки розвитку сільського господарства та продовольчу безпеку країни.

Безумовними наслідками зниження фінансової та продовольчої безпеки будуть погіршення безпечності харчування для здоров'я, зниження фізичної, економічної та соціальної доступності продуктів харчування та порушення балансу забезпеченості населення країни. Відповідно, зважаючи на негативний вплив порушення фінансової та продовольчої безпеки галузі, держава має створювати сприятливі умови для функціонування саме даної частини

господарюючих суб'єктів, підтримуючи за допомогою непрямих методів їх платоспроможність, конкурентоздатність, надійність [1].

Перш за все держава в особі профільного міністерства повинна приймати участь в активізації експортної діяльності дрібних та середніх господарюючих суб'єктів в частині реалізації продукції шляхом сприяння в укладенні відповідних договорів, доведення до виробників необхідної інформації. Наступним резервом посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства варто назвати боргову безпеку. У даному контексті боргова безпека розуміється, як певний рівень співвідношення зовнішньої та внутрішньої, кредиторської та дебіторської заборгованості усіх господарюючих суб'єктів галузі, який дозволяє ефективно реалізовувати поставлені фінансові, економічні, соціальні та політичні функції сільського господарства.

Досвід функціонування сільського господарства протягом останнього періоду засвідчив, що фінансова безпека розвитку сільського господарства має пряму залежність від стану валютної політики, яка виражається у коливаннях вартості національної валюти. Наступним резервом підвищення фінансової безпеки розвитку сільського господарства варто назвати саме безпеку платоспроможності, під якою необхідно розуміти здатність господарюючих суб'єктів обслуговувати свої фінансові зобов'язання у повному обсязі і в зазначений строк.

Звернемо увагу, що недостатня увага до безпеки платоспроможності спричинює порушення боргової безпеки. Вихідним резервом із попередніх є безпека фінансової незалежності, яка полягає у здатності здійснювати фінансово-господарську діяльність не зважаючи на обставини екзогенної сили. Серед пріоритетних резервів посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства варто назвати також банківську безпеку, яка безпосередньо не залежить від галузевого впливу але визначає стан безпеки галузі. Вважаємо, що банківська безпека у контексті фінансової безпеки розвитку сільського господарства розкривається, як стан захищеності інтересів банківської системи (банків, клієнтів банку) від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Виходячи з інтересів та можливостей учасників системи аграрного страхування, центральна роль у ній має належати уряду, який, реалізуючи державну політику підтримки аграрного страхування, забезпечує узгодження інтересів інших учасників системи та консолідацію їх зусиль, спрямовуючи їх на досягнення основної мети розвитку системи [2]. Повноцінний розвиток системи страхування сільськогосподарських ризиків потребує також розвитку допоміжних організацій. Центральне місце серед цих організацій належить об'єднанням сільськогосподарських виробників. Окремий сільськогосподарський виробник практично позбавлений можливості впливати на умови страхування, які йому пропонують страхові компанії. Отже, найперша та найголовніша функція, яку мають виконувати об'єднання сільськогосподарських виробників, - це повноправна участь у розробці та прийнятті рішення щодо нових страхових продуктів. Безпека зовнішньоекономічної діяльності у контексті фінансової безпеки розвитку сільського господарства вимагає особливої уваги і повинна трактуватися як стан, при якому сільське господарство здатне ефективно реалізувати експортну політику при врахуванні інтересів як продовольчої безпеки країни, так і необхідність виходу на міжнародні ринки господарюючих суб'єктів галузі [3].

Таким чином безпека зовнішньоекономічної діяльності сприяє: покращенню іміджу країни, забезпеченню валютної виручки, збільшенню інвестиційної зацікавленості до галузі країни, посиленню безпеки банківського сектору, покращенню рівню розвитку галузі, покращенню культури виробництва, розширенню структури фінансових ресурсів тощо.

Література:

1. Пристемський О.С., Мовчан А.І. (2016) Оборотні засоби в системі зміцнення фінансової безпеки сільськогосподарського підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. №5. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/5-2016-ukr>
2. Танклевська Н.С. (2010) Фінансова політика сталого розвитку аграрних

підприємств України: теорія, методологія, практика: монографія. Херсон: Айлант, 376 с.

3. Prystemskyi O.S. Prospects of providing financial security of agricultural development. Scientific approaches to modernizing the economic system: vector of development: collective monograph / V. O. Boiko, N. I. Verkhoglyadova, O. M. Volska, V. H. Hranovska. – Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2020. pp.. 274-290.

Ромашко О.М.,

к.е.н, доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ПРАЦІВНИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ

Останній час спостерігається динамічний розвиток суспільства, а це в свою чергу потребує перегляду побудови соціальних відносин та комунікації с суспільством тим чи іншим способом. При цьому слід врахувати, що всі сфери життєдіяльності суспільства та процеси взаємодії між ними є різними та особливими, такими що вимагають конкретної специфіки.

Суспільство є величезним механізмом зі складною взаємодією. Важливу роль у взаємодії різних суб'єктів суспільства належить етиці. А для конкретних професій, не винятком із яких є економісти, важлива роль належить професійній етиці. Особливість працівників економічних спеціальностей полягає у великій залежності однієї людини від іншої, результати професійної діяльності можуть мати доленосне значення для установ, підприємств, організацій у яких вони працюють.

Професійна етика - наука, предметом якої є професійна мораль як один із зрізів громадської моральності, тобто особливості моральної свідомості і поведінки людей певного виду професії, які пояснюються їх професійною приналежністю [1].

На сьогодні етична поведінка є важливою при виконанні своїх функціональних завдань і визначається для багатьох професій через формування кодексів професійної етики. Відмінністю таких кодексів є те, що у них передбачено не тільки професійні вимоги до певної категорії фахівців, але й містяться рішення конкретних проблем.

Для працівників економічної сфери діяльності передбачені окремі вимоги щодо дотримання правил професійної етики. Такі вимоги передбачені у багатьох Законах України, що регулюють ведення обліку, складання і подання звітності, проведення аудиту та виконання інших завдань, що передбачені в економіці [2;3].

Яскраво застосування норм професійної етики можна розглядати на прикладі застосування їх професійними бухгалтерами, у тому числі аудиторами, які за Кодексом професійної етики бухгалтерів визначені як бухгалтери-практики [4].

Зі створенням глобальної професійної організації – Міжнародної федерації бухгалтерів було започатковано розробку глобальних якісних професійних стандартів, у тому числі Кодексу етики професійних бухгалтерів [4].

Кодекс етики професійних бухгалтерів розробляє Рада з міжнародних стандартів етики, незалежний орган, члени якого призначаються Радою Міжнародної Федерації бухгалтерів за поданням Номінаційного комітету та за згодою Ради з нагляду за дотриманням суспільних інтересів, яка здійснює загальний нагляд за діяльністю Ради з міжнародних стандартів етики [1].

Чинна в Україні редакція Кодексу етики професійних бухгалтерів складається з трьох частин, які застосовуються представниками професії відповідно до кола їх професійних обов'язків. У першій частині визначаються основоположні принципи професійної етики бухгалтерів і надається концептуальна основа, дотримання якої є обов'язковим для усіх представників професії. Фактично друга та третя частини пояснюють, як слід застосувати концептуальну основу в практичних конкретних ситуаціях [4].

У 2018 році Рада з міжнародних стандартів етики опублікувала нову версію Кодексу, яка складається з чотирьох частин та глосарію. На сьогодні нова редакція Кодексу етики професійних бухгалтерів знаходиться в процесі перекладу і рішення про її застосування професіоналами в Україні буде прийнято після перекладу.

На рівні суб'єктів господарювання також приймаються кодекси етики або вживаються інші заходи.

Згідно з Кодексом етики професійних бухгалтерів цілі професії бухгалтера й аудитора взаємопов'язані і полягають у виконанні роботи відповідно до найвищих стандартів професіоналізму, у досягненні найкращих результатів діяльності й загалом у задоволенні громадських інтересів та вимагають задоволення основних потреб:

- у довірі ;
- у професіоналізмі;
- у якості послуг;
- у надійності [4].

Таким чином, значимість професійної етики полягає у тому, що вона виконує функції не тільки моральної оцінки, але, що важливо, є засобом прийняття рішень, що дає можливість правильно вирішувати професійні питання, розв'язувати суперечливі та конфліктні проблеми морального характеру.

Література:

1. Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. Професійна етика. Навч. посіб.– К.: Центр учбової літератури, 2017. – 252 с.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017 № 2258-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2258-19>.
4. International Accounting Education Standards Board (IAESB) [Міжнародні стандарти професійної освіти бухгалтерів]. URL: <http://www.ifac.org/system/files/publications/exposure-drafts/iaesb-consultation-paper-principles-on-learning-outcomes.pdf>

Самойлик Ю.В.,

д.е.н., професор

Полтавська державна аграрна академія

Бачикало К.А.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Інвестиції, як вітчизняні, так іноземні, є основою розвитку підприємств, окремих галузей та економіки України в цілому. Тому слід приділити більше уваги питанням іноземного інвестування. Іноземне інвестування саме зараз має найбільші проблеми, тому що в країні відбувається загострення кризових явищ. У сучасних умовах обмеженість інвестиційних ресурсів погіршує процес формування ринкової економіки України та розвиток підприємств.

Іноземні інвестиції прискорюють розвиток економіки, сприяють зростанню обсягів торгівлі обох країн, відбувається обмін передовими технологіями та новітніми досягненнями, більш розвинута країна покращує рівень країни, яка є менш розвинутою і якій для цього розвитку не вистачає власних коштів, інвестиції дають можливість упроваджувати зарубіжний досвід

менеджменту, що є важливим фактором становлення і розвитку ринкових форм і методів господарювання [1]. Для залучення іноземного капіталу в будь-яку країну необхідно мати певні передумови, так званий сприятливий інвестиційний клімат – сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора.

Для будь-якого інвестора важливим є захист його вкладень. В Україні існують гарантії захисту іноземних інвестицій, які встановлені законом України «Про режим іноземного інвестування» [2]:

1. Гарантії у випадку зміни законодавства. Якщо надалі спеціальним законодавством України про іноземні інвестиції будуть змінюватися гарантії захисту іноземних інвестицій, то протягом 10 років із дня набрання чинності новим законодавством застосовуватимуться гарантії, передбачені Законом.

2. Гарантії відносно примусового вилучення, а також незаконних дій державних органів та їхніх посадових осіб. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Державні органи не мають права реквізувати іноземні інвестиції, за винятком випадків вживання надзвичайних заходів у разі стихійного лиха, аварій, епідемій.

3. Компенсація і відшкодування збитків іноземним інвесторам. Іноземні інвестори мають право на відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду та моральні збитки, заподіяні їм у результаті дій, бездіяльності або неналежного виконання державними органами України чи їхніми посадовими особами передбачених законодавством обов'язків.

4. Гарантії у випадку припинення інвестиційної діяльності. Іноземний інвестор має право на повернення не пізніше 6 місяців з дня припинення цієї діяльності своїх інвестицій у натуральній формі чи у валюті інвестування без мита та податків;

5. Гарантії переказу прибутків, доходів та інших грошових коштів, отриманих у результаті здійснення іноземних інвестицій. Іноземним інвесторам

після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів гарантується безперешкодний та негайний переказ за кордон їх прибутків, доходів та інших грошових засобів у іноземній валюті, отриманих на законній підставі в результаті іноземних інвестицій [3].

Не зважаючи на позитивний вплив інвестицій на економіку та перелічені вище гарантії, в Україні існують наступні перешкоди залученню іноземних інвестицій: низький рівень довіри до влади; інтенсивне втручання органів державного адміністрування у сектор приватного бізнесу; наявність тіньової економіки; відсутність чіткої стратегії економічного розвитку країни; нестабільність у сфері оподаткування; складна політична ситуація; податкове навантаження; корупція та інші [1].

Для покращення ситуації з іноземним інвестуванням в Україні та усунення зазначених вище перешкод потрібно: розв'язати проблеми макроекономічної стабілізації; суворо дотримуватися визначених пріоритетів у розвитку національної економіки; мати розгорнуті плани напрямків і механізму публічного контролю за їх виконання; створити економічні та правові основи до збільшення необхідних обсягів іноземних інвестицій; впровадити персональну відповідальність високих урядовців за терміни і напрямки використання іноземних інвестицій; спростити процедуру участі іноземних інвесторів у процесі приватизації майна; зменшити податковий тягар як власних, так і іноземних інвесторів; мати достовірну, неупереджену та всебічну інформацію про пріоритети у розвитку національної економіки, діяльності уряду; надавати страхові гарантії іноземним інвесторам [1].

Підводячи підсумок, хотілося б зазначити, що проблем з інвестуванням в Україні є досить багато, і їх вирішення потребує тривалого періоду. Проте, аналізуючи статистику останніх років можна помітити, що уряд країни вводить багато покращень, що подобається потенційним інвесторам.

Література:

1. Верхоляк З., Машлій Г. Проблеми залучення іноземних інвестицій в Україну як засобу фінансування впровадження нових технологій. *Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій*: матеріали Міжнародної науково-технічної конференції до 100-річчя з дня заснування НАН України та на вшанування пам'яті Івана Пулюя (100-річчя з дня смерті), (Тернопіль, 23–24 травня 2018 року). Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2018. С 310-311.

2. Закон України «Про режим іноземного інвестування»: Прийнятий ВР України 19.03.1996 р. Зі змінами та доповненнями станом на 25.06.2016. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр>.

Самойлик Ю.В.,

д.е.н., професор

Полтавська державна аграрна академія

Кулакова С.Ю.,

к.е.н., доцент

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Корячко О.М.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Ринок фінансових інвестицій є ринком, на якому відбувається обмін фінансовими ресурсами, надання кредиту та мобілізація капіталу. Об'єктивною підставою функціонування ринку інвестицій є невідповідність потреби в фінансових ресурсах з наявністю джерел задоволення цієї потреби. В умовах формування засад ринкової економіки в Україні наявність ефективно

організованого фінансового ринку набуває все більшого значення, оскільки він є особливим та необхідним середовищем її успішного функціонування.

Ринок фінансових інвестицій є одним з механізмів забезпечення конкурентоспроможності економіки країни, оскільки розподіл фінансових ресурсів на цьому ринку відбувається на конкурентній основі, що дозволяє спрямувати інвестиційні потоки у найбільш привабливі сегменти економіки і тим самим сприяти економічному зростанню, а також розвитку соціальної сфери. [1] Водночас фінансовий ринок є певним фінансовим барометром економіки, який ефективно працює за низьких темпів інфляції, стабільної законодавчої та нормативної бази, сприятливого політичного клімату та певного балансу інтересів у суспільстві. Аналіз інвестиційного середовища, інвестиційного клімату та стан правової бази здійснення інвестиційної діяльності дають підстави виділити головні проблеми в інвестиційній сфері України:

- проблема мобілізації ресурсів, відсутність в українського ринку фінансових послуг фінансових ресурсів для забезпечення інвестиційного попиту з боку реального сектору економіки;
- нерозвиненість та недосконалість фінансової системи;
- відсутність узгодженого законодавства

Не останню роль у вирішенні проблеми мобілізації ресурсів відіграє відсутність системи гарантування вкладів фізичних осіб в інститути спільного інвестування (ІСІ); значний рівень недовіри населення як до фінансово-кредитної системи в цілому, так і до небанківських фінансових установ зокрема, викликаний цілою низкою фінансових «обвалів» та махінацій за роки незалежності України; нерозвиненість регіональної мережі переважної більшості компаній з управління активами та інформаційного висвітлення їх діяльності у суспільстві; обтяжливість податкового законодавства, наслідком чого стало використання ІСІ тінювих схемах; відсутність достатнього асортименту сучасних високодохідних фінансових інструментів [2]. Відповідно, вирішення цих проблем передбачає створення умов, які б дали

змогу додатково залучити внутрішні фінансові ресурси, зокрема заощадження населення та «тіньовий капітал», до інвестиційної діяльності, а також створити привабливі умови для іноземних інвесторів. У цілому, активізації здійснення фінансового інвестування та підвищення ефективності управління ними має сприяти стабільний розвиток ринку цінних паперів, створення сприятливого інвестиційного клімату у країні та якісне державне регулювання інвестиційної сфери. Задля досягнення цієї мети, слід вжити низку заходів: удосконалити правову базу через прийняття відповідних нормативно-правових актів для захистити права та інтереси інвесторів та усунення асиметричного розвитку серед представників фінансового посередництва з посиленням конкуренції, поміж яких створюватимуться передумови для подальшого розвитку ринку фінансових послуг; зосередити торгівлю цінними паперами на організованому ринку та забезпечити його прозорість; сприяти запровадженню нових фінансових інструментів на фондовому ринку та поліпшенню їх інвестиційних характеристик; забезпечити відкритість інформації суб'єктів ринку цінних паперів з метою отримання інвесторами надійних даних щодо об'єктів інвестування й вартість цінних паперів для ефективного розподілу капіталу.

Отже, для того, щоб вітчизняний ринок фінансових інвестицій зміг виконувати функцію інструменту перетоку інвестиційного капіталу, він повинен набути основних ознак ринку, тобто стати більш містким, ліквідним та масовим. Це зумовить перетворення управління фінансовими інвестиціями суб'єктами інвестування у важливу складову їх інвестиційної діяльності, адже інвестиції у фінансові активи для будь-якого суб'єкта господарювання є ефективним інструментом реструктурування його коштів [4].

Література:

1. Москвін С. Інвестиційний ринок України: передумови та проблеми формування у контексті світової фінансової кризи / С. Москвін // Фінансовий ринок України – 2013 – №3 – С. 8-12

2. Николишин І.Ю. Роль та значення фінансового ринку в фінансовій системі / Николишин І.Ю. – «Young scientist» – 2014. – № 7. – с. 53-55
3. Татарин Н.Б., Чоп Т.І. Проблеми фінансового ринку України та шляхи їх подолання / Н.Б. Татарин, Т.І. Чоп// Економіка і суспільство – 2018. – № 19. – с. 1169-1174
4. Проблеми та перспективи розвитку інвестиційного ринку України» Наукове товариство Івана Кушніра.

Сисоєнко І.А.,

к.е.н, доцент

Шапка Д.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Херсонський національний технічний університет

АНАЛІЗ ДОХОДІВ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проаналізуємо структуру доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області (табл. 1).

Таблиця 1

Структура доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області за 2017-2019 роки*

Показники	Роки		
	2017	2018	2019
Зведений бюджет, млн. грн., у т.ч:	6428,7	7392,3	8796,3
державний бюджет, млн. грн.	2852,5	3145,1	3911,6
Частка у доходах зведеного бюджету, %	44,4	42,5	44,5
місцеві бюджети, млн. грн.	3576,2	4247,3	4884,6
Частка у доходах зведеного бюджету, %	55,6	57,5	55,5

*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

Аналізуючи таблицю можна зробити наступні висновки: частка доходів державного бюджету 2017 році складає 44,4%, у 2018 році - 42,5%, а у 2019 році – 44,5%. Тож бачимо, що до державного бюджету Херсонської області у 2017 році надійшло 2852,5 млн. грн., у 2018 році – 3145,1 млн. грн, а у

2019 році – 3911,6 млн. грн. Частка доходів місцевих бюджетів Херсонської області у 2017 році складає 55,6%, у 2018 році – 57,5% та у 2019 році – 55,5%. Надходження місцевих бюджетів з 2017 року по 2019 рік складають 3576,2 млн. грн., 4247,3 млн. грн. та 4884,6 млн. відповідно.

Динаміка структури доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області зобразимо на рис. 1.

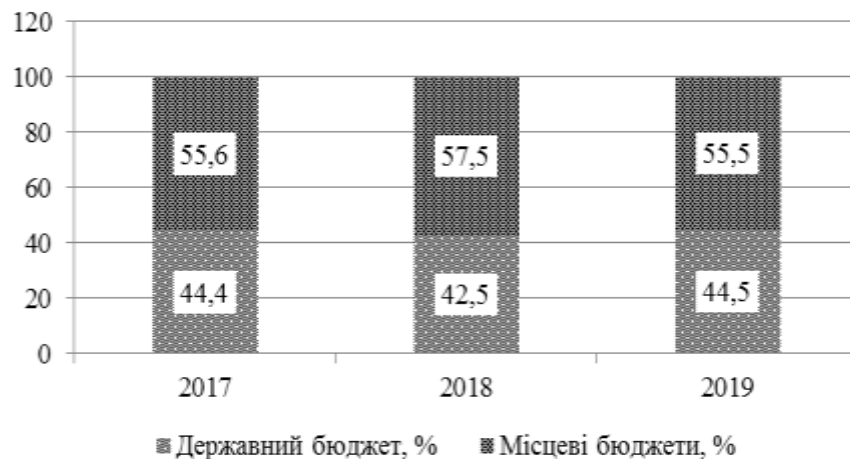


Рис. 1. Динаміка структури доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області, %

*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

Проаналізуємо динаміку виконання доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області за 2017-2019 роки (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка виконання доходів Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області за 2017-2019 роки*

Показники	Роки					
	2017		2018		2019	
	план	факт	план	факт	план	факт
Зведений бюджет, млн. грн., у т.ч:	6172,7	6428,7	7254,0	7392,3	8593,7	8796,3
Виконання плану, %	104,1		101,9		102,4	
державний бюджет, млн. грн.	2764,6	2852,5	3127,6	3145,1	3890,3	3911,6
Виконання плану, %	103,2		100,6		100,5	
місцеві бюджети, млн. грн.	3408,1	3576,2	4126,5	4247,3	4703,4	4884,6
Виконання плану, %	104,9		102,9		103,9	

*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

Дані таблиці свідчать, що планові показники щодо збору платежів до державного бюджету та місцевих бюджетів Херсонської області перевиконано. А, отже, виконано одне з головних завдань - забезпечення виконання показників наповнення бюджету.

Проаналізуємо динаміку Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області за 2017-2019 роки (рис. 2).

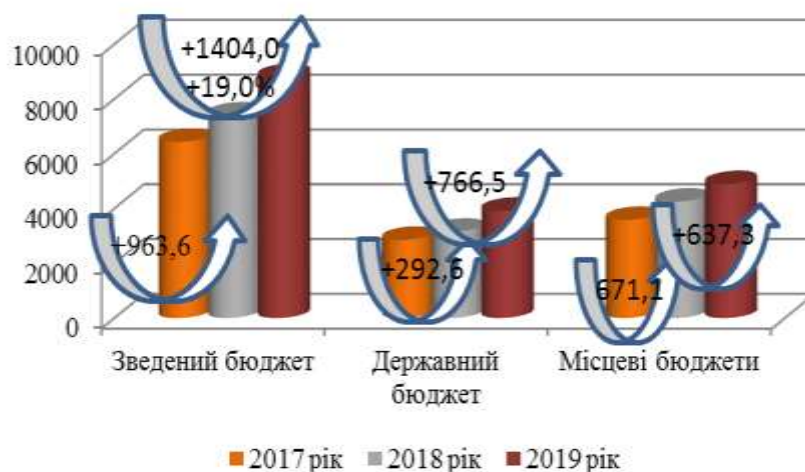


Рис. 2. Динаміка Державного та місцевих бюджетів, мобілізованих у Херсонській області за 2017-2019 роки

*Примітка. Складено автором за даними джерел [1].

Аналізуючи рисунок ми можемо побачити, що у порівнянні з 2017 роком надходження зведеного бюджету Херсонській області 2018 року збільшились на 963,6 млн. грн. або на 15,0%, у 2019 році на 1404 млн. грн. або на 19,0%. Надходження до державного бюджету Херсонській області у 2018 році збільшились на 292,6 млн. грн. або на 10,3%, у 2019 році – на 766,5 млн. грн. або на 24,4%. Місцеві бюджети у 2018 році поповнились на 671,1 млн. грн. або на 18,8%, та у 2019 році відбулось зменшення на 637,3 млн. грн. або на 15,0%.

Література:

1. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 26.05.2020).

Тютюнник С.В.,

к.е.н., доцент,

Тютюнник Ю.М.,

к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

ДИНАМІКА КОЕФІЦІЄНТА ФІНАНСОВОЇ АВТОНОМІЇ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Одним із напрямів аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання є оцінювання їх фінансової стабільності. Достатня фінансова стійкість підприємства передбачає насамперед ефективне формування та використання фінансових ресурсів. Результати оцінювання фінансової стійкості як критерію надійності дають можливість зовнішнім аналітикам визначати фінансові можливості суб'єктів господарювання на тривалу перспективу.

Фінансова стійкість характеризує результати операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, відображає здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями та нарощувати економічний потенціал. Фінансова стійкість визначається на основі співвідношення різних видів джерел фінансування та їх відповідності складу активів. Фінансова стійкість забезпечує стабільну платоспроможність підприємства в довгостроковому періоді завдяки збалансованості активів і пасивів, доходів і витрат, позитивних і негативних грошових потоків. Аналіз фінансової стійкості підприємства передбачає насамперед розрахунок відносних показників – фінансово-економічних коефіцієнтів, які визначаються як співвідношення абсолютних показників активу і пасиву форми № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)». У залежності від економічного змісту та інформаційного забезпечення розрахунку відносні показники оцінювання фінансової стійкості об'єднані у три групи: показники

структури джерел формування капіталу (характеризують співвідношення між розділами і статтями пасиву балансу); показники стану оборотних активів (характеризують співвідношення між розділами і статтями активу та пасиву балансу); показники стану основного капіталу (характеризують співвідношення між розділами і статтями активу балансу) [2, с. 110-111].

Одним із основних показників, що характеризують фінансову стійкість суб'єктів господарювання, є коефіцієнт фінансової автономії. Він характеризує частку власного капіталу в загальній вартості авансованого капіталу. Якщо за результатами розрахунку його значення $\geq 0,5$ (або $\geq 50\%$), то у такому випадку вважають, що ризик кредиторів (банків, інвесторів, постачальників) є мінімальним, оскільки суб'єкт господарювання може всі свої зобов'язання і забезпечення покривати за рахунок власних джерел фінансування. Чим вище значення коефіцієнта фінансової автономії, тим більш фінансово стійким і незалежним від зовнішніх кредиторів є підприємство.

Розглянемо динаміку коефіцієнта фінансової автономії підприємств України за видами економічної діяльності за період 2016-2019 рр. (табл.1, рис1.).

Таблиця 1

Динаміка коефіцієнта фінансової автономії за показниками балансу великих та середніх підприємств України за видами економічної діяльності за 2016-2019 рр.[1]

Вид економічної діяльності	2016 р.	2017 р.	На 1.01. 2019 р.	На 30.09. 2019 р.	Відхилення (+,-) 2019 р. від 2016 р.
Сільське, лісове та рибне господарство	0,240	0,479	0,122	0,097	-0,143
Промисловість	0,189	0,175	0,262	0,280	+0,091
Будівництво	-0,045	-0,054	0,067	0,082	+0,127
Оптова та роздрібна торгівля	-0,015	0,013	0,048	0,081	+0,096
Фінансова та страхова діяльність	0,353	0,352	0,251	0,267	-0,086
Професійна, наукова та технічна діяльність	0,568	0,501	0,680	0,664	+0,096
Освіта	0,606	0,643	0,769	0,744	+0,138
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	0,347	0,294	0,345	0,355	+0,008
Усього	0,245	0,247	0,322	0,324	+0,079



Рис.1. Динаміка коефіцієнта фінансової автономії підприємств України за видами економічної діяльності за 2016-2019 рр.

Отже, в 2016-2019 рр. фактичні значення коефіцієнта фінансової автономії відповідали нормативу ($\geq 0,5$) лише в установах професійної, наукової та технічної діяльності й освіти з позитивною динамікою. Водночас суттєво знизився рівень фінансової стійкості підприємств сільського, лісового та рибного господарства, а також установ фінансової та страхової діяльності. Так, якщо в 2016 р. частка власного капіталу в структурі пасивів балансу підприємств сільського, лісового та рибного господарства становила 24,0 %, 2017 р. – 47,9 %, то станом на 30.09.2018 р. знизилася до 9,7 %. Від'ємні значення коефіцієнта фінансової автономії підприємств будівництва (2016-2017 рр.) і оптової та роздрібною торгівлі (2016 р.) пояснюються переважанням непокритого збитку в складі власного капіталу.

Література:

1. Показники балансу великих та середніх підприємств за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 27.05.2020).
2. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий

Черненко К.В.,

к.е.н.

Полтавська державна аграрна академія

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ

Трансакційні витрати — не єдиний компонент витрат виробництва. Тому необхідно визначити співвідношення між трансакційними і трансформаційними витратами. Трансакційні і трансформаційні витрати, є взаємодоповнюючими і взаємозамінними. Це пояснює існування форм господарської діяльності або взаємодії між економічними агентами, які не забезпечують мінімізації середніх трансформаційних витрат в довгостроковому аспекті (якщо йдеться про конкурентний режим функціонування економічної системи), і навпаки.

У найбільш загальному вигляді трансакційні витрати — це цінність ресурсів, що витрачаються на здійснення трансакцій.

Численні дослідження провідних зарубіжних і вітчизняних вчених вказують на те, що трансакційні витрати є важливою і водночас складною та багатогранною категорією. Незважаючи на багаторічні пошуки, єдиного розуміння цих витрат, а отже, і їхньої класифікації немає. З урахуванням викладеного вище, пропонуємо таке визначення трансакційних витрат:

– це сукупність витрат, що виникають на усіх стадіях кругообігу діяльності суб'єктів господарювання:

– витрати пов'язані з плануванням та узгодженням завдань для ефективного функціонування, придбанням прав власності, укладанням та моніторингом договорів, угод;

– витрати, пов'язані з усвідомленням управління шляхом використання ресурсів, а також витрат, пов'язаних зі зменшенням цих збитків.

Запропоноване визначення трансакційних витрат діяльності суб'єктів господарювання, є результатом узагальнення наявних дефініцій трансакційних

витрат з конкретизацією умов їх виникнення, що забезпечує ідентифікацію трансакційних витрат, а також і у загальній сукупності витрат суб'єктів господарювання [2].

Проблема визначення, або ж ідентифікації, підприємствами трансакційних витрат усе частіше постає і потребує додаткового вивчення, адже до цього часу не існує єдиного підходу до їх визначення та чіткого формулювання. Більшість авторів до трансакційних витрат відносить витрати, «пов'язані з пошуком постачальників, споживачів, нових ділових партнерів; витрати, пов'язані з подальшою договірною діяльністю між контрагентами на ринку, захистом прав власності тощо» [1, с. 189]. На основі комплексного аналізу різних підходів до трактувань трансакційних витрат подаємо авторське їх тлумачення як економічного явища, що виникає внаслідок взаємодії економічних агентів між собою та з іншими елементами економічного середовища, що постають у формі зменшення ресурсів економічних агентів, збільшення зобов'язань, пов'язаних з обслуговуванням процесу ділового партнерства та у формі прихованих витрат, пов'язаних із непрозорістю економічного середовища, асиметрією ринкової інформації.

Для уточнення економічної сутності трансакційних витрат пропонуємо виділяти дві їх категорії:

1) трансакційні витрати контрактації, до яких належать витрати, спричинені процесом реалізації контрактних відносин між суб'єктами господарювання;

2) трансакційні витрати середовища, до яких належать витрати, спричинені взаємодією суб'єктів господарювання з економічним середовищем, яка не має характеру контрактних відносин.

Література:

1. Струк Н.С. Методичне підґрунтя обліку трансакційних витрат на підприємстві. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації*. 2012. Вип. 1(8). С. 188–198.

2. Руда Т. П. Трансакційні витрати: методико-обліковий аспект. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наукових праць. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. № 862. С. 229–235.
3. Струк Н.С., Шевчук А.М. Ідентифікація трансакційних витрат в обліковій системі малого підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. С. 110 – 114.

7. СУЧАСНІ МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ

Маслій Н. Д.,

д.е.н., доцент

Дондич Л. В.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ОЦІНКА ТА УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РИЗИКАМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У процесі динамічного розвитку фінансової системи національними банками протягом останніх років все більше уваги приділяється питанням оцінки й управління банківськими ризиками з боку керівництва фінансових установ, їхніх акціонерів, аудиторів, клієнтів і контрагентів, і в першу чергу – Національного банку України (НБУ) як державного інституту, що сприяє дотриманню стабільності банківської системи України від впливу як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. Зарубіжні та вітчизняні науковці, а також окремі фінансові інститути виділяють різні ознаки, які використовуються при класифікації ризиків банківської діяльності. Зокрема, НБУ в Методичних вказівках з інспектування банків «Система оцінки ризиків» [1] виділяє дев'ять категорій ризику: кредитний, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий, валютний, операційно-технологічний, юридичний, стратегічний та ризик репутації.

Вихідним етапом розробки політики управління банківськими ризиками є карта ризиків, яка складається на всіх рівнях: окремих банківських продуктів; портфелів продуктів; видів діяльності та банку в цілому. Її формування дозволяє виявити зони бізнес-процесів банку, чутливі до певних видів ризику, дати їм зважену оцінку, визначити зони відповідальності структурних підрозділів та працівників, обґрунтувати методи та напрямки контролю ризиків і розподілити економічний капітал та управлінські ресурси таким чином, що це підвищить

ефективність ризик-менеджменту банку. НБУ оцінює ризики за шкалою від 0 до 10, де 0 – найнижчий рівень ризику, 10 – найвищий рівень ризику. Оцінка відображає очікуваний стан на наступні 6 місяців. Кредитний ризик відображає, наприклад, перспективи зміни рівня непрацюючих кредитів у портфелях банків та необхідність додаткового формування резервів під такі кредити; ризик достатності капіталу оцінює можливості банків забезпечувати достатній рівень капіталу; ризик ліквідності показує здатність банків повною мірою та вчасно виконувати свої зобов'язання перед вкладниками та кредиторами; юридичний ризик оцінює спроможність банків захищати власні інтереси за допомогою юридичних інструментів; валютний ризик вказує на те, наскільки тенденції валютного ринку можуть впливати на фінансовий результат банків; ризик прибутковості стосується спроможності банків генерувати чистий прибуток та інші.

Як показали дослідження кредитний ризик не змінився, оскільки відносно боргове навантаження на населення низьке, а більшість позик складають незабезпечені споживчі кредити з україн високими ефективними ставками. Новому споживчому кредитуванню властива висока платіжна дисципліна. Кредитні ризики корпоративного сектору знижуються повільно, суттєво покращившись після кризи. На ринку досі бракує високоякісних позичальників. Ризик достатності капіталу не змінився, що обумовлено належною капіталізацією сектору: у більшості банків капіталу вистачить навіть у випадку кризи. Проте в деяких державних банках достатність капіталу є близькою до допустимого мінімуму, відтак зобов'язання виплачувати дивіденди до держбюджету створює для них додаткові ризики. Цьогорічне стрес-тестування банків дає змогу оновити оцінку рівня достатності капіталу в секторі. Ризик ліквідності не змінився, що пояснюється надходженням коштів фізичних осіб до банків високими темпами, але коротка строковість пасивів досі є чинником ризику для сектору. Вагомих стимулів для зміни строкової структури фондування зараз немає. Утім, оскільки банки дотримуються нового нормативу ліквідності LCR (більшість – зі значним запасом), вони гарантовано матимуть змогу в повному обсязі виконати свої зобов'язання навіть у стресових умовах. Юридичний ризик зріс через низку резонансних судових рішень у справах

про перехід АТ КБ «Приватбанк» в державну власність, що створює додаткові ризики. Якщо рішення будуть підтверджені, високі ризики збережуться надовго, що загрожуватиме зниженням довіри населення та бізнесу до банків.. Оскільки валютний ризик пов'язаний із високим рівнем доларизації активів та пасивів банківського сектору, а ці показники змінюються повільно, то можна стверджувати, що валютний ризик не змінився. Відкриті валютні позиції банків наразі не створюють для них значних ризиків. Коливання обмінного курсу є помірними. НБУ не очікує турбулентності на валютному ринку, якщо співпраця з МВФ швидко відновиться. Ризик прибутковості знизився, оскільки на сьогодні прибутковість сектору перевершує попередні очікування НБУ, операційні прибутки стрімко зростають, а відрахування до резервів доволі низькі. Очікується, що висока прибутковість збережеться й у наступних кварталах та дещо покращилася операційна ефективність державних банків.

Слід зазначити, що всі види банківських ризиків взаємозалежні і впливають на діяльність банку. Так, незначна зміна одного із видів ризику істотно впливає на інші. Тому для визначення допустимого та реального ризиків банки мають створювати відповідні системи оцінювання ризику, які б формалізували процес вимірювання та розрахунків. Значна частина банків розглядає вимоги щодо ризиків як чисто формальні, які не впливають на процеси банку і не мають з ними реального зв'язку. Це позбавляє багато українських банків належних інструментів та інфраструктури, необхідних для кількісної оцінки ризиків, та призводить до того, що функція управління ризиками у таких банках залишається слабкою і їм бракує відповідного персоналу та знань.

Література:

1. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків»: Постанова Правління Національного банку України від 15.03.2004 № 104. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04> (дата звернення 25.05.2020).
2. Методичні рекомендації щодо організації корпоративного управління в банках України: Постанова Правління Національного банку України від

3.12.2018 № 814. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/vr814500-18> (дата звернення 25.05.2020).

Потанер Л.Д.,

здобувач наукового ступеню PhD

ДВНЗ «Херсонський аграрно-економічний університет»

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком впровадження міжнародних стандартів товарообігу виникає необхідність в застосуванні якісних логістичних послуг. Сучасні вимоги ведення бізнесу та постійно зростаюча конкуренція вимагає комплексного інноваційного підходу до створення логістичної системи підприємства з використанням новітніх інформаційних технологій.

Управління логістичною системою підприємства потребує систематичного моніторингу наявних та впровадження нових інноваційних інформаційних технологій, оскільки логістика повинна працювати на потреби споживача, які постійно вимагають підвищення якості та швидкості доставки з врахуванням інтенсивного розвитку технологій.

Як визначають самі аграрії, основними завданнями логістичних інновацій є: бути на крок по переду на ринку, отримати конкурентну перевагу, вирішити операційні завдання, оптимізувати логістичні процеси та знизити затрати на транспорт та склад, а також – підвищити якість та швидкість доставки товарів до споживача, знизити собівартість окремої продукції, вести ефективний облік та контроль товарів на маршрутах та складах [1, с.57].

Інформаційні системи та інформаційні технології представляють собою комплекс програмно-технічних засобів і методів виробництва, передачі, обробки та споживання інформації в логістичну систему. Метою їх впровадження є створення системи, у якій інформаційні потоки налагоджені

таким чином, що користувачі з мінімальними витратами одержують доступ до необхідної інформації в той час, коли вона потрібна, і там, де вона потрібна, а базовими принципами є релевантність, час та місце. Для забезпечення реалізації цього завдання використовується низка прийомів, спрямованих на визначення потреби користувачів в інформації, а також оптимізацію інформаційних потоків та інформаційної структури (рис.1).

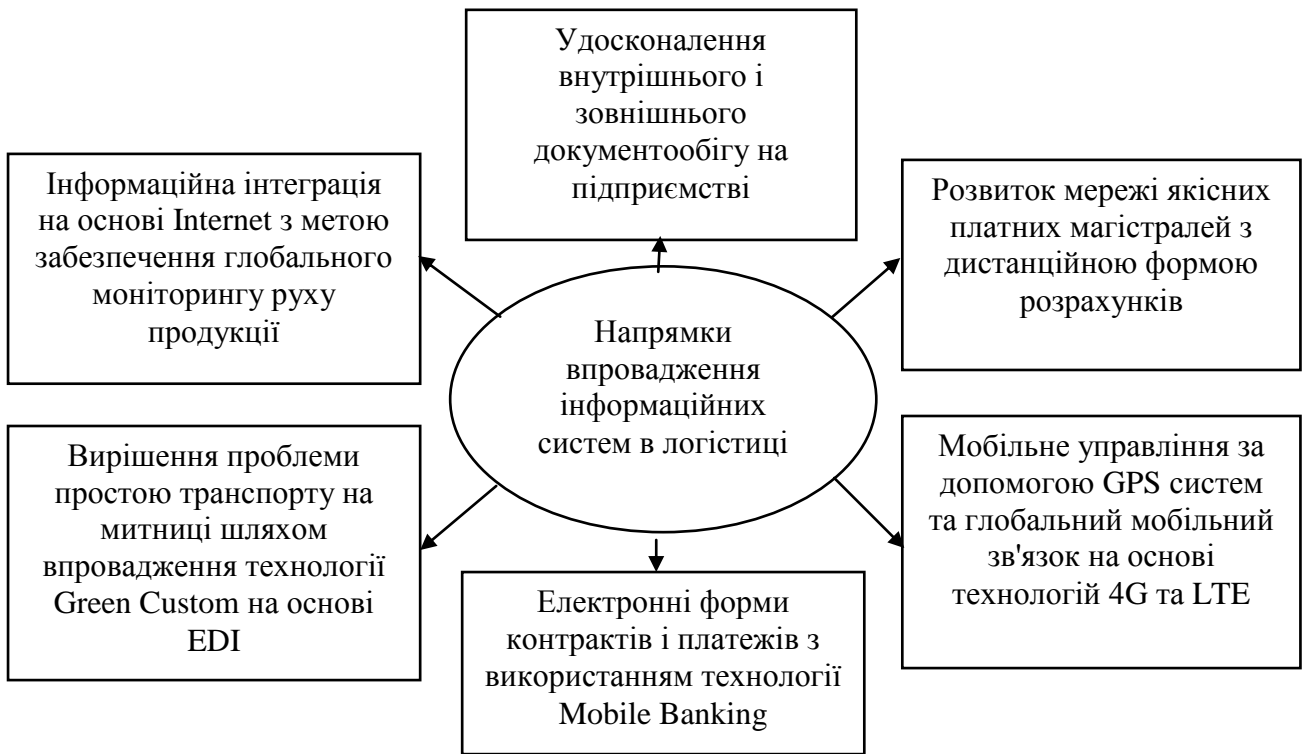


Рис.1. Перспективи впровадження інформаційних систем у логістиці фірм

Особливо необхідним є застосування сучасних новітніх інформаційних технологій в транспортній логістиці, що значно скорочуватиме час та витрати на як доставку товарів, так і ресурсів на підприємство. Як зазначається в наукових дослідженнях, транспортна логістика не може існувати без активного використання інноваційно-інформаційних технологій, оскільки формування та організація роботи ланцюгів доставки товарів без інтенсивного оперативного обміну інформацією між учасниками транспортного процесу, без можливостей

швидкого реагування на потреби ринку транспортних послуг ускладнює зазначені процеси [2, с. 34].

Практична реалізація інновацій в логістиці стає потужним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств, оскільки нові технології дають змогу упорядкувати логістичну систему підприємства що забезпечує підвищення ефективності роботи.

Ключовим напрямком для українських підприємств в застосуванні інновацій в логістичних системах є управління якістю доставок. Розвиток цього напрямку, орієнтованого на активне використання обчислювальних систем та інформаційних мереж, в Україні стикається з такими проблемами: - якість техніки, організація її обслуговування та ремонту; - інтегрування інформаційних процесів; - навчання персоналу; - технологічні зміни в процесах, пов'язаних з обробкою і використанням інформації на місцях; - ціна ПК і периферійного обладнання, засобів комунікації; - програмне забезпечення.

Найближчим часом в логістиці сільськогосподарських підприємств інноваційними технологіями стануть такі процеси як: доставка товарів за допомогою дронів, використання сервісів пов'язаних з інтеграцією даних, електронний підпис, передача логістичних процесів на аутсорсинг 3PL та 5PL провайдерам.

Також найближчим часом можливе впровадження сенсорних технологій та датчиків руху і глибини, 3D звуку для використання на складах компаній, а також використання роботів які можуть працювати поряд з операторами складів

Таким чином, застосування інноваційних інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства набуває особливої значущості в умовах швидкого розвитку інноваційних технологій та нових трендів у сфері доставки, що може бути вирішено за використання інноваційних інформаційних систем, які дозволять реалізувати логістичний потенціал підприємств та забезпечити високий рівень конкурентоспроможності.

Література:

1. Качуровський В.Є Інформаційна логістика // Вісник Національного університету «Львівська політехніка».– 2010.– №690. – С. 53–59.
2. Кривов'язюк І.В., Усков О.Р. Управління логістичними інформаційними системами підприємства: Монографія / Луцьк. нац. техн. ун-т. – Луцьк: Манускрипт, 2011. – 140 с.

8. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ГЛОБАЛЬНОГО СВІТУ

Василенко Н.Є.,

к. с.– г. наук, докторант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПОСІВНІ ЯКОСТІ МІТЛИЦІ ТОНКОЇ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

В наших дослідженнях представлені дані наукових пошуків з вивчення впливу агротехнічних прийомів, спрямованих на підвищення насінневої продуктивності митлиці тонкої сорти Юнона, оптимізації умов її харчування в критичні фази росту та розвитку, особливо в період формування врожаю насіння.

В ході досліджень встановлено, що при вирощуванні митлиці тонкої сорти Юнона найбільш ефективною системою добрива є проведення в фазу виходу в трубку позакореневого підживлення мікродобривом «Брексил Мікс» (2 кг / га) в поєднанні з карбамідом (5 кг/га) або «Плантафол» (2 кг/га) на фоні основного добрива ($N_{60}P_{45}K_{45}$) навесні, на початку відростання насінневих посівів.

Створення високопродуктивних посівних угідь стримується дефіцитом насіння, особливо багаторічних злакових трав. За даними статистичної звітності, виробництво насіння цієї групи культур забезпечує їх потребу тільки на 20% [1, 2].

Ефективність дії азоту в значній мірі залежить від наявності в ґрунті інших елементів живлення. Дослідженнями F.L. Fishera та інших [3] встановлено, що вона залежала від вмісту фосфору в ґрунті, а в дослідях W. Holmes [4-6] - від вмісту калію, а також фосфору і калію разом узятих. Регулярне внесення високих доз азотних добрив не підвищувало врожайність, якщо одночасно не вносили фосфор і калій. Застосування мікроелементів поряд з іншими агротехнічними прийомами додатковим резервом підвищення врожайності і якості: сільськогосподарської продукції [7].

Досліди проводилися в 2014-2019 рр. на дослідних полях ДВНЗ «Херсонського державного аграрного університету» - темно-каштанові ґрунти середньосуглинкові середньосолонцюваті з вмістом гумусу в орному горизонті на рівні 2,34 - 2,60%. Вміст рухомих форм елементів мінерального живлення: азоту - 17-20 мг/кг ґрунту; фосфору - 49-65; калію - 280-360 мг/кг ґрунту, рН - 6,9-7,2. Залягання ґрунтових вод на глибині 7,5-13 м.

Мітлицю тонку висували зерно-трав'яною сівалкою черезрядно (30 см) з нормою висіву (5-6 кг / га) раною весною, під покрив ярого ячменю з нормою посіву 4,0 млн схожих насінин. Повторність досліду триразова, площа облікової ділянки з- складала 30 м² [6]. Облік врожаю мітлиці другого року життя проводили з усіх повторень досвіду з наступним доочищенням насіння і перерахунком на стандартну вологість (15%). Всі обліки і спостереження в дослідженнях здійснювали згідно «Методичним вказівкам щодо проведення досліджень в насінництві багаторічних трав» [6, 7].

Посівні якості насіння багаторічних трав (енергія проростання, схожість) визначали згідно «Методики визначення сили росту насіння кормових культур». Математичну обробку результатів досліджень проводили методом дисперсійного і кореляційно-регресійного аналізу на персональному комп'ютері з використанням спеціальних пакетів прикладних програм типу Excel, Statistika, Sigma.

В результаті досліджень, проведених на наукових полях ДВНЗ «Херсонського державного аграрного університету» на темно - каштанових ґрунтах в умовах 2014-2019 рр., Встановлено, що мітлиця тонка, як і всі злакові трави позитивно реагує на внесення азотних добрив.

За результатами досліджень встановлено вплив досліджуваних факторів на індивідуальне зростання рослин мітлиці тонкої. Якщо висота рослин в ділянках без добрив була 54-61 см (середнє за 2014-2019 рр.), То з використанням основного удобрення N₆₀ - 57-67 см, при повному мінеральному добриві N₆₀P₄₅K₄₅ - 62-72 см. В варіантах позакореневого

внесення добрив найбільший вплив на висоту рослин був карбамід (5 кг / га) + «Брексил Мікс» (2 кг / га).

На фоні повного мінерального добрива ($N_{60}P_{45}K_{45}$) в цих варіантах кількість генеративних стебел зростає на 53, 55, 47 шт./м² порівняно з фоном, коли вносилися тільки азотні добрива (N_{60}). Встановлено, що в середньому за роки досліджень найбільша маса 1000 насінин (0,14 г) спостерігалася в варіантах, в яких на фоні повного мінерального добрива ($N_{60}P_{45}K_{45}$) проводилося позакореневе внесення карбаміду або «Плантафол» в поєднанні з мікродобривом «Брексил Мікс». В умовах 2014-2019 рр. за рахунок природної родючості в контрольному варіанті був отриманий врожай насіння мітлиці тонкої сорти Юнона на рівні 168 кг/га. Проведення позакореневого підживлення в фазу виходу в трубку сприяло зростанню насінневої продуктивності в варіантах без мінеральних добрив відповідно на 34; 70; 80, 97 і 110 кг/га порівняно з контролем без позакореневого підживлення. На фоні основного добрива N_{60} і $N_{60}P_{45}K_{45}$ приріст врожаю завдяки позакореневого підживлення склав відповідно варіантам з фонами мінеральних добрив 18, 35, 65, 86, 91 і 14, 20, 41, 56, 57%.

У дослідженнях встановлена залежність посівних якостей насіння, енергії проростання, схожості від величини внесених мінеральних і мікродобрив. Енергія проростання насіння на контролі (без добрив) склала 32%, а на фоні основного добрива N_{60} і $N_{60}P_{45}K_{45}$ вона збільшувалася до 42 і 46%. Проведені позакореневе підживлення підвищували енергію проростання на 2-14% в залежності від виду добрив або їх комбінацій.

Вплив факторів, що вивчаються в досліді, на схожість насіння мітлиці тонкої було менш істотним. Так, якщо найменша схожість (72%) була відзначена на контролі, то максимальний її показник (81%) був у варіантах, в яких на фоні повного мінерального добрива ($N_{60}P_{45}K_{45}$) проводилися позакореневі підживлення водорозчинними добривами: карбамідом або «Плантафол» в поєднанні з мікродобривом «Брексил Мікс».

У всіх варіантах досліду були сформовані насіння, які відповідали вимогам Держстандарту за показниками схожості.

При вирощуванні мітлиці тонкої сорту Юнона найбільш ефективною системою добрива є проведення в фазу виходу в трубку позакореневого підживлення мікродобривом «Брексил Мікс» (2 кг/га) в поєднанні з карбамідом (5 кг / га) або «Плантафол» (2 кг / га) на фоні основного добрива (N60P45K45) навесні, на початку відростання насінневих посівів.

Це сприяло формуванню максимальної продуктивності стеблостою (1028-1027 шт. /м²), маси 1000 насінин 0,14 г, рівень насінневої продуктивності склав 370-376 кг/га, що на 37-33 кг/га вище порівняно з фоном N60 і на 295-283 кг / га вище порівняно з ділянками без добрив.

Література:

- 1.Методика проведения опытов в кормопроизводстве / под ред. А. О. Бабича. Винница, 1994. 87 с.
- 2.Семеноводство и семенной контроль / Й. Берна [и др.]: [пер. с чеш.]. – М.: Колос, 1981. 335 с.
- 8.Посевные качества и формирование урожая овсяницы красной в зависимости от внекорневых подкормок “AzHvəM” EİB-nin “Elmi əsərlər toplusu” . 2020, XLI cild C. 118-127
- 10.Anon. Lolium perenne L. (loietto, fogueio inglese) // Terra Vita, 1985; Т. 26. № 9.-Р. 77-82.
- 11.Гаврилюк, Н. Н. Основы современного семеноводства / Н. Н. Гаврилюк: на укр. яз. Киев: ННЦ «ИАЭ», 2004. 256 с.
13. Ушкаренко В.О., Нікішенко В.Л., Голобородько С.П., Коковіхін С.В. Дисперсійний і кореляційний аналіз результатів польових дослідів: [навчальний посібник]. Херсон: Айлант, 2008. 372 с.
14. Гаврилюк М.М. Основы сучасного насінництва К.; ННУІАЕ, 2004., 256 С.

Джерелюк Ю.О.,

д. е.н., доцент

Бутиріна К. С.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Херсонський національний технічний університет

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з головних завдань сучасного етапу розвитку економіки України є подолання кризи, розробка та застосування сучасних методів і форм управління інноваційною діяльністю економічної системи та її підсистем, створення умов для її активізації і підвищення ефективності. Як свідчить практика розвинених (постіндустріальних) країн лише на цій основі можна досягти макроекономічної стабілізації і забезпечити економічне зростання держави, а також її суб'єктів господарювання в сучасних умовах. Інноваційний потенціал комплексно характеризує можливості будь-якого підприємства здійснювати інноваційну діяльність. Саме тому управління інноваційним потенціалом є однією з найважливіших задач для будь-якого підприємства, адже ефективність діяльності на ринку в умовах жорсткої конкурентної боротьби залежить перш за все від спроможності нарощувати й активно використовувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні можливості, які складають інноваційний потенціал [4]. На сьогоднішній день далеко не всі вітчизняні суб'єкти господарювання навіть за наявності потужного інноваційного потенціалу спроможні ефективно його використовувати. Однією з причин зазначеного стану справ можна вважати відсутність комплексних досліджень проблем формування, оцінки та ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства. До того ж, складність визначення інноваційного потенціалу підприємства зумовлюється наявністю різних точок зору з боку вітчизняних та зарубіжних фахівців щодо розуміння зазначеного терміна.

До сьогодні, процесам формування інноваційного потенціалу підприємства не приділялося належної уваги, як фактично і загальному економічному потенціалу. І це за ланцюговою реакцією, це призвело до кризового стану більшості вітчизняних підприємств, далі галузей, деформування міжгалузевих та регіональних пропорцій і всього національного господарства. А кризовий стан національної економіки та окремих підприємств, що супроводжується недовикористанням виробничих потужностей, накопиченням понаднормативних запасів матеріалів і готової продукції, скороченням чисельності працівників, зниженням їх кваліфікаційного рівня та продуктивності праці й іншими негативними явищами, закономірно веде до втрати потенціалу [2]. Тобто хаотичність процесів розвитку і неконтрольованість кризових тенденцій на макрорівні спричинили руйнацію структури потенціалу, що проявилось у порушенні пропорцій між основними елементами соціально-економічних систем та підприємств. У свою чергу, багаторівнева деформація пропорцій та зв'язків між складовими виробничих, соціальних, комерційних та інших підсистем підприємств зумовлює мультиплікативність дезорганізації та ініціює наступний виток кризових загальносистемних змін в межах окремих підприємств [3].

При визначенні інноваційного потенціалу акцент робиться перш за все не на ресурси, а на результати інноваційної діяльності, які організація досягла з використанням наявних ресурсів, враховуючи вплив певних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому вимірники інноваційного потенціалу підприємства повинні збігатися з вимірниками кінцевих результатів інноваційної діяльності. Необхідно також обов'язково враховувати той факт, що розкриття інноваційного потенціалу наштовхується на подолання зовнішніх бар'єрів, які можна охарактеризувати як інноваційний клімат. Інноваційний клімат можна розглядати як всі фактори зовнішнього середовища, що впливають на інноваційний потенціал підприємства, а саме [1]: можливості для виробництва нових або поліпшених видів продукції або послуг; можливості для зміни соціальних відносин на підприємстві (кадрові інновації); можливості для

розробки нових методів управління (управлінські інновації); можливості для створення нових механізмів просування продукції на ринок (ринкові інновації); можливості придбання ноу-хау, патентів; законодавча база, низька ставка рефінансування, пільгове оподаткування; взаємодія влади й бізнесу; практика комерціалізації технологій тощо. Щодо впливу на інноваційний потенціал підприємства внутрішніх факторів, слід зазначити, що процеси управління інноваційною діяльністю значно залежать від інноваційної культури певної організації.

Під інноваційною культурою слід розуміти міру сприйнятливості організації до нововведень, досвід впровадження нових проектів, політику менеджменту в області інновацій, відношення персоналу до інновацій. За участю інноваційної культури можна реально досягти прискорення й підвищення ефективності впровадження нових технологій і винаходів, реальної протидії бюрократичним тенденціям, сприяння розкриттю інноваційного потенціалу особистості тощо [1].

Світовий досвід свідчить, що форми і методи розвитку конкуренції в інвестиційно-інноваційній діяльності суттєво змінилися. Держава активно сприяє розробці програм щодо залучення і використання інвестицій, бере участь в управлінні процесами і ризиками в інноваційній діяльності. Вплив держави спрямовується на максимальну підтримку власного інноваційного потенціалу, провідних наукових і конструкторських центрів, а також на забезпечення реалізації науково-технічної політики, що відповідає світовому рівню. Тому, на наш погляд, Україна має обрати такі напрями розробки «високих» технологій, для реалізації яких у державі вже створено реальні передумови та є відповідний науково-технічний потенціал для виходу на передові позиції світової науки і техніки. І поступово у процесі підтримки існуючих інноваційних осередків оновлювати структуру формування та використання інноваційного потенціалу підприємств, виробничих комплексів, регіонів, галузей та самого національного господарства. Як відзначає, механізм створення та поширення нововведень має три загальні складові, характерні

майже для всіх країн [4]: 1. Систему державної підтримки фундаментальних і пошукових досліджень; 2. Різні форми та джерела фінансування і непрямого стимулювання досліджень; 3. Підтримку малого інноваційного підприємництва. І саме їх потрібно закладати у процес формування інноваційного потенціалу на всіх рівнях національного господарства, починаючи з мікрорівня.

Отже, у сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку й досягнення необхідного рівня прибутковості суб'єктами господарювання стає постійне впровадження ними інновацій. Активізація інноваційного розвитку є одним з найголовніших факторів виживання вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах жорстокої конкурентної боротьби. При цьому саме інноваційний потенціал є передумовою успішної реалізації інноваційної складової. Саме тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу. До того ж, успішне управління інноваційним потенціалом у сучасних умовах слід розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а отже власне його існування.

Література:

1. Андрианов Д. С. Сущность и структура инновационного потенциала организации *Академия управления "ТИСБИ"*. URL: <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2006/issue4/Econom2.html>.
2. Іванілов О.С., Таряник О.М. Інноваційний потенціал підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2004. №12. С. 5–7.
3. Терещенко О. В., Верба Д. В. Дослідження диференціації параметрів господарської діяльності промислових підприємств із різною інноваційною активністю. *Економіка та держава*. 2006. № 5. С. 60–64.
4. Чоботар С. В. Інноваційний потенціал підприємства. URL: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm.

ПРОБЛЕМИ ПРИ ОЦІНЮВАННІ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз інноваційного потенціалу дозволяє виявити найбільш ефективні напрями інноваційної діяльності та оптимальні інноваційні стратегії. Оцінювання інноваційного потенціалу дозволяє отримати як статичну характеристику нововведень на підприємстві, так і дає можливості для поглибленого інноваційного аналізу і прийняття оперативних і стратегічних рішень.

В сучасних умовах з метою розробки ефективного механізму управління інноваційним потенціалом доцільно використовувати систему показників, які більш детально і всебічно характеризують стан і рівень використання інноваційного потенціалу підприємства. Для оцінювання інноваційного потенціалу підприємства використовують такі показники:

- науково-технічний потенціал (чисельність працівників, що мають науковий ступінь, кількість раціональних пропозицій на одного працівника, кількість патентів);
- показники комерціалізації (частка нової продукції в загальному обсязі виробленої продукції, кількість ліцензійних договорів);
- тривалість виконуваних робіт (величина інноваційного лага);
- характеристика інноваційності керуючої системи (форми стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві, участь у реалізації інноваційних проектів керівництва, рівень свободи, що надається учасникам інноваційної діяльності).

У ході проведення діагностики інноваційного потенціалу підприємства виникає ряд проблем. Основна проблема пов'язана з недостатністю необхідної

аналітичної інформації. Існування цієї проблеми викликано відсутністю діючого механізму статистичного обліку інноваційної діяльності підприємств різних галузей. Наприклад, для торгових підприємств зовсім не передбачається ніякої статистичної звітності з інноваційної діяльності, що ускладнює проведення аналітичного обстеження цього напрямку діяльності торгових підприємств. Друга проблема пов'язана безпосередньо з оцінюванням інноваційного потенціалу.

Подібний аналіз досить складний і трудомісткий. Складність розглянутої проблеми полягає в тому, що оцінювання окремих елементів інноваційного потенціалу неможливо здійснити кількісно і в цьому випадку застосовується метод експертних оцінок, який базується на суб'єктивних думках експертів і не супроводжується традиційними розрахунками.

Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства доцільно здійснювати в такій послідовності: аналіз структури інноваційного потенціалу; виявлення ступеня використання внутрішніх інноваційних можливостей підприємства; оцінювання рівня інноваційної активності підприємства. Перший етап оцінювання інноваційного потенціалу – аналіз структури інноваційного потенціалу - припускає вивчення стану кожного його елемента на основі методу експертних оцінок. Чим вище рівень використання складових елементів інноваційного потенціалу, тим більше у підприємства конкурентних переваг для здійснення ефективної інноваційної діяльності. Заключний етап оцінювання інноваційного потенціалу передбачує визначення рівня інноваційної активності підприємства за допомогою узагальнюючого показника – коефіцієнту інноваційної активності підприємства.

Результати оцінки стану елементів інноваційного потенціалу використовуються при розробці комплексу заходів, спрямованих на підвищення інноваційної активності підприємства. Методика оцінювання інноваційного потенціалу підприємства повинна бути практичною, гнучкою, базуватися на доступному математичному апараті та відповідати сучасному розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Об'єктивність

оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства забезпечується лише за умови правильного вибору системи показників. Система показників, необхідних для комплексного оцінювання інноваційного потенціалу підприємства, повинна відповідати таким вимогам:

- включати показники, що характеризують інноваційний потенціал з усіма складовими;
- забезпечувати можливість порівняння показників, які використовуються для аналізу на різних підприємствах;
- спрямовуватися на виконання підприємством поточних та перспективних завдань;
- узгодженість з існуючою на підприємстві звітністю;
- витрати на збір та обробку інформації згідно з обраною системою показників повинні бути мінімальними.

При формуванні сукупності оціночних показників необхідно обрати найбільш важливі й об'єктивні. Їх склад може змінюватися залежно від того, які зі сторін діяльності підприємства найбільш вагомі для виконуваного аналізу інноваційної діяльності. Набір показників залежить від специфіки діяльності підприємства, його досвіду роботи на ринку. Загальне оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства здійснюють за такими трьома складовими:

- потенціальною складовою, яка засвідчує рівень загального потенціалу підприємства, тобто представляє собою джерело життєвої сили;
- інноваційною складовою, яка є похідною від загального потенціалу підприємства та входять до складу кожного елементу;
- управлінсько-комунікаційною складовою, що відображається в готовності та здатності до ефективного управління елементами потенціалу підприємства та інноваційними складовими і враховує зв'язки, які виникають між елементами усередині системи та зв'язки окремих елементів із зовнішнім середовищем, що із закономірною необхідністю визначає інтеграційні якості цієї системи.

Мартиненко А. В.,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ІННОВАЦІЙ НА СТАДІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗРОБКИ ТОВАРУ

В сучасних ринкових умовах впровадження інновацій на промислових підприємствах є джерелом економічного зростання не тільки конкретного виробничого об'єкту, але й національної економіки в цілому. Для кожного підприємства, яке прагне бути конкурентоспроможним та економічно стійким на ринку, дуже важливим є розвиток та управління інноваційною сферою. Успішна реалізація будь-якого інноваційного проекту потребує проведення його передпланової оцінки [1]. Даний етап бере на себе функцію прогнозу раціональності інвестиційних вкладень та служить фундаментом для визначення найбільш життєздатних та доцільних промислових інновацій, тому заслуговує особливої уваги при прийнятті інноваційно-інвестиційних рішень [2].

В сучасних методиках оцінки промислових інновацій недостатньо приділяється увага визначенню факторів ризику та характеристик промислових інновацій на ранніх стадіях процесу оцінки інноваційних проектів, що може привести до впровадження економічно неефективних промислових інновацій. Отже, автор виділяє систему показників оцінки ефективності на стадії дослідження та розробки товару, що впливає на економічний ефект від впровадження промислових інновацій представлену в таблиці 1 [1, 3-5].

Інноваційний товар визнається економічно ефективним, якщо грошові потоки, які генеруються в інноваційній діяльності в майбутньому, достатні для повернення наведеної суми капіталовкладень в НДДКР і забезпечують необхідну віддачу на вкладений капітал, що і закладено в умовах економічної ефективності традиційних методів ефективності інвестицій.

Таблиця 1

Система показників ефективності промислових інновацій на стадії дослідження та розробки

Показник	Характеристика
Фінансові показники	
Чиста поточна вартість (NPV)	Абсолютний показник ефективності інноваційного проекту, вказує на прибутковість проекту та приріст ринкової вартості підприємства внаслідок реалізації інноваційного проекту.
Індекс прибутковості (PI)	Відносний показник ефективності інноваційного проекту, який розраховується як відношення дисконтованих доходів за весь період реалізації проекту до дисконтованих інвестиційних витрат, значення індексу характеризує рівень прибутковості на 1 вкладених ресурсів.
Внутрішня норма прибутковості (IRR)	IRR визначає максимально прийнятну ставку дисконтування, при якій можна інвестувати кошти без будь-яких витрат для інвестора.
Термін окупності інвестицій (DPP)	Дозволяє визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції.
Рентабельність інвестицій в інновації (ROI)	Фінансовий показник ефективності інвестицій, що характеризує прибутковість інвестиційних вкладень.
Коефіцієнт поточної ліквідності (CR)	Коефіцієнт відображає здатність підприємства погашати поточні зобов'язання за рахунок тільки оборотних активів.
Маркетингові показники	
Місткість ринку	Максимально можлива кількість товару, яка може бути реалізована в межах певного ринку за певний проміжок часу.
Коефіцієнт інновативності (TAT)	Показник інноваційної активності, характеризує швидкість інноваційних процесів, походить від словосполучення «turn - around time» («встигай повертатися») та характеризує тривалість часу від появи ідеї до випуску нового товару.
Рентабельність інвестицій в дослідження та розробку	Показник ефективності інвестицій в дослідження та розробку, що характеризує рівень віддачі з кожної одиниці інвестованих коштів в дослідження і розробку інноваційного продукту.
Рівень конкурентоспроможності інноваційного товару	Визначає переваги інноваційного товару на ринку порівняно з аналогічними товарами-конкурентами за ступенем задоволення потреби та витратами на це задоволення.
Ресурсні показники	
Частка собівартості в ціні	Відносний показник, що характеризує частку собівартості в складі ціни продукції, показує скільки витрат (копійок, гривень), тобто собівартості, доводиться на кожен гривню ціни продукції (витрати на 1 грн. товарної продукції).
Коефіцієнт економії на умовно-постійних витратах	Показує рівень відносної економії від зниження умовно-постійних витрат за рахунок збільшення обсягу виробництва.
Коефіцієнт забезпечення запасів і витрат власними джерелами формування	Показник є індикатором достатності довгострокових коштів підприємства для забезпечення безперебійного виробничо-збутового процесу, характеризує суму власного оборотного капіталу на 1 запасів.
Кадрові показники	
Коефіцієнт ефективності використання робочого часу (K_{PMI})	Характеризує ступінь ефективності використання працівником планового фонду робочого часу на виконання завдань, пов'язаних з інноваційною діяльністю (проект) та виконання інноваційних проектів у встановлені терміни.
Коефіцієнт інноваційної активності персоналу	Показник, який відображає кількість та якість ідей, розробок, які були ініційовані та впроваджені на підприємстві до кількості працюючих.
Рівень кваліфікації працівників, задіяних в інноваційному проекті	Показник професійно-кадрового складу підприємства, який характеризує співвідношення кваліфікації працівників до ступеня складності виконуваних робіт.

Узагальнюючи дані таблиці 1 можна зробити висновок, що оцінка ефективності промислових інновацій на стадії дослідження та розробки повинна включати оцінку проекту за загальноприйнятими показниками результативності інвестицій з метою визначення ефективності і окупності інвестиційних вкладень, оцінку комерційної ефективності інновації, оцінку впливу інноваційного товару на виробничо-господарську діяльність підприємства та на його ринкове становище, ефективність використання ресурсів, оцінку фінансового стану підприємства, що дозволяє оцінити фінансову віддачу на вкладений капітал, приріст доходів, майна в результаті реалізації інноваційного проекту, зміну ліквідності і платоспроможності підприємства, оцінку кадрових показників та кваліфікаційно-інтелектуальних можливостей персоналу.

Література:

1. Філіппова С. В., Захарченко В. І., Акулюшина М. О., Лаптева В. В. Науково-методичні засади передпланової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів: монографія. Одеса : ОНПУ, Атлант ВОІ СОІУ. 2015. 104 с.
2. Кравчук А. В., Перерва П. Г. Механізм передпланової оцінки промислових інновацій. *XII Міжнар. науково-практ. конф. магістрантів та аспірантів НТУ «ХП»* : тези доп. : у 3 ч. Ч. 1 (Харків, 17-20 квітня 2018 р.). Харків. 2018. С. 190. Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/36489>
3. Мершиев Р. В. Проблемы оценки эффективности инноваций. *Горный информационно-аналитический бюллетень* (научно-технический журнал). № 5. 2010. С. 114-119.
4. Кравчук А.В. Аналіз існуючих методів економічної оцінки ефективності промислових інновацій. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2019. Випуск 2/2019 (115). С.69-78. DOI: 10.30929/1995-0519.2019.2.69-78.

5. Кузьомко В. М., Онищенко І. В. Стратегія підвищення ефективності господарської діяльності підприємства на різних стадіях його життєвого циклу. *Економіка та суспільство* : електр. наук. фах. вид. / М-во освіти і науки України, Мукачів. держ. ун-т ; [редкол.: М. І. Стегней (голов. ред.) та ін.]. Електрон. текст. дані. Мукачево, 2016. Вип. 5. С. 170–174. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-5-2016.pdf#page=170>

Мицишин О. Л.,

аспірант

Козик В. В.,

к.е.н., професор,

Павелчак Т. І.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Національний університет “Львівська політехніка”

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ КЛАСТЕРІВ

Для вдосконалення інноваційної політики держави необхідне створення і впровадження моделі сталого інноваційного розвитку, метою якого є покращення економічної ситуації за рахунок інструменту інновацій. Існує досить багато моделей стабілізації, але загальний результат має бути один – покращення економічної ситуації.

В огляді інноваційного розвитку України, проведеному Європейською економічною комісією ООН, зазначено, що між інвестиціями в науково-дослідну діяльність та інноваціями не повинно бути механічної залежності. Тобто, нові товари та процеси стають результатом діяльності декількох компаній у спільній діяльності (досить рідко з цим справляється одна організація). Звернувши на це увагу, уряди різних країн створюють кластери, які включають компанії, організації, науково-дослідні інститути, університети

для зміцнення зв'язку між цими структурами. Найважливішою складовою є інфраструктура підтримки бізнесу, розвитку підприємництва. Необхідно підкреслити, що всі перераховані організації повинні розвиватися і підтримувати інновації, в першу чергу, не для себе, а для розвитку регіону та підтримки наукоємної економіки [1].

Інноваційний розвиток національної економіки та забезпечення її конкурентоспроможності в умовах глобалізаційних викликів визначається рівнем розвитку саме інноваційних кластерів, ефективне функціонування яких дозволить не лише реалізувати та примножити інтелектуальний потенціал та конкурентоспроможний освітній комплекс, але й подолати відставання в технологічному розвитку регіонів та окремих територій на основі співпраці науки і бізнесу, розвитку високотехнологічних секторів і виробництв, залучення венчурних інвестицій, формування інноваційного простору для економічного розвитку територій [2].

Результатом інноваційного розвитку регіону, який обумовлює економічні, виробничі, науково-технічні зміни на новій основі, є створення базису для підвищення рівня та покращення якості життя населення [3].

Отже, інноваційна спрямованість є основною конкурентною перевагою ефективного функціонування кластерних структур. Впровадження інновацій дає можливість кластерам успішно функціонувати в довгостроковій перспективі та розвиватись на мікрорівні та на рівні розвитку регіональної й національної економік.

Література:

1. Клименко К.С. Особливості вдосконалення системи інновацій та трансферу технологій в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2014. № 2. С. 40-44.
2. *Просторова організація бізнесу в регіонах України: форми та механізми регулювання: монографія у 2-х томах. Т 1* / НАН України. Державна установа “Інститут регіональних досліджень ім. М.І.Долішнього НАН України”; наук.

ред. М.І. Мельник. Львів, 2019. 377 с. (Серія “Проблеми регіонального розвитку”).

3. *Стале ендогенне зростання регіонів України в умовах децентралізації: монографія* / ред. д.е.н., проф. І. З Сторонянська. Львів, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України. 2019. 501 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).

Моргачов І.В.,

к.е.н., доцент

Хімченко А.О.,

здобувач вищої освіти

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ НАУКОВИХ ТА ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИХ КАДРІВ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА РЕГІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

С початку 2014 р. Луганська область опинилася у складних соціально-економічних умовах, спричинених кризовими процесами, негативні наслідки яких відчуваються і до тепер. Регіон має ознаки деіндустріалізації; за таких умов єдиним шляхом відродження регіону є впровадження інноваційної моделі розвитку. Це потребує активізації усіх рушійних сил розвитку, передусім, людського чинника, забезпечення свідомих прагнень людини до прояву трудової та інноваційної активності, постійного освітнього й професійного розвитку, підвищення конкурентоспроможності. Цілком очевидно, що розв'язання цієї проблеми потребує оновлення усталених поглядів на працю, трудові відносини і форми зайнятості в контексті широкого використання новітніх комунікаційних форм і технологій, як-от засоби мережі Інтернет.

Метою роботи є дослідження забезпеченості Луганської області науковими та інноваційно-активними кадрами для розвитку інноваційних процесів в регіоні.

Рушійною силою посткризового відродження і розвитку регіону є впровадження інноваційної економічної моделі. Проте, для переходу регіональної економіки на якісно новий рівень мають бути забезпечені певні передумови. Однією з них є інноваційно-активні кадри. З табл. 1 видно, що протягом аналізованого періоду кількість дослідників в Луганській скоротилася на 1924 людини, або на 91,97%, кількість техніків зменшилася на 105 осіб, або на 70,00%, допоміжний персонал скоротився на 291 людину, або на 76,78%. Разом чисельність працівників у сфері інновацій зменшилася на 2320 осіб, або на 88,52%. Означені зміни спричинили певні структурні зрушення, зокрема зменшення частки працівників з науковим ступенем склало 26,22%.

Таблиця 1.

Динаміка чисельності працівників, задіяних в інноваційній діяльності за категоріями в Луганській обл., осіб

Категорія персоналу	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	Базисне абсолютне відхилення, +/-	Базисний темп приросту, %
Дослідники	2092	817	374	195	186	168	-1924	-91,97
Техніки	150	58	49	55	50	45	-105	-70,00
Допоміжний персонал	379	133	78	119	114	88	-291	-76,78
Разом	2621	1008	501	369	350	301	-2320	-88,52
з них мають науковий ступінь	1079	407	158	86	74	45	-1034	-95,83
Частка працівників з науковим ступенем	41,17	40,38	31,54	23,31	21,14	14,95	-26,22	

Джерело: розраховано автором за матеріалами [2]

На рис. 1 видно, що доля дослідників у структурі суттєво зменшилася – на 91,97% станом на 2018 р., порівнянні з 2013 р.



Рис. 1. Структура працівників, задіяних в інноваційних процесах за категоріями в Луганській обл.

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [2]

Дана ситуація свідчить про критичні масштаби відтоку найбільш інноваційно-активних працівників – дослідників – з регіону, через те, що регіональні підприємства з фінансових причин не можуть забезпечити таким працівникам гідний рівень оплати праці, і ті змушені звільнитися і залишити регіон. Це означає, що існуючі форми зайнятості наукових та інноваційно-активних кадрів, рівень оплати їх праці та соціально-трудова відносина є суттєвою перепорою в утриманні таких кадрів в регіоні, а відтак, і в забезпеченні прогресивних мезоекономічних трансформацій. Наведена тенденція руйнівним чином вплинула на значущість регіону як інноваційного та економічного агента держави, що ілюструється на рис. 2, з якого видно суттєве послаблення позицій регіону в економічній системі України. Зокрема, з рис. 2 видно, що питома вага працівників Луганської області, задіяних у інноваційній сфері, до загальної кількості цих працівників в Україні знизилась з 1,69% до 0,34%. Зміна структурного складу персоналу, задіяного у інноваційній сфері, – зменшення частки дослідників, відтік кваліфікованих кадрів з регіону – все це стало підґрунтям для згорання промислового виробництва в Луганській області. Це, в свою чергу, позначилося на ВРП Луганської області. Відтак, за 2013-2018 рр., частка ВРП Луганщини в ВВП України скоротилася вчетверо: з 3,7% у 2013 році до 0,9% у 2018 р.

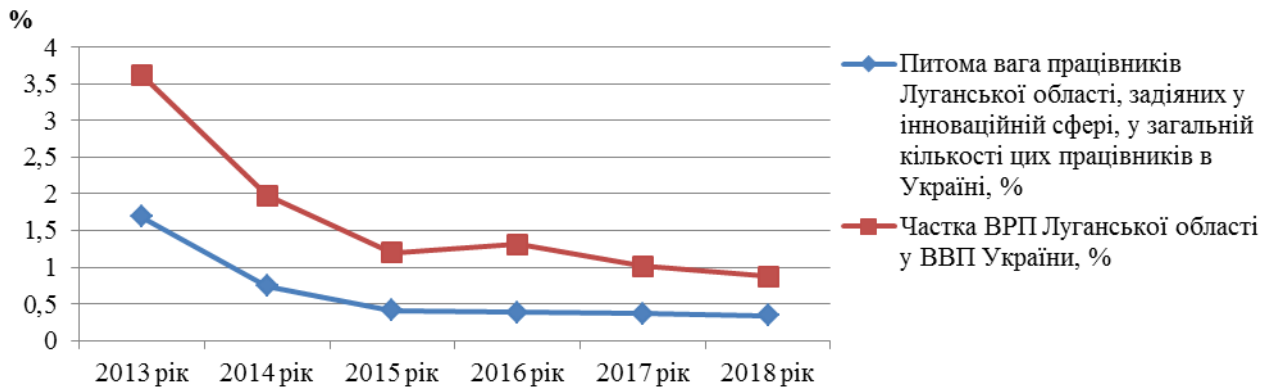


Рис. 2. Частка Луганської області у формуванні інноваційного та економічного потенціалу країни

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [2; 3]

Таким чином, перед Луганською областю постала серйозна проблема, а саме - відтік наукових та інноваційно-активних кадрів, спровокована кризовими явищами в регіоні. Для вирішення цієї проблеми можливим є широке впровадження новітніх форм зайнятості, заснованих на прогресивних інформаційно-комунікаційних технологіях, зокрема удаленої зайнятості, що створить умови для продовження діяльності саме в даному регіоні.

Література:

1. Овчаренко Є.І. Передумови державного регулювання високотехнологічної самозайнятості населення. International economic relations and prospects for national development: contemporary challenges and solutions: monograph / under the editorship of Prof.M.I.Fleychuk, Dr.U.A.Ganski, Prof. V.U.Kazlouski [and other]. Daugavpils: Daugava Print, 2018. Part III. С.299 315. ISBN 978-9934-19-522-8.
2. Економічна статистика Луганської області. Наука, технології та інновації [Ел.-ний ресурс]. URL: <http://www.lg.ukrstat.gov.ua/sinf/nauinv/rnauinv.php.htm>
3. Державна статистична інформація / Офіційний сайт Державної служби статистики України // [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Морозов Р.В.,

д.е.н., професор,

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,

Чекамова О.І.,

к.е.н

Інститут рису НААН України

НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ РИСІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

Зважаючи на значення аграрного сектору для економіки України, питання інноваційного напрямку розвитку агропромислового комплексу є надзвичайно актуальним. В зазначеному ракурсі слід розглядати і окремі галузі агровиробництва, зокрема, рисівництво. Аграрна наука, зокрема, в рисівництві, має певні напрацювання, які можуть сприяти вирішенню галузевих проблем, але в силу інертності аграрної наукової сфери і дотепер існують проблеми ефективності функціонування наукових установ в ринкових умовах, формування певного механізму трансформації наукових досягнень в конкурентоспроможний необхідний виробництву наукоємний продукт.

Ринкові перетворення в аграрному секторі країни вимагають концептуальних змін у науковому забезпеченні галузі, доведенні завершених наукових розробок до споживачів, забезпеченні відповідності наукоємної продукції потребам ринкової економіки та інноваційної моделі економічного зростання. У зв'язку з цим важливого значення набуває формування дієвого механізму взаємодії науково-експериментальної бази з виробниками товарної продукції рисівництва в процесі створення конкурентоспроможних наукоємних продуктів та трансферу інновацій у виробництво.

До питань дослідження проблем інноваційного розвитку, створення та трансферу інновацій зверталися провідні вітчизняні дослідники, такі, як Ю. Бажал [1], М. Зубець [2], Л. Курило [4], Ю. Лупенко [3], М. Малік [3] та

інші. Проте недостатньо висвітленим є питання ефективної організації взаємодії виробничої і наукової сфер діяльності через процес створення та реалізації конкурентоспроможних інновацій на основі оцінювання інноваційного потенціалу.

Вважаємо, що перетворення потенціалу аграрної науки в рушійну силу економічного зростання галузі рисівництва можливе лише на основі формування та реалізації інноваційного потенціалу в системі «наука-інновації-виробництво». Нині своєчасним і необхідним є вдосконалення наукових підходів до реалізації інноваційної складової науково-інноваційного процесу в сфері аграрної науки, розробки ефективних механізмів організації інноваційного процесу з метою підвищення ефективності наукової діяльності. Цим й обумовлюється актуальність даного дослідження та його практична цінність.

Для виконання функцій наукового забезпечення галузі рисівництва сьогодні слід удосконалити існуючий механізм продукування науково-технічних розробок з високим інноваційним потенціалом. Питання формування і реалізації інноваційного потенціалу галузі рисівництва зумовлене необхідністю побудови дієвого механізму створення інноваційної продукції з можливістю оцінки ефективності інновацій.

Схема здійснення науково-інноваційного процесу в рисівництві представлена на рис. 1.

Наведена схема демонструє послідовність етапів науково-інноваційного процесу для просування науково-технічної продукції на ринок. Вдосконалення науково-інноваційного процесу в рисівництві вимагає трансформації наукових знань в наукові розробки у форматі бізнес-проектів.

Основними етапами продукування інновацій є створення наукових розробок, капіталізація розробок (доведення розробок до стану, придатного для реалізації на ринку) та трансфер інновацій у вигляді бізнес-проектів.

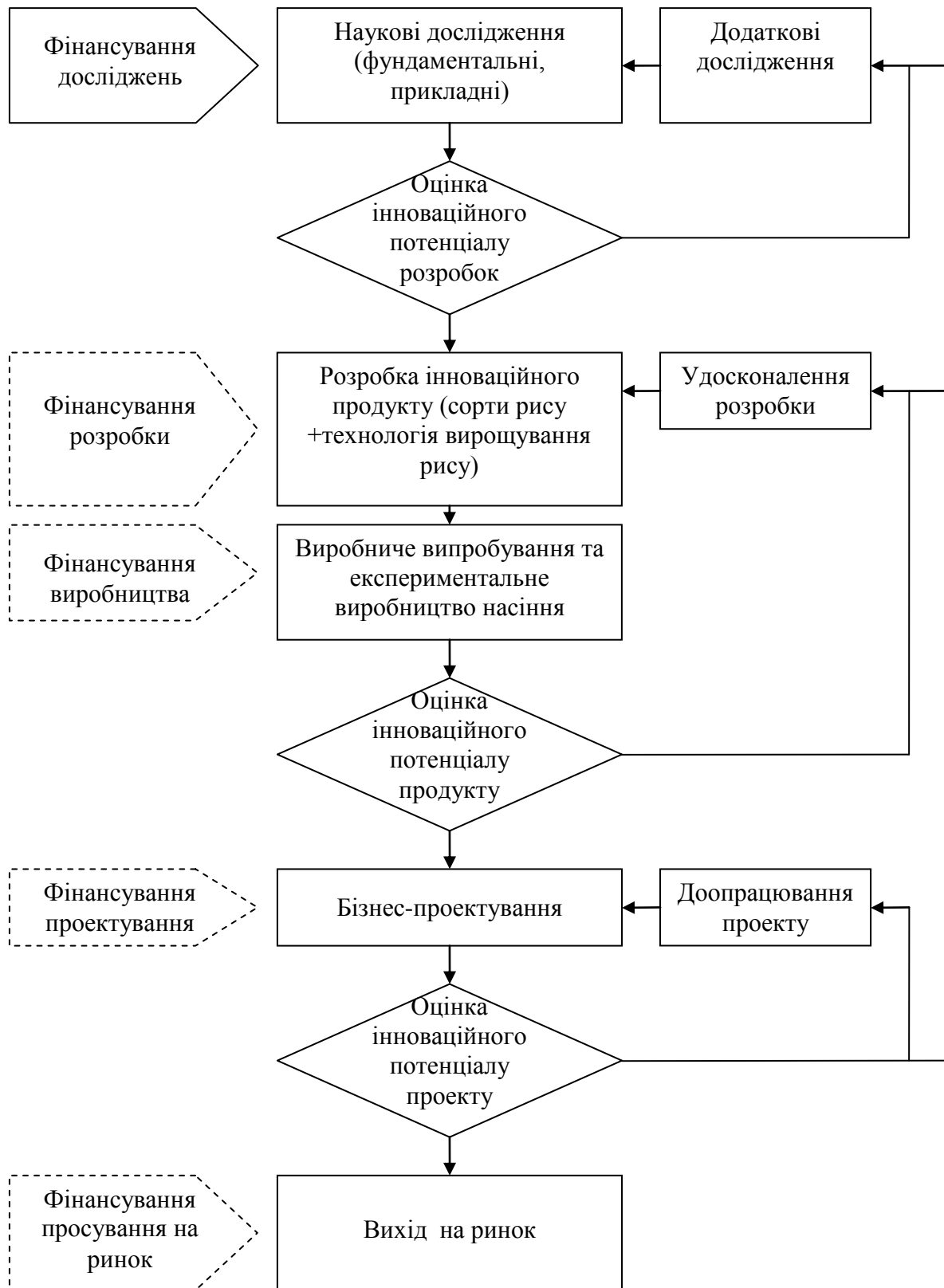


Рис. 1. Схема науково-інноваційного процесу в рисівництві

Для удосконалення науково-інноваційного процесу в рисівництві доцільно у наукових установах здійснювати формування підрозділів, що займатимуться як капіталізацією та комерціалізацією наукових розробок, так і формалізацією

цього процесу та формуванням необхідної організаційної структури, що передбачає створення та спільну діяльність фахівців різних напрямів при підготовці та реалізації інноваційних проектів зі створення інноваційних продуктів. Мається на увазі співпраця фахівців з предметної галузі (носіїв предметних знань) і спеціалістів підрозділів інтелектуальної власності та маркетингу інновацій (носіїв процедурних знань). Співробітництво пропонується здійснювати у формі тимчасових груп для створення інноваційних продуктів. Узагальнюючи викладене, можна зробити висновок, що для здійснення науково-інноваційного процесу в рисівництві доцільно використовувати систему інноваційного провайдингу як комплексу новостворень, нововведень на підприємницьких засадах, який забезпечує системний перехід до наукоємного ринку, здійснення інноваційних перетворень науково-виробничої бази, створення та розвиток підприємницької інтегрованої з наукою інноваційно-венчурної інфраструктури, трансфер інновацій в форматі бізнес-проектів. Система інноваційного провайдингу розглядає новостворення і нововведення на підприємницьких засадах, забезпечує створення та трансформацію наукових знань в інноваційні продукти, спрямовані на вирішення актуальних питань розвитку галузі рисівництва.

Література:

1. Бажал Ю. М. Інноваційний розвиток економіки та напрями його прискорення: наукова доповідь / Ю. М. Бажал, І. В. Одотюк, М. С. Данько [та ін.]. К. : Ін-т економічного прогнозування НАНУ, 2002. 80 с.
2. Зубець М. В. Розвиток інноваційних процесів в агропромисловому виробництві / М. В. Зубець, С. О. Тивончук. К. : Аграрна наука, 2004. 192 с.
3. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи / Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк [та ін.]. К. : ННЦ ІАЕ, 2014. 516 с.
4. Курило Л. І. Інтелектуальний капітал в аграрній сфері економіки / Л. І. Курило. К. : ННЦ ІАЕ, 2012. 322 с.

Некlesa О. В.,

науковий співробітник навчально-наукової лабораторії з дослідження проблем протидії організованим злочинності та корупції факультету підготовки фахівців для підрозділів стратегічних розслідувань Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ України

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВИКЛИКІВ
ГЛОБАЛЬНОГО СВІТУ**

Глобалізація сучасної світової економіки стала однією з визначальних характеристик, що ставить перед урядами багатьох країн завдання для пошуку проблемних питань у реалізації нових способів адаптації економічного середовища. Швидкі зміни чинників, що визначають конкурентоспроможність бюджетоутворюючих підприємств та цілих держав на світових ринках, стрімкий розвиток фундаментальних відносин змушують органи державної влади при формуванні умов економічного зростання більш активно діяти з метою вирішення проблем забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі.

В Україні пріоритетними напрямками інноваційної діяльності визначено напрями, які спрямовані на створення екологічно чистої високотехнологічної конкурентоспроможної продукції, надання високоякісних послуг та збільшення експортного потенціалу з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень, забезпечення економічної безпеки держави [1].

Кабінетом Міністрів України схвалено стратегічні пріоритетні напрями на 2011-2021 роки, а саме:

- запровадження нових технологій постачання енергії, в тому числі, робота над альтернативними джерелами, впровадження енергоефективних технологій зберігання ресурсів;
- реалізація новітнього розвитку системи транспорту, ракетно-космічної, авіабудівної і суднобудівної галузі, військово-технічного розвитку;
- застосування новітніх технологій виробництва матеріалів та створення індустрії нанотехнологій;
- технологічне та системне оновлення агропромислового комплексу;
- вжиття новітніх технологій медичного обслуговування, лікування із застосуванням сучасного обладнання;
- розвиток робототехніки та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Важливим заходом для підвищення конкурентоспроможності діючої економіки України є перехід держави на інноваційний розвиток. Залежність держави від товарів, робіт та послуг які надаються іноземними державами, обумовлюють надмірні масштаби витоку з економіки країни значних коштів в інтересах інших країн. Такі закупівлі, напряду впливають на економіку України та виражаються у неможливості створення додаткових робочих місць, негативно впливають на рівень загального розвитку держави та її сучасної соціальної сфери покликаної забезпечити достойний рівень державної підтримки людини, що негативно впливає на інноваційний розвиток секторів економіки України [2].

Отже, становлення України, як високотехнологічної конкурентоспроможної держави, можливе у випадку забезпечення власних потреб за рахунок розвитку своїх підприємств, які здатні забезпечити потреби держави без залучення іноземних підприємств, що виводять кошти з державного бюджету України шляхом забезпечення країни товарами, роботами або послугами. Тому впровадження науково-технічного потенціалу, новітніх технологій здатних забезпечити ефективний розвиток сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та

реалізації нових видів конкурентоздатної продукції є ключовим пріоритетом держави.

Література:

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08 вересня 2011 р., № 3715-VI / (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 19-20, ст.166). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.
2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04 липня 2002 р., № 40-IV / (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст.266). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
3. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією) за період 2014-2016 років. Доповідь / [Вик.: Р.Ю. Прилипко], 2017 [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/dop/11/dop_inn_2016.zip.

Чайковський Я.І.,

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

На сьогоднішній день, фінансові технології (фінтех) зазнають у світі бурхливого розвитку. Особливо впродовж останніх чотирьох років фінтех розвивається в Україні, де станом на 2019 рік на ринку активно працюють понад 100 компаній [1, с. 7]. Серед них є як стартапи, так і більш зрілі надавачі послуг.

Найбільш масовим ринковим сегментом серед українських фінтех-компаній є платежі та грошові перекази, адже в даній сфері працює 31,6 % усіх стартапів (рис. 1). Проте від початку 2018 року з їхнього боку не

спостерігається значного інтересу до даного напрямку. Схожа ситуація складається й щодо технології блокчейн, протягом 2017 та 2018 рр. в Україні було засновано лише по дві компанії, які працюють в цьому напрямку [1, с. 9].

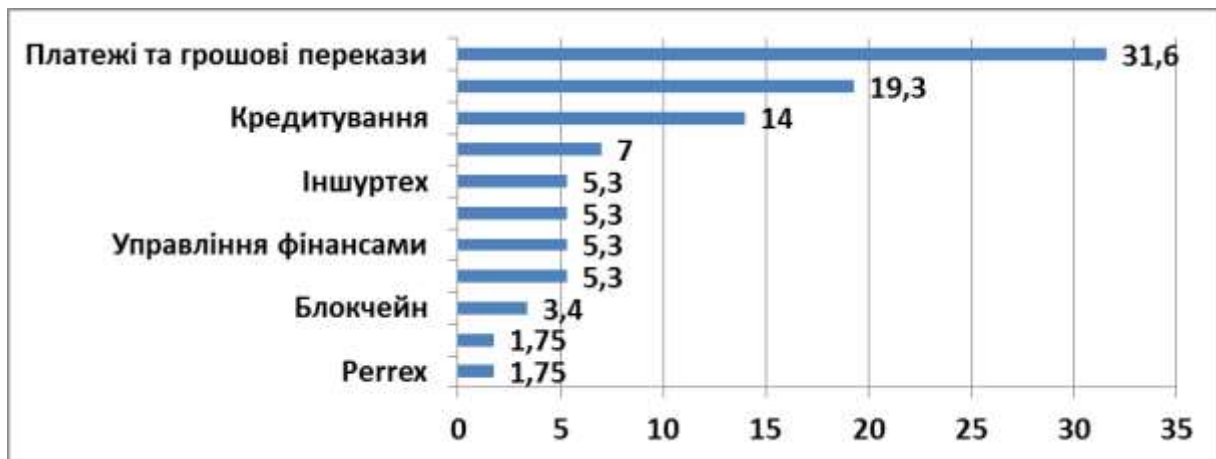


Рис. 1. Розподіл фінтех-компаній в Україні за 2018 р., %*

* Джерело: побудовано на основі [2, с. 17]

Натомість технологічні напрямки, такі як консалтинг та аналітичні системи є досить популярними протягом останніх трьох років і в 2018 році випередив за популярністю сферу мобільних гаманців. Більш ймовірно, що така тенденція триватиме й надалі, адже з розвитком популярності великих даних та штучного інтелекту аналітичні послуги ставатимуть дедалі різноманітнішими, з вузькою спеціалізацією та більш унікальними [1, с. 9].

В той же час українські банки продовжують процес трансформації бізнес-процесів та готуються до появи нових викликів. У цьому контексті інтерес банків до фінтех і надалі посилюється. За дослідженням компанії «Mastercard», близько 87 % представників банківського сектору готові до партнерства з фінтех-стартапами [2, с. 16-17].

Українські банки продовжують процес трансформації бізнес-моделей. У цьому контексті інтерес банків до фінтех і надалі посилюється [1, с. 18].

Банківська система України впроваджує в свою діяльність інноваційні продукти. Яскравим прикладом цього є найбільший за розмірами активів український приватний комерційний банк і лідер роздрібного банківського ринку України – АТ «Приватбанк». На сьогодні АТ «Приватбанк» є лідером з

впровадження інновацій в Україні. Інноваційна політика банку орієнтована на впровадження на усеукраїнському ринку принципово нових, провідних банківських послуг, які надають клієнтам нові та спрощені можливості управління своїми фінансами. Безконтактний Android-банкомат – перший у світі банкомат без екрану і клавіатури, який дозволяє отримувати готівку за допомогою мобільного телефону, за допомогою мобільного NFC-гаманця можна здійснювати безконтактні платежі з будь-якого банківського рахунку або картки чи смартфона без стікерів чи secure-елементів [3, с. 29].

Проте загалом банки частіше ведуть спільні проекти, потім ідуть власні «центри інновацій» та власна інкубація чи акселерація, оскільки вартість створення команди всередині установи доволі висока. Чимало таких проектів реалізуються за моделлю, що дає змогу банкам знизити інвестиційні витрати та мінімізувати ризики [1, с. 18].

Основними сферами співпраці банківських установ та фінтех-компаній у найближчий рік будуть [1, с. 19]: платіжні сервіси; системи штучного інтелекту; великі дані; автоматизація бізнес-процесів; кібербезпека.

Варто зазначити, що розвиток фінтех в Україні активно підтримується низкою різноманітних ініціатив та заходів з боку Національного банку України. Національним банком України було затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року (Постанова № 391 від 18.06.2017 року), що передбачає низку ініціатив [2, с. 14]:

- курс на безготівкову економіку 2020;
- перехід на стандарти ISO20022;
- обмін документами у електронному форматі з використанням електронного підпису;
- зберігання документів в електронному форматі;
- віддалена ідентифікація особи;
- можливість замовлення фінансових послуг он-лайн;
- електронне візування сканкопій та підпис касових документів;

- можливість використання системи Bank ID для дистанційної ідентифікації клієнтів банків;
- захист прав користувачів фінансових послуг;
- підвищення фінансової грамотності населення;
- нові правила для стимулювання ліцензування нових гравців у секторі платежів.

Таким чином, за останні чотири роки фінансові технології в Україні почали бурхливо розвиватися та впроваджуватися. Вже зараз працює понад 100 фінтех-компаній, більшість з яких планує або вже співпрацює з банківськими установами. Основними напрямками їхньої співпраці є платіжні сервіси, системи штучного інтелекту, великі дані, автоматизація бізнес-процесів та кібербезпека. Можна виділити ряд найбільш актуальних фінтех-розробок впроваджених у банківському секторі, а саме: штучний інтелект, відкритий банкінг, блокчейн та мобільний банкінг.

Література:

1. Каталог фінтех-компаній України 2019. URL: <http://drive.fintechua.org/FintechCatalog19Ukr.pdf?> (дата звернення: 24.05.2020).
2. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf. (дата звернення: 24.05.2020).
3. Матвійчук Н. М., Бурлачук Н. Ю., Гарбар Ж. В. Розвиток інновацій в сучасній банківській сфері України. *Молодий вчений*. 2015. № 5(2). С. 28-30. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5\(2\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5(2)_8). (дата звернення: 24.05.2020).

Стаховська С.І.,

здобувач вищої освіти

Залізна Л.В.,

аспірант

Національний Університет «Львівська політехніка»

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКСПОРТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В умовах розвитку глобальної економіки постійне удосконалення процесу виробництва та управління є необхідною умовою для забезпечення конкурентоздатності підприємств. Зростання впливу економіки знань зумовлює розвиток процесу інтелектуалізації усіх сфер діяльності суб'єктів господарювання.

Основна особливість інтелектуалізації в тому, що головним ресурсом такої економіки є знання та інформація.

Зважаючи на обмеженість природних ресурсів, все більше підприємств переходять на новий рівень виробництва, який досягається високим рівнем інтелектуалізації діяльності підприємства загалом. Створення якісної та конкурентоспроможної експортно-орієнтованої продукції є можливістю для підприємства не лише збільшити обсяги збуту за рахунок виходу на нові ринки, а й отримати значну частку іноземних ринків.

Інтелектуалізація є складним та затратним процесом, який поетапно впроваджується на підприємствах. Для створення конкурентного продукту потрібно удосконалити кожен фактор його виробництва. Така продукція має бути не лише конкурентоспроможною, а й відповідати потребам глобальної економіки. Таким чином, інтелектуалізація продукції забезпечується модернізацією виробництва, а саме збільшенням частки об'єктів інтелектуальної власності, що сприяє зростанню доданої вартості.

Процес інтелектуалізації на підприємстві зумовлює появу нових вимог до інтелектуального рівня працівників підприємства, розвитку інтелектуальної діяльності, створення інтелектуального продукту та інновацій (процесних, технічних, технологічних).[1, 70]

Серед чинників, що сприяють розвитку інтелектуалізації експортно-орієнтованої продукції на підприємстві можна виділити:

- збільшення частки використання об'єктів інтелектуальної власності у виготовленій продукції;
- збільшення інтелектуальної, творчої праці на підприємстві;
- нарощування інтелектуального капіталу.

Процес інтелектуалізації виробництва є різним, залежно від призначення продукції, етапів її виробництва, проте загалом він стосується не лише безпосереднього виготовлення, а й всієї діяльності підприємства.

Й. С. Ситник виокремив межові зони процесів інтелектуалізації на підприємстві, а саме:

- внутрішньо-особистісні процеси інтелектуалізації, наприклад, самоосвіта;
- процеси інтелектуалізації, що відбуваються безпосередньо між двома чи більше фахівцями на певному рівні управління;
- процеси інтелектуалізації, що відбуваються у відносинах між керівником і спеціалістами відділу, командою, підрозділом підприємств;
- процеси інтелектуалізації всередині цехів, служб, відділів, рівнів управління, фахових груп;
- процеси ІСМ у відносинах між цехами, службами, відділами, рівнями управління, фаховими групами, керуючою і керованою системами;
- процеси інтелектуалізації, що відбуваються всередині окремого виду економічної діяльності;
- зовнішні стосовно підприємств процеси інтелектуалізації, що відбуваються всередині суспільства, людства.[1, 77-78]

Важливе місце у процесі інтелектуалізації діяльності підприємства в цілому і виробництві продукції зокрема належить державі. Виготовлення конкурентоздатної продукції з високою часткою інтелектуальної власності забезпечує економічну вигоду не лише для виробника, а й для держави. Використання об'єктів інтелектуальної власності, інтелектуальної праці у виробництві, яке орієнтоване на експорт повинне бути захищеним

законодавством для уникнення ризиків втрати унікальних технологій виробництва та управління.

Важливим аспектом є те, що процес інтелектуалізації забезпечує створення умов для прогресивних змін на підприємствах.

Істотними умовами для розвитку інтелектуалізації на підприємстві є:

- впровадження нових технологій, що забезпечується рівнем розвитку науково-технічного процесу;
- збільшення обсягів інтелектуального капіталу;
- створення сприятливого середовища для творчої та інтелектуальної роботи працівників.

Отже, розвиток інтелектуалізації експортно-орієнтованої продукції це процес, який сприяє модернізації управління та виробництва на підприємстві. Він охоплює всі процеси на виробництві та сприяє створенню нового продукту з високою часткою знань, наукового потенціалу та інтелектуального капіталу.

Література:

1. Ситник Й. С. Інтелектуалізація систем менеджменту підприємств: концепція, системний моніторинг та моделювання: монографія. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. 311 с.

Шара В. І.,
аспірант

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ІННОВАЦІЙНА БЕЗПЕКА: ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК У СКЛАДІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Активізація інноваційних процесів в у сучасних економічних умовах та зростання ролі інновацій в економічній діяльності сприяли формуванню категорії інноваційної безпеки. Однак наявні дослідження не дають

однозначного розуміння її змісту, у поглядах учених на різні аспекти інноваційної безпеки спостерігаються певні відмінності у підходах до визначення її сутності. Небезпеки, що криються у таких розбіжностях, полягають у невідповідності трактувань інноваційної безпеки до її дійсної ролі, що надалі створить труднощі для діагностики та забезпечення інноваційної безпеки.

Окрім загальних двох підходів, які визначають інноваційну безпеку як складову економічної або складову національної безпеки, варто розглянути підходи, що характеризують зв'язки інноваційної безпеки зі складовими економічної безпеки. Так, В. В. Лойко вважає, що потрібно розвивати сектори промисловості, які мають найбільш інноваційні технології, щоб не допустити техніко-технологічного відставання країни [1], тобто поняття техніко-технологічної безпеки частково має на увазі й інноваційний компонент, однак, зважаючи на посилення ролі інновацій у забезпеченні економічної безпеки країни, можна зауважити, що спостерігається еволюційний перехід цього компонента в окрему категорію інноваційної безпеки.

На сьогодні інноваційна та техніко-технологічна безпека у дослідженнях науковців постають рівноправними складовими економічної безпеки, які мають різний зміст [2,3]. Тобто, можна зазначити, що вказані дослідження формують підхід, за яким наголошується необхідність виділення інноваційної безпеки як складової економічної безпеки, при цьому розмежовуючи її з категорією техніко-технологічної безпеки.

Також варто зазначити, що одним з підходів, який передував виокремленню інноваційної безпеки в самостійну категорію, можна назвати виділення інвестиційно-інноваційної безпеки, яка має дуалістичний характер впливу на економічну безпеку, а саме: неможливість безпечного розвитку без впровадження інновацій, та підвищення при цьому ризикованості діяльності [4, с. 199].

Насамперед, в українському законодавстві інноваційна безпека постає в одному понятті з інвестиційною, а саме Методичні рекомендації щодо

розрахунку рівня економічної безпеки України представляють інвестиційно-інноваційну безпеку однією зі складових економічної безпеки [5]. Натомість, К. А. Пилипенко у складі економічної безпеки виділяє інвестиційну безпеку, яку характеризує як стан інвестування економіки та інноваційну безпеку, що характеризує стан розвитку економіки [6, с. 268]; О. О. Маслак також розмежовує інвестиційну та інноваційну безпеку як окремі складові економічної безпеки [7, с. 95].

Зважаючи на те, що сфера інновацій об'єднує в собі багато компонентів, одним із яких і є саме інвестиційний, тому логічно розглядати його як один з аспектів забезпечення інноваційної безпеки, а у загальному розумінні розділяти інвестиційну та інноваційну безпеку.

Таким чином, сепарація інноваційної безпеки від інших складових економічної безпеки є наслідком еволюційного розвитку цієї категорії і дозволяє забезпечити доскональне вивчення інноваційної безпеки, роблячи її центром дослідження, а, отже, і отримати більш вичерпні результати та дані щодо вказаного поняття.

Література:

1. Лойко В. В. Технологічна безпека як складова економічної безпеки. *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_5_7 (дата звернення 25.05.2020) .
2. Никифорова В. Г., Кравченко В.О. Активізація інноваційного розвитку – підґрунття економічної безпеки підприємства. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 34. С. 92-96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2014_34_18 (дата звернення: 25.05.2020).
3. Перерва П. Г., Романчик Т. В. Місце інноваційної складової у забезпеченні економічної безпеки підприємства. *Інформація та знання в системі управління інноваційним розвитком*: монографія / за заг. ред. Ю. С. Шипуліної. Суми : Триторія, 2018. Розд. 7.2. С. 301-314. URL :

- <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/39625> (дата звернення: 25.05.2020).
4. Маслак О. І., Гришко Н. Є. Управління економічною безпекою підприємства на принципах забезпечення її раціонального рівня. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 1. С. 198-208. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2013_1_20 (дата звернення: 25.05.2020).
5. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. URL : https://zakononline.com.ua/documents/show/218014__218079#n9 (дата звернення: 25.05.2020).
6. Пилипенко К. А. Структурні складові економічної безпеки та індикатори інтегрального рівня. *Таврійський науковий вісник*. Херсон. Вип. 92. 2015. С. 265-270. URL: <http://www.ksau.kherson.ua/files/visnik/TNB92.pdf> (дата звернення: 25.05.2020).
7. Маслак О. О. Безпека інноваційного розвитку промисловості як складова національної безпеки країни. *Бізнес Інформ*. 2014. -№ 7. -С. 93-97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_7_18 (дата звернення: 25.05.2020).

Шипуліна Ю.С.,

д.е.н., доцент

Ілляшенко Н.С.,

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ЇХ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Завершення п'ятого технологічного укладу та початок четвертої промислової революції ініціюють кардинальні зміни у техніці, технологіях, методах управління тощо. Цей процес має дуалістичний характер: з одного боку

він спричиняє проблеми практично у всіх галузях економіки і людської життєдіяльності взагалі, які неможливо вирішити традиційними способами; з іншого - надає шанси інноваторам, які оперативно втілюють найновіші досягнення науки і техніки у нові продукти, технології їх виготовлення, методи управління тощо для формування конкурентних переваг, що дозволяють їм кардинально трансформувати існуючі (чи започаткувати нові) ринки і галузі і зайняти на них позиції ринкового лідера [1]. В цих умовах актуалізується необхідність пошуку організаційно-економічних інструментів і методів активізації інноваційної діяльності промислових підприємств як елементів провідної галузі національної економіки, управління їх інноваційним розвитком в руслі концепції інноваційного випередження. Аналіз діяльності інноваційно-активних компаній які є світовими лідерами інноваційного зростання свідчить, що їх успіху у значній мірі сприяє інноваційна культура, яка є основою їх інноваційно-сприятливого середовища [2]. На противагу їм на вітчизняних промислових підприємствах присутні лише окремі елементи інноваційної культури, які практично не впливають на ефективність управління процесами інноваційного розвитку [3]. За таких умов застосування інструментів і методів вибору і реалізації перспективних траєкторій інноваційного зростання промислових підприємств на основі розвитку їх інноваційної культури є об'єктивною необхідністю. Такий підхід дозволить цілеспрямовано і ефективно вести пошук унікальних конкурентних переваг, реалізувати наявні ринкові можливості інноваційного розвитку, нівелювати вплив ринкових загроз.

В цих умовах актуалізується проблема розроблення і наукового обґрунтувати теоретико-методологічних і методичних засад формування і практичного впровадження організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислових підприємств на основі їх інноваційної культури. У цьому контексті сформовано комплекс завдань, вирішення яких дозволить розв'язати зазначену проблему:

- проаналізувати стан інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств порівняно з європейськими та світовими аналогами;

- визначити і систематизувати головні проблеми переходу вітчизняних промислових підприємств на інноваційний шлях розвитку (переважно, випереджаючого);
- проаналізувати світовий досвід управління інноваційним розвитком промислових підприємств, які є лідерами інноваційного зростання, визначити роль інтелектуального капіталу і інноваційної культури у забезпеченні їх ринкового успіху;
- розробити теоретико-методологічні засади управління інноваційним розвитком промислових підприємств на основі їх інноваційної культури;
- проаналізувати та систематизувати основні інструменти, методи та форми організаційно-економічного управління інноваційним розвитком промислових підприємств, визначити їх недоліки та окреслити напрями їх удосконалення;
- сформувати критеріальну базу, систему показників, а також розробити методичні засади формування оптимальної системи інструментів, методів та форм управління інноваційним розвитком підприємств на основі їх інноваційної культури;
- розробити засади організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком промислових підприємств на основі їх інноваційної культури;
- розробити організаційні та практичні аспекти впровадження і функціонування зазначеного механізму.

Вирішення цих завдань надасть принципову можливість активізувати інноваційну діяльність вітчизняних промислових підприємств, сформувати, посилити і реалізувати їх стратегічні конкурентні переваги для переходу на цій основі на шлях випереджаючого інноваційного розвитку. Практична реалізація науково-прикладних розробок проекту дозволить вітчизняним промисловим товаровиробникам успішно просувати продукцію на національний і зарубіжні ринки, посилювати свої ринкові позиції, знизити ринкові ризики, у перспективі

зайняти позиції лідера на обраних цільових ринках, забезпечити умови стійкого інноваційного розвитку української економіки в цілому.

Література:

1. Грищенко О.Ф., Голишева Є.О., Ілляшенко Н.С., Макаренко Є.В. Практичні аспекти діяльності успішних міжнародних компаній на прикладі випереджального розвитку країн «азійські тигри». *Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика* : монографія / за ред. к.е.н., доцента Н.С. Ілляшенко. Суми : Триторія, 2018. С. 153-162.
2. Шипуліна Ю.С., Стеценко Т.О. Вплив інноваційної культури на формування інноваційно сприятливого середовища. *Бізнес Інформ*. 2015. № 12. С.77–82
3. Шипуліна Ю.С. Проблеми і перспективи формування розвитку інноваційної культури (на прикладі промислових підприємств Сумщини) *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4304>.

9. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ **АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Дроздова В.А.,

к.е.н., доцентка

Павленко А.О.,

здобувач вищої освіти бакалаврського рівня

Одеська національна академія харчових технологій

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ **ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Культура виноробства з давніх часів розвивається у багатьох країнах. Благородний напій полюбляє багато шанувальників. За даними А.С.Луканина з 5-6 % винограду роблять ізюм шляхом увялення, близько 10 % винограду споживають у свіжому вигляді, а 84-85 % винограду відносяться до технічних сортів, які використовуються для виробництва алкогольної продукції. Згідно даних американського вченого Т.Едді на якість та смак вина на 75 % впливає насамперед сорт винограду, якість діжки – 10%, професійність технолога – 4%, та досить невеликий остаток у відсотках припадає та все інше [1].

Незважаючи на те, що у цей відсоток увійшов весь процес виробництва, закупівлі, транспортування, складування і т.і. вважаємо, що це також дуже важливо для отримання якісного вина або виноматеріалу. Адже придбавши навіть найкращі сорти винограду, але недотримуючи правил та строків транспортування можливо зіпсувати сировину, або навіть зробив вино, але використав неправильне місце для зберігання можливо зіпсувати всю попередню роботу багатьох спеціалістів. Тобто, у виноробній промисловості (як і у інших) нема неважливих дрібниць.

Одним із важливих питань для отримання якісного вина є організація процесу складування. Вино – це непростий напій, він потребує особливого

підкування щодо місця складування, тари, температурного режиму, вологості повітря. До основних місць складування можливо віднести:

- виносховище – для зберігання виноматеріалів;
- вино-підвал – для витримування вин які відносяться до марочних;
- колекційне відділення – для витримування вин які відносяться до колекційних;
- склад готової продукції;
- спиртосховище;
- склад склотари.

Вся сировина для виробництва вина та воно саме піддаються впливу пліснявих грибів, тому треба ретельно піклуватись про чистоту. Є санітарні правила які регламентують скільки разів, чим та як треба мити підлогу, стіни, тару; якими повинні бути матеріали для них і таке інше. Недотримання цих правил веде до зіпсування продукту, який може відбутися на будь-якому етапі виробництва.

При виробництві вина використовують різні технологічні ємності, які також можливо віднести до місць зберігання, адже деякий час продукт знаходиться у цих ємністях. Колись це були глиняні глечики, зараз це дерев'яні (для елітних сортів), залізобетонні та сталеві ємності.

Особливої уваги заслуговує складування саме у дерев'яних діжках, адже від якості діжки, матеріалу її виготовлення, температури зберігання та вологості у сховищі залежать органолептичні властивості вина, бо у процесі зберігання деревина з якої виготовлена діжка приймає участь у дозріванні та формуванні вина. Для виготовлення діжок (35-60 дал) та бутів (300-2000 дал) використовують переважно деревину дубу, бо він найбільш міцний та його деревина має мілкі пори. Тут важливо все, навіть якої породи дуб та з якої місцевості, бо взаємодія вина чи виноматеріалу з деревиною – це магія, у якій формується неповторний смак. Одна й та сама сировина яка знаходилась у ємністях з різних матеріалів буде мати різні смаки.

Отримання вина один з небагатьох видів виробництв де процес складування тісно приймає участь безпосередньо у процесі виробництва, бо тривалий час продукт що знаходиться у стані дозрівання або вже готовий але витримується, знаходиться саме у процесі складування. Іноді, це триває не одне десятиріччя та чим триваліше зберігання тим більше коштує вино.

Виробництво вина в Україні здебільш ще не досягло тих висот як в Італії чи Франції, особливо це стосується кількості невеликих виробників. Вважаємо, що «бум» виробництва ще попереду, тому дуже важливо для невеликих виробників що з'являться в Україні у майбутньому, ще на етапі проектування підприємства передбачити всі дрібні деталі у тому числі щодо організації процесу складування.

Література:

1. Луканин А.С. Проблемы украинского виноделия URL: <http://quercus.com.ua/publikacii/2.pdf>.
2. Глазунов А.И., Царану И.Н. Технология вин и коньяков. Агропромиздат. 1988. 342 с.
3. Царьов В. Успішні винороби України про яких варто знати. Сайт Промисловий портал. 19.02.2019. URL:<https://uprom.info/articles/biznes-ta-finansi/uspishni-vynoroby-ukrainy-pro-iakykh-var-to-znaty/>.

Карімов Г. І.,

к. е. н., доцент

Карімов І. К.,

к. ф.-м. н., доцент

Дніпровський державний технічний університет

**ВІДТВОРЕННЯ РЕСУРСІВ ПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ У
КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

В умовах певного зниження споживання основних продуктів харчування і калорійності добового раціону, актуальною є проблема відтворення природних ресурсів у продовольчому комплексі з позиції сталого розвитку та ефективного використання аграрного ресурсного потенціалу природного середовища.

Для попередньої оцінки рівня розвитку національного аграрного сектора можливо скористатися макроекономічними показниками. Динаміка кількісних співвідношень між валовим внутрішнім продуктом держави і продукцією аграрного сектора за певний період наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка основних макроекономічних показників розвитку продовольчого комплексу

Рік \ Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Валовий внутрішній продукт у розрахунку на 1 особу, грн.								
України	24798	29980	32480	33965	36904	46413	55899	70233
Дніпропетровської області	34709	42068	44650	46333	53749	65897	75396	97137
Запорізької області	23657	27567	30656	30526	37251	50609	59729	75306
Кіровоградської області	15533	19918	22082	25533	29223	39356	47469	55183
Частка продукції сільського господарства у валовому продукті, %								
України	17,37	17,34	15,42	16,80	15,84	12,04	10,68	8,35
Придніпровського регіону	16,32	16,11	12,27	15,53	12,79	10,56	9,41	7,09
Дніпропетровської області	10,63	10,34	7,80	9,89	8,07	7,04	6,21	4,86
Запорізької області	17,88	17,64	12,92	17,52	13,95	11,29	9,52	7,37
Кіровоградської області	54,00	52,60	40,64	45,28	39,15	28,61	26,16	19,55

Складено на підставі даних [1-3]

Як видно, за останні роки спостерігається тенденція зростання валового внутрішнього продукту, причому за останні п'ять років більш ніж у 2,5 рази. Але, для країн, що розвиваються, характерна відносно висока частка аграрної

продукції в структурі валового внутрішнього продукту при порівнянні з технологічно розвиненими державами. Одним з вирішальних факторів є економічна невиправданість збільшення обсягів виробництва продукції, так як через відносну дорожнечу енергоносіїв, високим енерго- і матеріалоємності вона є переважно збитковою. В той же час, високими темпами зростає обсяг валового продукту у розрахунку на 1 особу, що може свідчити про скорочення абсолютної чисельності населення. Але, частка продукції сільського господарства планомірно зменшується, що демонструє зміну пріоритетних видів виробництва.

Основою виробництва в продовольчому комплексі є виробничі, людські та природні ресурси. Так, спостерігається скорочення площі сільськогосподарських угідь, особливо орних земель. Однією з причин може бути відведення земель під несільськогосподарські потреби, що в останні десять років стало досить поширеним явищем. З рисунка 1 (за даним [4]) видно, що за останні роки збільшилася лише посівна площа соняшника, як пріоритетної експортної культури.

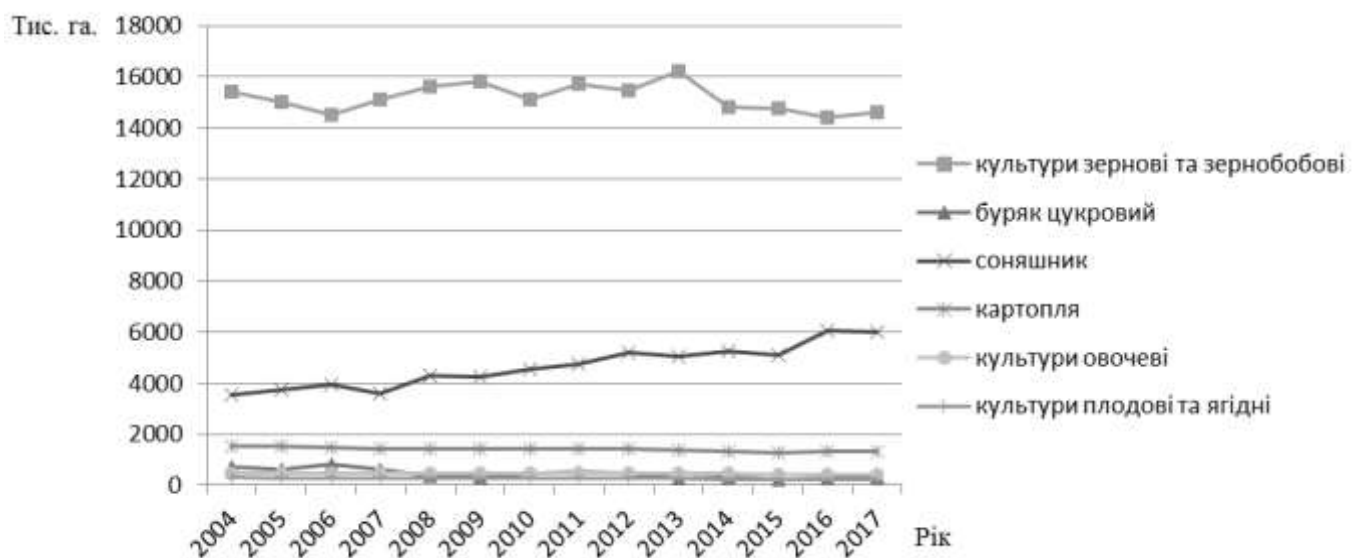


Рис. 1. Динаміка посівної площі основних сільськогосподарських культур (аграрної бази)

Стратегічним напрямком може стати реструктуризація, переробних галузей продовольчого комплексу і його зернового підкомплексу в напрямку

формування раціональної структури зернового виробництва, ефективного використання аграрного ресурсного потенціалу навколишнього середовища.

Література:

1. Валовий внутрішній продукт (1990-2017) (за даними державної служби статистики України). URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_rik/vvp_u.htm (дата звернення: 18.04.2020).
2. Валовий регіональний продукт (2004-2018) (за даними державної служби статистики України). URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/vvp/vrp/vrp2018_u.xls (дата звернення: 18. 04.2020).
3. Продукція сільського господарства у постійних цінах (за даними державної служби статистики України). URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/pro_sg/pro_sg_2017p.zip (дата звернення: 18.04.2020).
4. Рослинництво (1990-2018 роки) (за даними державної служби статистики України). URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/sg/sg_rik/sg_u/rosl_u.html (дата звернення: 18.04.2020).

Кобиліна Н.О.,

к.с.-г.н., с.н.с., провідний фахівець

Рожелюк Н.І.,

головний спеціаліст

Управління фітосанітарної безпеки Головного управління

Держпродспоживслужби в Херсонській області

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА ХЕРСОНЩИНІ

Херсонщина займає вигідне економіко-географічне положення. Вона розташована в зоні Степу. На території Херсонщини два моря – Чорне та Азовське, Сиваш, Каховське водосховище, 19 річок, найбільші з яких – Дніпро та Інгулець. Херсонщина – сільськогосподарська область. Кліматичні умови

сприятливі для розвитку сільського господарства. Площа сільськогосподарських угідь в області – 1969,5 тис. га. З них 1776,8 тис. га – рілля, 26,6 тис. га – багаторічні насадження, 10,4 тис. га – сіножаті, 155,7 тис. га – пасовища [1].

Сільське господарство Південного регіону, зокрема Херсонської області, має свої специфічні особливості розвитку, що пов'язані, насамперед, з природно-кліматичними умовами господарювання (високі літні температури, недостатня кількість опадів). Тому розвиток зрошення – актуальне завдання сільгоспвиробників. Площа зрошуваних сільськогосподарських угідь в Херсонській області – 426,8 тис. га, або 21,6% від загальної площі сільгоспугідь. Основні джерела води для поливу – Каховська зрошувальна система та Північно – Кримський канал. Крапельне зрошення застосовується приблизно на 36,8 тис. га [1].

Вагомий внесок аграріїв Херсонщини в економіку держави – це виробництво зернових, технічних, кормових культур, овочевих та плодово-ягідних культур. Протягом останніх років спостерігається тенденція збільшення виробництва соняшника – з 486,5 тис. тонн до 552,6 тис. тонн., картоплі – з 287,2 тис. тонн до 296,4 тис. тонн, овочів – з 1251,5 тис. тонн до 1317, 0 тис. тонн, плодів та ягід – з 64,7 тис. тонн до 73,5 тис. тонн, винограду з 36,9 тис. тонн до 39,0 тис. тонн. Валовий збір зернових і зернобобових культур склав 2621,9 тис. тонн у 2015 році, 2262,4 тис. тонн у 2016 році, 2545,4 тис. тонн у 2017 році, 2267,7 тис. тонн у 2018 році [2]. Виробництво зернових та зернобобових у 2019 році 2758,6 тис. тонн (120,3% до відповідного періоду 2018 року), при середній урожайності 35,9 ц/га (113,2% до 2018 року). Виробництво рису – 35,9 тис. тонн, ріпаку 196,9 тис. тонн, соняшнику – 618,8 тис. тонн, сої – 234,8 тис. тонн при середній урожайності 62 ц/га, 22,4 ц/га, 18,1 ц/га, 36,2 ц/га відповідно. Овочевої продукції зібрано 1225,8 тис. тонн (98,2 % до відповідного періоду 2018 року). Плодів та ягід – 49,7 тис. тонн; винограду – 20,2 тис. тонн, баштанних культур 242 тис. тонн [3].

Однією з умов соціально-економічного розвитку області є залучення інвестицій з різних країн світу та підвищення результативності їх використання. Агропромисловий комплекс це вигідний об'єкт для вкладання інвестицій. Так, як приклад, підприємства, що засновані спільно з іноземним капіталом: ПрАТ «Чумак» (Україна – Швеція), ПрАТ «Фрідом Фарм Інтернешнл» (Україна - США), ТОВ «Данон Дніпро» (Україна - Франція), ТОВ «Грін Тім» (Україна - Швеція) тощо [4].

Велика увага в області приділяється інноваційній діяльності сільськогосподарських підприємств: впровадження в сільськогосподарське виробництво нових більш продуктивних сортів сільськогосподарських культур, інтенсивних технологій вирощування, науково – обґрунтованих режимів зрошення.

Література:

1. Агропромисловий комплекс // Економіка регіону – Херсонська торгово-промислова палата.: <https://www.tpp.ks.ua/khersonskij-region/ekonomika-regionu.html>.
2. Статистичний щорічник Херсонської області за 2018 рік / За ред. В.А. Вознюка. Херсон: Головне управління статистики у Херсонській області. 20109. 426 с.
3. Про обсяги виробництва продукції рослинництва.: <https://khoda.gov.ua/pro-obsjagi-virobnictva-produkc%D1%96%D1%97-roslinnictva>
4. Інвестиційний портал: <http://apk-kherson.gov.ua/ahrobiznes/investytsiinyi-potentsial.html>.

Коломієць Л.С.,

начальник Управління фітосанітарної безпеки Головного управління
Держпродспоживслужби в Херсонській області

**ФІТОСАНІТАРНІ ВИМОГИ ДО ВВЕЗЕННЯ РОСЛИННИЦЬКОЇ
ПРОДУКЦІЇ ДО РЕСПУБЛІКИ КОРЕЯ**

Однією з країн світу, що входить в першу «двадцятку» держав за показником ВВП, є Республіка Корея. Якщо у 1940-х роках економіка держави була орієнтована на ведення сільського господарства та розвиток легкої промисловості, то на даний час, завдяки державним реформам та менталітету населення, Корея є одним із лідерів у сфері високих технологій, зокрема це найбільший у світі судновиробник, засновник кіберспорту та ін.

Частка сільського господарства в країні становить 2% валового національного доходу, при цьому 80% аграрних підприємств займаються вирощуванням рису як головної сільськогосподарської культури, що зменшує рівень забезпеченості продуктами харчування місцевого населення

10 лютого 1992 року між Україною та Республікою Корея було підписано «Комюніке про встановлення дипломатичних відносин між Україною та Республікою Корея», у якому зазначені основні питання співробітництва між країнами.

На офіційному веб-сайті Посольства України в Республіці Корея вказується, що у 2019 р. українсько-корейський товарообіг зріс на 8,9%, склавши 831,78 млн дол. США, при цьому український експорт становив 375,87 млн дол. США. Основними статтями українського експорту до Республіки Корея у 2019 р. були зернові культури, руди, шлаки і золи, чорні метали та вироби з них, деревина і вироби з неї, недорогоцінні метали, рослинна олія.

Посилюється і співпраця країн у сферах інфраструктурного будівництва та агробізнесу. Наприклад, у лютому 2019 р. корейська компанія «POSCO International» підписала з групою компаній «Орексім» контракт на придбання 75% власності у зерновому терміналі Миколаївського морського порту. Термінал було відкрито у вересні 2019 р.

Проте експорт української рослинницької продукції до Республіки Корея обмежений різними вимогами, в т.ч. і фітосанітарними.

По-перше, з 1 січня 2019 року запроваджено систему оцінки допустимого вмісту залишків пестицидів у сільськогосподарській продукції, яка реалізується на південнокорейському ринку. Зокрема, експортерам харчової кукурудзи

необхідно подавати заявки стосовно імпортової сумісності пестицидів, які наразі не зареєстровані в Республіці Корея, але можуть міститися в продовольчій кукурудзі, яка експортується з України. В той же час при проведенні вибіркового перевірок харчової кукурудзи та виявлення в окремих партіях незареєстрованих пестицидів буде прийматися рішення про заборону ввезення такої продукції на територію країни.

По-друге, рослинницька продукція повинна мати фітосанітарний сертифікат і бути вільною від ґрунту та будь-яких заборонених шкідників. Наприклад, при ввезенні партій пшениці, ячменю та кукурудзи в них повинні бути відсутні залишки ґрунту, генетично модифіковані організми, насіння регульованих бур'янів, продукти переробки культури, що ввозиться, листки або стебела рослин-господарів Гессенської мухи (Hessian fly) (таких як *Hordeum* spp., *Triticum* spp., *Secale* spp, *Agropyron* spp., та *Triticosecalespp.*).

В той же час заборонено ввезення з України до Республіки Корея зернового корму, змішаного з рисом, висівками, соломою або з переробленою продукцією з рису, висівок та соломи.

Таким чином, при виявленні бажання суб'єктом господарювання здійснювати ввезення рослинницької продукції до Республіки Корея обов'язково необхідно дізнатися фітосанітарні вимоги, що пред'являються до такої продукції, що унеможливить отримання збитків під час експорту.

Копитець Н.Г. ,

к.е.н., с.н.с., провідний науковий співробітник

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Волошин В.М.,

к.с.-г.н., с. н.с.

Національний науковий центр «Інститут землеробства НААН»

ОКРЕМІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ М'ЯСА ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ

Сучасний стан економіки України супроводжується низкою невирішених проблем, серед яких однією з важливіших для більшості українських підприємств є проблема досягнення та збереження певного рівня конкурентоспроможності. Тому зараз, у період трансформації економіки України, підвищення конкурентоспроможності економічної системи стало основним завданням економістів [1].

Конкурентоспроможність продукції підприємства – це здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [2].

Варченко О. [3], відмічає, що якість продукції формує конкурентоспроможність і на продовольчих ринках домінує нецінова конкуренція. У більшості випадків, підвищення якості продукції забезпечує зростання ціни на неї. Крім того, значна частина сільськогосподарської продукції на ринках має нееластичний попит, тому зміна ціни майже не змінює величину пропозиції на них. Отже, якість продукції є важливим показником конкурентоспроможності продукції, але витрати підприємства на підвищення якості продукції мають бути окупними. Дещо іншої точки зору дотримується Пасхавер Б. [4], зазначаючи, що ціна є основним показником для оцінки конкурентоспроможності продукції, так як ціна ринкової рівноваги попиту і пропозиції є межею суспільного визнання витрат. Перевищення витрат над ціною свідчить про не конкурентоспроможність виробленої продукції.

Ринок яловичини в Україні останнім часом відчуває на собі негативний вплив економічних чинників, через що розведення ВРХ стало фінансово не вигідним, а ціна кінцевого продукту – занадто високою для споживачів. Це фактично звужує формування раціонального м'ясного балансу країни, де яловичина повинна займати не менше 30 %. Виробництво яловичини і телятини у 2018 р. зменшилося на 52,4 % порівняно з 2000 р. до 359 тис. тонн. Різко скоротилася частка яловичини і телятини в структурі виробництва всіх видів м'яса. У 2000 рр. основу пропозиції м'яса становила саме яловичина і

телятина, яка в структурі виробництва займала стабільну частку 45,5 %, а в 2018 р. вона зменшилася до найнижчого показника – 15,2 % або майже втричі.

Вважаємо, що конкурентоспроможність м'яса великої рогатої худоби визначається шляхом порівняння показників рентабельності, собівартості, ціни реалізації, продуктивності худоби. Рівень збитковості виробництва м'яса великої рогатої худоби у 2018 р. становив 17,7 %. При цьому виробництвом м'яса птиці було прибутковим та збитковість м'яса свиней була значно меншою порівняно з виробництвом м'яса великої рогатої худоби.

Аналіз витрат на виробництво яловичини в Україні свідчить, що вони постійно зростають, внаслідок чого ефективність і продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах залишаються низькими. Слід відзначити, що по регіонах спостерігається значна відмінність у розмірах собівартості 1 т реалізованої яловичини у 2014 році, максимальний – у Херсонській обл. – 30155,7 грн/т та Дніпропетровській обл. – 26799,5 грн/т, а мінімальний – у Тернопільській – 16948,9 грн/т та Івано-Франківській – 14964,2 грн/т. В Івано-Франківській області навіть вдалося досягти прибутку 1749,2 грн на кожен тону реалізованої яловичини, в т.ч. за рахунок середньої ціни реалізації яловичини – 16713,4 грн за тону [5]. При формуванні собівартості 1 т м'яса великої рогатої худоби вартість кормів, порівняно з іншими статтями витрат займає провідне місце (56 % у 2014 р.), а тому найбільше впливає на рівень конкурентоспроможності продукції.

Раціональне розміщення по регіонах господарств, які займаються вирощуванням великої рогатої худоби є важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності яловичини та телятини.

Оцінка конкурентоспроможності м'яса великої рогатої худоби свідчить, що забезпечення конкурентних переваг на міжнародних і внутрішніх ринках здатні досягти лише ті підприємства, які впроваджують міжнародні стандарти якості та безпеки продукції, постійно модернізують технологічне обладнання, впроваджують нові технології та мають висококваліфікований персонал, створюють власну сировинну базу.

З огляду на зазначене, вважаємо, що наразі необхідно призупинити скорочення поголів'я великої рогатої худоби як молочно-м'ясного, так і м'ясного напрямів. Крім того, важливо застосовувати інноваційні технології, що забезпечать зниження собівартості продукції та підвищать її якість.

Література:

1. Васильков В. Організація виробництва : [навч. посібник]. К. : КНЕУ, 2003. 524 с.
2. Гаркавенко С. Маркетинг : [підручник]. 5-те вид. доп. К. : Лібра, 2007. 720 с.
3. Варченко О.М. До питання формування конкурентних переваг на ринку продуктів бурякоцукрової галузі. *Вісник аграрної науки*. 2000. № 8. С. 68-70.
4. Пасхавер Б. Цінова конкурентність аграрного сектора. *Економіка України*. 2007. № 1. С. 78-87.
5. Копитець Н.Г. Ефективність виробництва продукції тваринництва у сільськогосподарських підприємствах / Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг) [Шпичак О.М., Бондар О.В., Пархоменко Л.М. та ін.]. К. : ННЦ «ІАЕ», 2015. С. 262-280.

Мельниченко С. Г.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

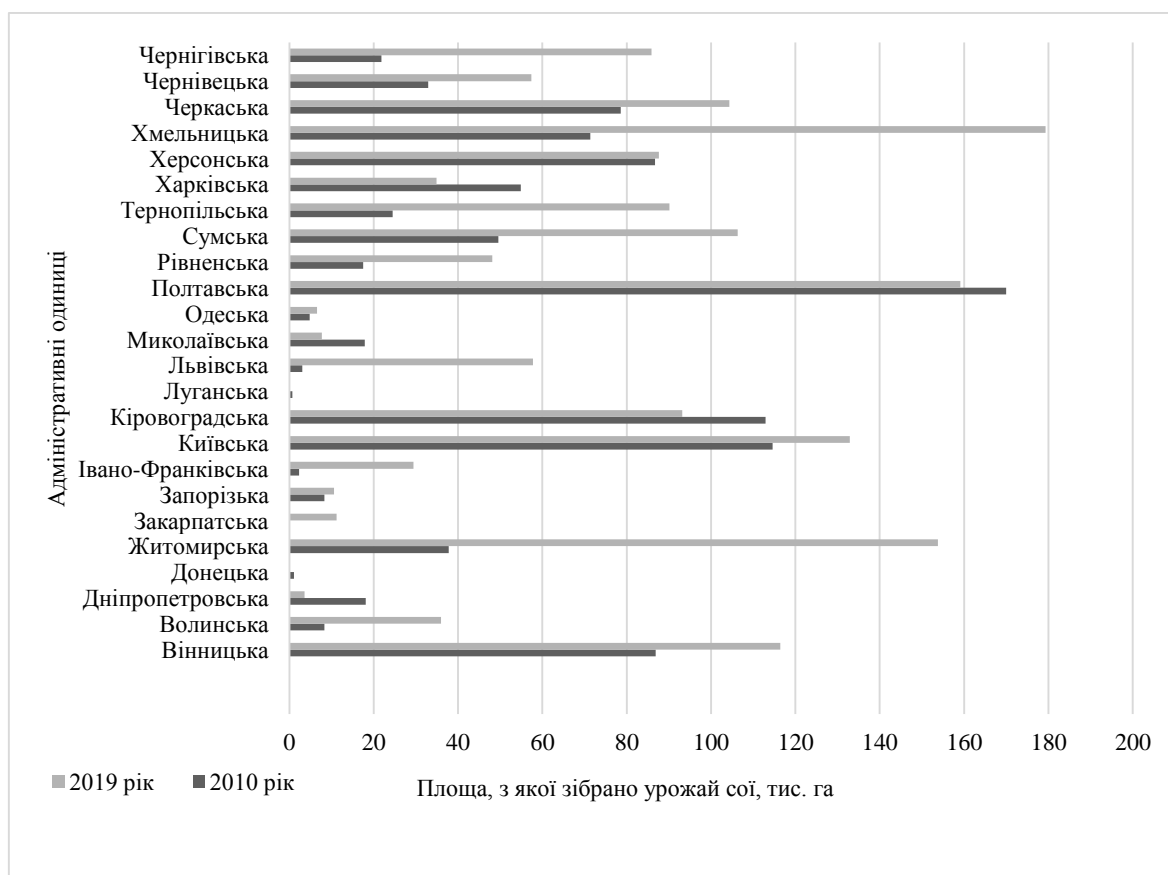
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА СОЇ В УКРАЇНІ У 2010 ТА 2019 РОКАХ

Соя є однією з головних зерновобобових культур світового землеробства у ХХІ столітті і перебуває в центрі уваги світової аграрної науки і виробництва.

За обсягами виробництва вона посідає четверте місце у світі після кукурудзи, пшениці та рису. В Україні сою вирощують у всіх ґрунтово-

кліматичних зонах. у світі, і має найкращі перспективи для нарощування виробництва і формування значних експортних її ресурсів. Як біологічний азотфіксатор, соя - один з найкращих попередників у сівозміні, бо стабілізує зростання виробництва зерна і зміцнює економіку господарств [1].

У процесі дослідження було порівняно та проаналізовано статистичні дані щодо посівів та виробництва сої у 2010 та 2019 роках. Було виявлено що, на протязі цього періоду посівні площі даної культури мають тенденцію до стрімкого збільшення (рис. 1).



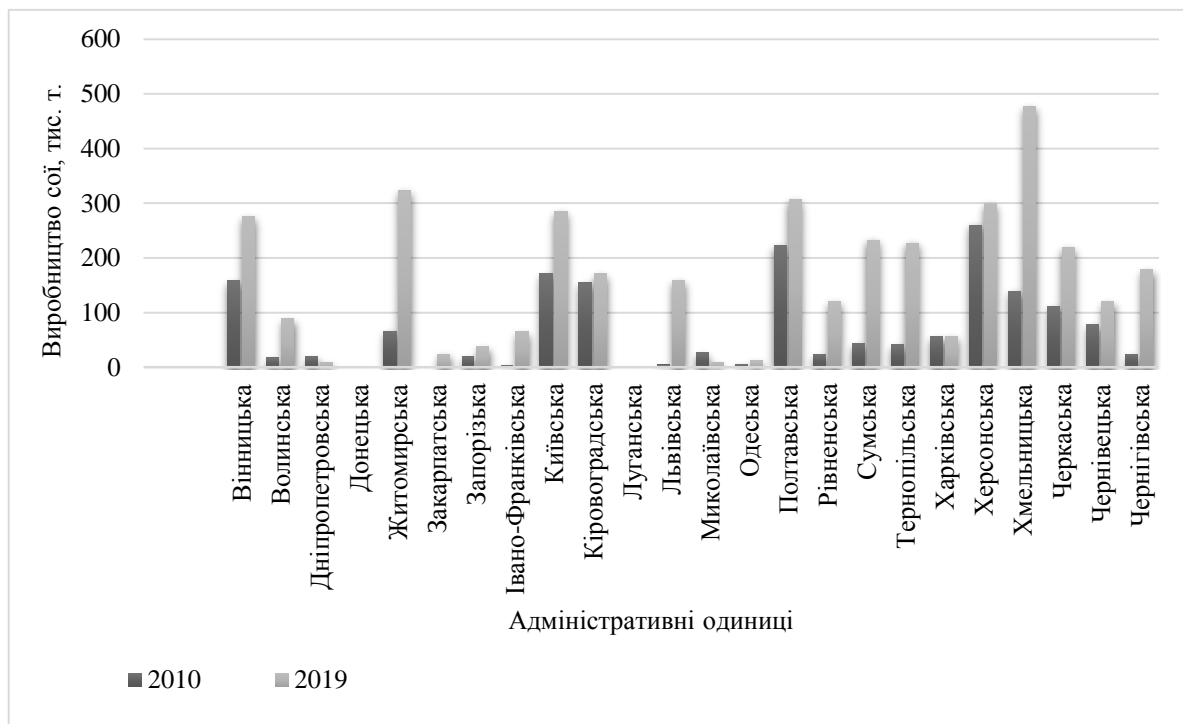
Примітка: Статистичні дані з тимчасово окупованих територій (Донецької та Луганської областей) за 2019 рік відсутні.

Рис. 1. Площа, з якої зібрано урожай сої по регіонах України у 2010 та 2019 роках

Складено автором за [2,3]

Якщо у 2010 році посівна площа становила 1024,8 тис. га, то у 2019 – вже 1612,2 тис. га. Збільшилась також урожайність сої: у 2010 році – 16,2 ц/ з 1 га, а у 2019 році – 22,9 ц/ 1 га площі.

Стосовно виробництва сої (рис. 2), то у 2019 році в п'ятірку лідерів серед областей України ввійшли: Житомирська, Київська, Полтавська, Херсонська та Хмельницька області, які у порівнянні з 2010 році наростили свій виробничий потенціал майже втричі



Примітка: Статистичні дані з тимчасово окупованих територій (Донецької та Луганської областей) за 2019 рік відсутні

Рис. 2. Виробництво сої по регіонах України у 2010 та 2019 роках

Складено автором за [2, 3]

Отже, соя є стратегічною культурою у розв'язанні продовольчої проблеми в Україні. Від її виробництва залежить стабілізація землеробства, ліквідація дефіциту білка і поповнення ресурсів жирів, підвищення урожайності інших культур. Соя продукує найдешевший рослинний білок. Її можна вирощувати в основних весняних, післяукісних і післяжнивних посівах.

Основними чинниками, які вплинуть на подальший розвиток виробництва сої в Україні є інформаційні, наукоємні технології. Вони вже

впроваджуються в Україні та передбачають удосконалення технологій вирощування сої на основі досягнень біотехнології та систем точного землеробства.

Література:

1. Бабич А. О. Стан та перспективи виробництва сої в Україні [Електронний ресурс]. *Всеукраїнський інформаційно-аналітичний портал «Аграрний Тиждень. Україна»*. 2018. URL: <https://a7d.com.ua/plants/5037-stan-ta-perspektivi-virobnictva-soyi-v-ukrayin.html>.
2. Прокопенко О. *Статистичний збірник "Рослинництво України 2019"*. Державна служба статистики України. 2020.
3. Прокопенко О. *Статистичний збірник "Рослинництво України 2010"*. Державна служба статистики України. 2011.

Пархоменко Л.М.,

к.е.н., провідний науковий співробітник
ННЦ «Інститут аграрної економіки»

МІЖГАЛУЗЕВІ ВІДНОСИНИ У БУРЯКОЦУКРОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ

Важливим чинником підвищення ефективності функціонування ринку цукру є формування прозорих довгострокових партнерських відносин між сільськогосподарськими і переробними підприємствами, які б враховували заінтересованість кожного партнера в інтеграційному ланцюгу „бурякосійні підприємства – цукрові заводи – торгівля” на основі комплексної безвідхідної переробки цукрових буряків і раціонального використання ресурсів, а також об’єктивної оцінки якості коренеплодів, що сприятиме повному використанню виробничих потужностей цукрових заводів, диверсифікації товарної

пропозиції, впровадженню інноваційних розробок та забезпеченню сталого розвитку бурякоцукрового підкомплексу.

Недосконалі міжгалузеві зв'язки виявляються у невідповідності економічних інтересів сільськогосподарських товаровиробників і переробних підприємств, що стримує підвищення ефективності бурякоцукрового виробництва. Переробні підприємства провідних країн світу, де галузі агропродовольчого виробництва взаємодіють через горизонтальну кооперацію та вертикальну інтеграцію, є зв'язувальною ланкою між сільськогосподарським підприємством і споживачами кінцевої продукції. Із метою підвищення ефективності бурякоцукрового виробництва необхідно посилити вертикальну інтеграцію, основним заданням якої у нинішніх умовах є формування довгострокових партнерських відносин між учасниками бурякоцукрового виробництва, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможність товаровиробників галузі [1, 2, 3].

Аналіз розвитку бурякоцукрового підкомплексу засвідчує, що існуючі договірні взаємовідносини між сільськогосподарськими товаровиробниками і цукровими заводами складаються не на користь постачальників сировини: цукровий завод встановлює жорсткі графіки постачання коренеплодів; завищує нормативні втрати при зберіганні, прийомі, передачі буряків на переробку; а також показник забрудненості коренеплодів при прийманні і відсоток їх цукристості; як і відсоток втрат цукрових буряків при зберіганні їх у кагатах на заводі, які він відносить на товаровиробника; у договорах встановлюється дуже низький вихід цукру; не завжди остаточний розрахунок провадять з урахуванням фактичної цукристості прийнятих буряків; відсутнє матеріальне стимулювання працівників, зайнятих на вирощуванні коренеплодів.

У договорах про закупівлі сировини слід вказувати надбавку або знижку за цукристість до встановленої закупівельної (договірної) ціни. Але найчастіше в інтересах цукрового заводу фактичні показники забруднення завищують, а цукристості – занижують.

Заводи ведуть розрахунки зі здавальниками за прийнятті буряки у заліковій вазі, за винятком фактичних втрат буряків, що склалися у результаті приймання, зберігання і її переробки за весь виробничий сезон. У результаті постачальники відшкодовували не тільки свої втрати, але і втрати цукрових заводів. Для підвищення відповідальності цукрових заводів за збереження коренеплодів понаднормативні втрати повинні покриватися за рахунок заводу. При цьому в договорі доцільно вказувати, що ці втрати не повинні перевищувати нормативні.

Встановлено, що недосконалою є також система взаєморозрахунків переробників із постачальниками сировини, оскільки вони здійснюються за середніми заводськими показниками. При цьому в договорі вказують, що розрахунковим виходом вважається середній вихід цукру за період переробки давальницьких буряків. Подібна практика ставить усіх виробників сировини в рівні умови, незважаючи на те, що цукристість буряків по бурякосійних підприємствах неоднакова. Для усунення цього недоліку необхідно враховувати цукристість коренеплодів по кожному бурякосійному підприємстві.

Основними складовими економічних відносин у бурякоцукровому виробництві є такі: система визначення бурякосійними підприємствами обсягів виробництва сировини з урахуванням потреби цукрових заводів і формування раціональних сировинних зон заводів; система довгострокових договірних взаємовідносин підприємств бурякоцукрового виробництва; система створення однокових економічних умов господарювання на підприємствах бурякоцукрового виробництва; система оплати праці працівників підприємств бурякоцукрового підкомплексу; система розподілу доходу від реалізації кінцевої продукції, що забезпечує рівну окупність витрат по усьому ланцюгу виробництва цукру.

Визначення частки учасників у роздрібній ціні по ланцюгу від виробництва сировини до реалізації кінцевої продукції передбачає розрахунок вартості цукрових буряків у роздрібній ціні 1 т цукру, що визначає частку сільськогосподарського товаровиробника. Частка цукрового заводу визначається відношенням оптової ціни цукру (з урахуванням вартості

цукрових буряків) до роздрібної ціни цукру. Частка торгівлі розраховується як відношення витрат і доходу торгівлі до роздрібної ціни цукру.

Для врегулювання економічних взаємовідносин між виробниками цукрових буряків і переробним підприємством необхідно укласти міжпрофесійні угоди з питань спільних та узгоджених дій на ринку цукру. Зміст міжпрофесійних угод має включати правила і стандарти виробництва, міжгалузеві ціни, контракти та інше.

Література:

1. Пархоменко Л.М. Цінове регулювання у бурякоцукровому підкомплексі України . *Науковий вісник Національного аграрного університету*. Київ, 2008. Вип. 119. С. 218–223.
2. Варченко О.М. Світовий та вітчизняний досвід регулювання ринку цукру. Біла Церква, 2009. 334 с.
3. Коденська М.Ю., Доронін А.В. Оцінка діяльності та перспективи розвитку цукробурякового виробництва України. *АгроІнком*. 2010. № 7–9. С. 18–23.

Тельнов А.С.,

д.е.н., професор

Кулеша К. В.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Хмельницький національний університет

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ЇЇ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Система безпеки харчових продуктів і кормів для тварин, яка сформована й функціонує в Європейському Союзі, є результатом багатьох раундів тривалих перемовин та укладання багатосторонніх міжнародних Угод,

що стосувалися регулювання міжнародної торгівлі. Законодавче регулювання зазвичай обмежується основними вимогами до безпеки, які встановлюються в обов'язкових галузевих директивах ЄС.

Першочергові пріоритети та індикатори належних соціально-економічних умов становлення та розвитку України визначає Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі за певними векторами. Вектор безпеки приділяє особливу увагу безпеці життя та здоров'я людини, що неможливо без доступу до якісної питної води, безпечних харчових продуктів [1].

Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року є одним із пріоритетних напрямів досягнення стратегічних цілей розвитку аграрного сектору економіки і визначає забезпечення якості та безпеки харчових продуктів, дотримання вимог до їх виробництва у результаті вдосконалення системи сертифікації виробництва і стандартизації, впровадження на всіх підприємствах переробної та харчової промисловості систем управління якістю та безпечністю харчових продуктів, створення мережі лабораторій для визначення рівня якості сільськогосподарської продукції [2]. Окремі правові аспекти щодо напрямів аграрного сектору економіки на виробництво якісної та безпечної сільськогосподарської продукції містить Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року [3].

Нині одним із найефективніших напрямів соціально-економічного розвитку регіонів, що дають можливість забезпечити їх конкурентні переваги в сфері виробництва харчової продукції та високий рівень продовольчої безпеки, є формування регіональних агропромислових комплексів. Тому головною метою економічної діяльності потенційного регіонального агропромислового комплексу є створення якісної і безпечної продукції, яка виготовляється і споживається на регіональному рівні.

З 1 грудня 2019 року в Україні вперше ухвалено низку нових стандартів серії ISO 22000, що окреслюють програми-передумови безпечності харчових продуктів, вимоги яких є обов'язковими при впровадженні вимог ДСТУ ISO 22000:2019. Одним з них є ДСТУ ISO/TS 22002-3:2019 (ISO/TS 22002-3:2011, IDT). Захист прав громадян на безпечність та якість продуктів в Україні є забезпеченням одного із базових прав. При цьому, якість харчових продуктів залежить за ДСТУ ISO 9001:2015 від «факторів сфери виробництва і умов вирощування рослинної продукції, якості сировини, напівфабрикатів, технології їхнього оброблення, обладнання; факторів сфери розподілу – якості зберігання, транспортування, реалізації; факторів сфери споживання – якості короткочасного зберігання, споживання і засвоєння» [4].

Метою законодавства ЄС щодо безпечності харчових продуктів є забезпечення високого рівня захисту життя, здоров'я та інтересів споживачів, чесних практик торгівлі харчовими продуктами, захист здоров'я тварин та умови їх утримання, здоров'я рослини і довкілля. Комплексний та інтегрований підхід до питання безпечності харчових продуктів також знаходить своє відображення у зобов'язаннях країн-членів не тільки відносно своїх громадян, а й всіх громадян ЄС та третіх країн у тому, що стосується харчових продуктів, вироблених на їх території.

За останні роки надруковано багато стандартів з безпечності харчових продуктів, які спрямовані на покращення продовольчої безпеки, але є певні проблеми у вирішенні усіх тих питань. Щоб українські виробники мали спроможність вийти на нові, перспективні ринки збуту, вітчизняне законодавство, стандарти, регламенти та вимоги до виробників харчової продукції повинні відповідати міжнародним документам. Наукові розробки потрібно спрямовувати на визначення ефективності діяльності існуючої в країні схеми системи контролю безпечності та якості харчових продуктів. В умовах інтеграції України на ринки Європейського Союзу вітчизняні підприємства стикаються з високим рівнем конкуренції та певними бар'єрами. Подібна ситуація потребує від вітчизняних підприємств поліпшення стандартів

виробництва харчових продуктів для підняття їхньої конкурентоспроможності порівняно з іноземними аналогами.

Література:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», схвалена Указом Президента України від 12 січня 2015 р., № 5/2015. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р., № 806-р. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-%D1%80>.
3. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2022 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р., № 1437-р. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1437-2015-%D1%80>.
4. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. Київ: Держспоживстандарт України, 2015.

Холодняк О.О.,

завідувач відділу технологій вирощування овочевих і баштанних культур

Шабля О.С.,

к.е.н., заступник директора з наукової та інноваційної діяльності

Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПіМ НААН

ЕФЕКТИВНІСТЬ СПІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРІВ І БАКТЕРІАЛЬНИХ ПРЕПАРАТІВ ПІД КАВУН

Незважаючи на непросту ситуацію в сільському господарстві України, галузь баштанництва в зоні ризикованого землеробства є однією з прибуткових і площі під баштанні продовжують розширюватися. За прогнозами, площі посіву

баштанних культур до 2024 р. в країні повинні зрости ще більше. Основною баштанної культурою є кавун. Однак урожайність кавуна поки що, як і раніше залишається низькою. При вирощуванні кавуна в умовах зрошення використання добрив з розміщенням оптимальної кількості рослин на одному гектарі дозволяє більш повно використовувати потенційні можливості рослини і отримувати високі врожаї.

Питання дефіциту мінерального азоту можна, певною мірою, вирішити за допомогою «біологічного» азоту, що фіксується ґрунтовими мікроорганізмами. Великий інтерес викликають дослідження з фіксації азоту асоціативними мікроорганізмами. Використання мікробіологічної азотфіксації дозволяє скоротити енергетичні витрати, пов'язані з виробництвом мінеральних азотних добрив та скоротити їх внесення в ґрунт, що, в свою чергу, знижує негативний вплив мінерального азоту на навколишнє середовище. У зв'язку з цим, вивчення ефективності мінеральних добрив і бактеріальних препаратів, розробка системи їх спільного застосування під кавун в умовах зрошення - актуальна наукова проблема.

Полеві дослідження проводилися на території ДП «Дослідне господарство ПДСДС ІВПіМ НААН», яке знаходиться в межах Нижньодніпровської піщаної арили Голопристанського району Херсонської області. Головною ґрунтоутворюючою породою тут є лесовидні суглинки від супіщаного до піщано-суглинкового гранулометричного складу. Джерелом зрошення дослідної ділянки є свердловина глибиною 83 м. Водозабір здійснювали за допомогою насосу типу ЕЦВ – 10–120–60, потужністю – 32 кВт/год з подачею води – 120 м³/год. Загальна мінералізація підземних вод – 0,5 г/дм³. Максимальний уміст HCO_3^- у воді становить 164,7; SO_4^{2-} - 4,0; CL^- - 56,8; Ca^{2+} - 52,0; Mg^{2+} - 9,6; Na^+ - 24,0; K^+ - 1,5 мг/дм³; рН - 7,8. Карбонати, які впливають на підвищення величини водневого показника рН – відсутні.

Відомо, що головним чинником, який обумовлює життя ґрунту, є існуючі в ньому мікроорганізми, які в процесі життєдіяльності, взаємодіючи з факторами зовнішнього середовища, забезпечують

поступову зміну складу й агрономічно корисних його властивостей. Метаболізм ґрунтових мікроорганізмів супроводжується виділенням певної кількості вуглекислого газу, що виступає своєрідним показником біологічної активності ґрунту. Біологічна активність ґрунту в ризосфері кавуна, від фіксації її на початку вегетації рослин (фаза сходи) та до поступового її згасання (фаза досягання плодів), за варіантами дослідів характеризувалася стабільними змінами. Максимум біологічної активності, незалежно від варіантів дослідів, відмічено у фазу цвітіння рослин кавуна.

Таблиця 1

Біологічна активність ґрунту у різні фази розвитку кавуна залежно від рівня мінерального живлення та передпосівної інокуляції насіння бактеріальними препаратами, мг CO₂/м²×год

Рівень мінерального живлення	Бактеріальний препарат	Шатрик	Цвітіння	Досягання
N ₆₀ P ₉₀ K ₆₀	Без бактеризації (к)	52,1	61,8	52,6
	АБТ	54,0	74,3	63,1
	Альбобактерин	53,3	76,3	60,2
	Біогран	55,9	76,4	63,3
N ₃₀ P ₄₅ K ₃₀	Без бактеризації (к)	50,6	56,9	48,3
	АБТ	53,8	65,1	59,3
	Альбобактерин	55,5	66,3	60,1
	Біогран	55,5	64,9	54,1

На урожайність кавуна впливали усі досліджувані фактори. Так, урожайність кавуна у контрольному варіанті з рекомендованим рівнем живлення (N₆₀P₉₀K₆₀) і передпосівною бактеризацією насіння склала 32,5 т/га, тоді як за внесення половини від рекомендованої дози - 31,8 т/га. Тобто, внесення мінеральних добрив під кавун у дозі, що становить ½ від рекомендованої і без бактеризації насіння викликало зменшення урожайності на

0,7 т/га, порівняно з рекомендованою дозою (табл. 2).

Таблиця 2

Урожайність кавуна залежно від рівня мінерального живлення та передпосівної інокуляції насіння бактеріальними препаратами, т/га

Рівень мінерального живлення	Бактеріальний препарат	Повторності				Середня
		I	II	III	IV	
N ₆₀ P ₉₀ K ₆₀ (к-2)	Без бактеризації (к)	34,3	31,4	32,9	31,6	32,5
	АБТ	36,4	35,6	34,1	37,6	35,9
	Альбобактерин	37,1	36,3	36,2	34,8	36,1
	Біогран	36,2	41,6	39,2	37,1	38,5
N ₃₀ P ₄₅ K ₃₀	Без бактеризації (к)	32,0	33,6	30,6	31,1	31,8
	АБТ	35,3	33,9	34,6	35,7	34,9
	Альбобактерин	36,5	34,4	33,7	35,2	34,9
	Біогран	36,8	37,6	38,8	36,9	37,5
НІР _{0,5}						2,4

Крім того, спільний вплив бактеріальних препаратів і мінеральних добрив на формування вегетативних, генеративних і репродуктивних органів рослин кавуна був значно сильнішим, ніж при виключно мінеральному живленню. В кінцевому рахунку це призвело до приросту урожайності плодів.

Холодняк О.Г.,

завідувач відділу селекції

Шабля О.С.,

к.е.н., заступник директора з наукової та інноваційної діяльності

Павлова С.Л.,

науковий співробітник відділу селекції

Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПіМ НААН

НОВІ РІЗНОВИДИ ДИНИ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

До зимових динь відносять сортотипи Канарська, Санта-Клаус, Піел де Сапо. Всі вони відносяться до групи *Inodorus* виду *Cucumis melo*. А зимовими називаються завдяки пізньому строку досягання та здатності зберігатися протягом двох-трьох місяців після збирання врожаю. Сортотипи Канарський та Санта-Клаус поширені в північній півкулі. Вирощені в Каліфорнії і Арізоні, вони збираються з червня по жовтень. Протягом зими, дині сортотипу Санта-Клаус імпортуються з Південної Америки. Їх вирощують в Бразилії і Центральній Америці й поставляють в Європу протягом осені, зими та весни. Сортотип Піел де Сапо виник в Іспанії, де ця диня широко вирощується - близько 30 000 гектарів вирощують щорічно. Ла-Манча є основним регіоном в Іспанії з виробництва цього сортотипу, з 12 тисячами гектарів. Іншою важливою областю є Мурсія, яка спеціалізується на вирощуванні ранніх культур. Там, посів цих динь проводиться в основному в середині березня й урожай збирається з середини червня до середини липня. Найпопулярніший сорт протягом останніх 10 років в основному місці виробництва регіону Іспанії (Ла-Манча) - сорт Санчо.

В Україні, нажаль, зазначені сортотипи вирощуються в дуже незначній кількості. Різні сортотипи дині в цій групі можуть бути диференційовані насамперед за морфологією плодів. Диня канарка велика, кругла, до трохи овальної, яскраво-жовта з блідо-зеленим до білого м'якушем. Назва походить від її яскраво-жовтого кольору, який нагадує канарку. Ця диня має виразно солодкий смак. Санта Клаус та Піель де Сапо зазвичай дозрівають пізно восени. Плоди великі, довгасті, мають конічні кінці, що нагадують м'яч регбі, приблизно 30 см довжиною, зеленого кольору з темно-зеленими, чорними, жовтими плямами, або з поздовжніми зеленими або чорними смужками і мають жовто-оранжевий або блідо-зеленим м'якуш.

Хімічний склад сирих плодів зимових сортотипів дині на 100 г їстівної порції: вода 89,82 г, білок 0,54 г, жир 0,14 г, зола 0,41 г, вуглеводи 9,09 г, загальна кількість цукрів 8,12 г, сахароза 2,48 г, глюкоза 2,68 г, фруктоза 2,96 г; К 228 мг, Са 6 мг, Mg 10 мг, Fe 0,17 мг, P 11 мг, Na 18 мг, Zn 0,09 мг, Cu 0,024 мг,

Mn 0,027 мг, Se 0,7 м г; вітаміну С 18,0 мг, тіамін 0,038 мг, рибофлавін 0,012 мг, ніацин 0,418 мг, пантотенової кислоти 0,155 мг, вітаміну В6 0,088 мг, вітаміну А 3 мг, вітаміну К (філохінон) 2,9 м г, альфа-токоферолу 0,02 мг, гама-токоферолу 0,03 мг, холіну 7,6 мг, бетаїну 0,1 мг, бета-каротину 30 м г, лютеїну + зеаксантину 27 мг.

В насінні дині 4,5% вологи, 25,0% сирого жиру, 25,0% сирого білка, 23,3% сирого жиру, 2,4% золи та 19,8% вуглеводів.

Дині групи *Inodorous* - це культури теплого сезону, які найкраще ростуть при середній температурі повітря між 22 °С і 28 °С. У помірних зонах вони для отримання врожаю потребують 110-120 безморозних днів й зазвичай готові до збору в кінці літа, осені, або ранньої зими. Дині цієї групи можна вирощувати на широкому спектрі типів ґрунтів за умови гарного дренажу. Найкращі ґрунти - глибокі родючі піски. Диню можна вирощувати на більш важких ґрунтах, якщо вони добре осушені. Легкі ґрунти прогріваються швидше і підходять для раннього збору, тоді як важкі ґрунти будуть більше підходити для посівів середнього збору. Покривні культури також корисні для поліпшення ґрунтів як відносно дренажу, так і структури ґрунту. Покривні культури слід заорювати як мінімум за чотири тижні до посіву або висадки розсади.

Розсаду дині у віці трьох тижнів розміщують на звичайних мульчованих голубою пластиковою мульчею грядках 60-70 см шириною під прозорим плівковим укриттям висотою 50-60 см. Удень, в хорошу і теплу погоду, укриття прибирають, щоб рослини звикли до сонячних променів. Важливий агротехнічний прийом при вирощуванні - прищіпка головного стебла над третім листком. Цю процедуру проводять, коли рослина випускає п'ятий справжній листок. З пазух, що залишилися, відростають три стебла другого порядку. Найнижчий з них повністю вищипують, а інші вкорочують над четвертим-п'ятим листком. На стеблах третього порядку й з'являються жіночі квітки. Після того як зав'язі в діаметрі досягають трьох-чотирьох сантиметрів, залишають на рослині до п'яти пагонів, на кожному повинна бути тільки одна зав'язь. Через два тижні прищипують точки росту всіх пагонів. А у пагонів четвертого

порядку прищипують стебла над третім-четвертим листком. Так створюють оптимальні умови для раннього плодоношення дині.

На урожай і смак дині впливає режим поливу. Молоді рослини дуже потребують води. Але, після того як плоди набувають типовий для сорту розмір, повністю припиняють полив, інакше дині не наберуть потрібної солодощі.

Важливо своєчасно зібрати врожай. Стиглі дині не відділяються від плодоніжки, плід набуває характерні для сорту забарвлення і малюнок, а його квіткова частина стає м'якою. Для транспортування та довготривалого зберігання плоди збирають недозрілими.

Впровадження в широку виробництво сортів та гібридів зимових динь дозволить значно підвищити рентабельність баштанної галузі південного регіону України.

Холодняк О.Г.,

завідувач відділу селекції

Шабля О.С.,

к. е.н., заступник директора з наукової та інноваційної діяльності

Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПіМ НААН

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОТРИМАННЯ НАСІННЯ ГІБРИДА КАБАЧКА

Основною перешкодою при виробництві гібридного насіння кабачка є формування чоловічих квіток на рослинах материнської лінії. Через це відбувається їх переzapилення і, як наслідок, зниження гібридності насіння. Ми пропонуємо використовувати в якості материнських ліній гібридів кабачка форми переважно жіночого типу цвітіння. На рослинах таких форм в нижніх вузлах зазвичай в перші 10 діб відсутні чоловічі квітки, що дозволяє отримати 1-2 плоди від вільного переzapилення з батьківською формою.

В якості материнських використовують інбредні (3-5 років) лінії з переважно жіночим типом цвітіння та маркерною ознакою — розсічений лист,

які мають високі СКС та ЗКЗ. В якості батьківських форм використовують кращі районовані сорти кабачка, в попередні роки гібриди першого покоління від яких виявили найкращі результати за комплексом господарсько-цінних ознак. Технологія вирощування гібридного насіння кабачка відповідає вимогам ДСТУ. Посів проводять відразу, коли температура ґрунту сягне 14 °С з розрахунку 5-6 кг/га насіння. Затримка з посівом призводить до зменшення кількості рослин материнської форми з переважно жіночим типом цвітіння. Насінники з материнської форми збирають приблизно через 60 діб після запилення. Найбільший урожай насіння на варантах запилення (штучному способі з ізоляцією квіток та вільному запиленні) (168,5 кг/га та 189,1 кг/га відповідно) отримано при співвідношенні батьківських та материнських форм 1:2. Була здійснена оцінка економічної ефективності способів насінництва гібрида кабачка (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка економічної ефективності способів насінництва гібрида кабачка,
2018-2019 рр.

Ознака	Штучне запилення, st	Вільне запилення
рівень гібридності, %	99	95,3
урожай насіння, кг/га	600	690
всього витрат, тис. грн/га	47,9	34,5
базова технологія, тис. грн/га	33,7	33,7
витрати на ізоляцію та запилення квіток, тис. грн/га	14,3	-
позначення зав'язей на материнській формі, тис. грн/га	-	8,2
собівартість, грн/кг	799,7	500
середня ціна реалізації, грн/кг	1500	1200
виручка від реалізації, тис. грн/га	90,0	82,8
валовий прибуток, тис. грн/га	42,0	48,3
рентабельність виробництва, %	87,6	140,0

Таким чином, в результаті оцінки економічної ефективності отримання насіння гібрида кабачка при вільному та штучному (стандарт) запиленні було

встановлено, що найбільша рентабельність спостерігається у варіанті з вільним запиленням материнської форми — 140% .

Чернишова Є.О.,

к.с.-г.н., доцент

Управління фітосанітарної безпеки Головного управління
Держпродспоживслужби в Херсонській області

ОГЛЯД МІСЦЯ ЗБЕРІГАННЯ НАСІННЯ ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ ЙОГО КУПІВЛІ

Процес отримання добрих врожаїв сільськогосподарських культур складається з багатьох елементів технології вирощування – обробіток ґрунту, застосування агрохімікатів та пестицидів, сівба та збирання з мінімальними втратами, догляд за посівами. Однак головним чинником, на нашу думку, що дозволяє отримати прибутки під час здійснення діяльності в сфері рослинництва, є використання насіння сортів (гібридів) з високими посівними якостями.

На жаль, в Україні культура купівлі насіння суб'єктами господарювання знаходиться на низькому рівні, оскільки велика кількість підприємців або необізнана з діючим законодавством у сфері насінництва та розсадництва, або є занадто довірливими до продавців. Навіть отримавши необхідну супровідну документацію (сертифікати, що засвідчують сортові та посівні якості, атестати та свідоцтва на насіння) на партію насіння, оскільки, відповідно до ст. 15 Закону України «Про насіння і садивний матеріал», насіння і садивний матеріал вводяться в обіг після їх сертифікації, зокрема сертифікати на насіння можуть бути видані, якщо: насіння належить до сорту, занесеного до Реєстру сортів рослин України; насіння за сортовими або посівними якостями відповідає вимогам законодавства у сфері насінництва та розсадництва, товаровиробник,

який турбується про своє господарство, повинен відвідати місце зберігання насіння.

Для уникнення купівлі контрафактного та фальсифікованого насіння під час відвідин складу, з якого буде відвантажуватися партія насіння, необхідно звертати увагу на ряд складових.

Обов'язково необхідно перевірити упаковку насіння і відповідність інформації, нанесеної на етикетку, заявленим продавцем даним. Відповідно до Порядку маркування та пакування партій насіння, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 10 липня 2017 р., усі партії добазового та базового насіння незалежно від призначення, а також партії сертифікованого насіння першої генерації, призначені для реалізації, підлягають обов'язковому пакуванню та маркуванню. Зберігати без пакування (у засіках, буртах), але з обов'язковим маркуванням, допускається лише для партій сертифікованого насіння нижчих генерацій, які призначені для реалізації.

Основними видами упаковок, що застосовують в насінництві, є мішки, торбинки, пакети, контейнери та бігбеги різної місткості, що забезпечують надійну цілісність їх вмісту під час зберігання і транспортування та унеможливають зміни їх вмісту після закриття упаковок. Упаковка повинна бути цілою, міцною, чистою, сухою і незараженою від шкідників і збудників хвороб. Для пакування насіння, призначеного для реалізації, використовують лише нові упаковки.

Також у приміщенні, де зберігається насіння, може знаходитися план-схема розміщення насінневих партій в насіннесховищі, оскільки насіння різних сортів і насіння одного сорту, яке відрізняється за категоріями та посівними якостями, повинні зберігатися окремо та журнал спостережень, в якому зазначаються температура і вологість повітря та насіння й інші важливі показники.

Отже, дотримуючись цих правил, товаровиробник забезпечить себе від придбання неякісного насіння, що допоможе зберегти наявні в господарстві матеріальні ресурси та забезпечить його прибутковість.

Чмут А.В.,

к.е.н., ст. викладач

Херсонський державний університет

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

Ефективність молочної галузі в цілому і кожного суб'єкту, що входить до неї окремо, в значній мірі залежить від організаційно-економічних взаємовідносин між виробництвом і переробкою.

Виробники сировини, більшу частку яких складають одноосібні селянські господарства, через фінансову неспроможність забезпечити такі масштаби виробництва і якість продукції за яку б могли отримати рентабельну ціну, змушені зменшувати поголів'я корів. Це в свою чергу призводить до дефіциту якісної сировини, яка є основою для виробництва високоякісного готового продукту. Відповідно до цього, налагодження оптимальної взаємодії з постачальниками є вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі.

Основною метою інтеграції підприємств є отримання певного позитивного економічного ефекту [1] за рахунок зменшення собівартості продукції, транзакційних витрат, економії на масштабах та інших можливостей і вигод, які пов'язують з синергічним ефектом від інтеграції. Це в свою чергу впливає на кінцеву ціну продукції, а відповідно і на її цінову конкурентоспроможність.

За короткий період 3-5 років в інтегрованих підприємствах виробництво продукції може бути збільшено на 15-30%, а реалізація за рахунок зміцнення позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках – на 25-50%. Доцільність функціонування інтеграційної структури визначається приростом доходів, рентабельності, вартісної частини майна власників, підвищенням частки в товарообігу, включаючи експорт, надходженням до бюджету всіх рівнів [3].

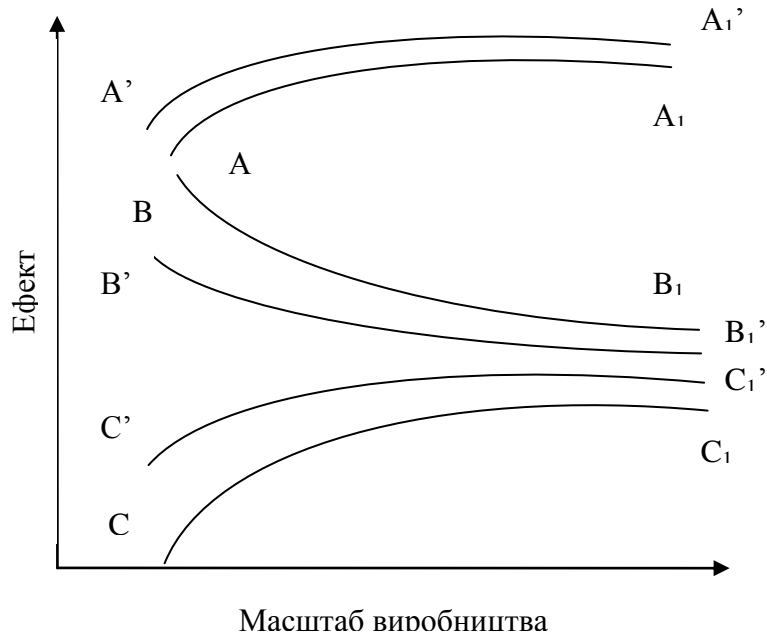


Рис.1. Ефективність інтегрованих систем господарювання [4].

Відповідно до представленого рисунку крива AA_1 - це дохід від не інтегрованого виробництва; $A'A_1'$ - дохід від інтегрованого виробництва; BB_1 - собівартість не інтегрованого виробництва; $B'B_1'$ - собівартість інтегрованого виробництва; CC_1 - прибуток не інтегрованого виробництва; $C'C_1'$ - прибуток інтегрованого виробництва.

В класичній економічній літературі за напрямом дії виділяють наступні види інтеграції підприємств: вертикальна інтеграція, горизонтальна, діагональна, конгломератна, ар'єргардна, мішана.

Досвід зарубіжних країн, в тому числі Польщі, свідчить про те що збільшення масштабів виробництва та ступеня інтеграції виробників сировини з переробними підприємствами в значній мірі підвищує сукупний ефект діяльності. Необхідність укріплення конкурентоспроможності своїх позицій привело польських фермерів до горизонтальної інтеграції (об'єднання в кооперації), що забезпечує масштаби виробництва [5].

На сучасному етапі розвитку молочної галузі в Україні вагомою задачею інтегрованих формувань має бути не отримання економічної вигоди

власниками капіталів, а узгодження інтересів учасників та досягнення еквівалентності їх відносин для гармонійного розвитку всіх учасників.

Література:

1. Chmut A.V. Development of the milk market in Ukraine. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/9744/Chmut%209.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Чмут, А. В., and Н. В. Антош. Гармонізація відносин молокопереробних підприємств із постачальниками сировини в умовах посилення контролю якості та безпечності харчових продуктів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки.* 2017.26 (2). С.24-27.
3. Амбросов В.Я. Інтеграційні процеси в аграрному секторі економіки URL: www.khntusg.com.ua/files/ikonf2010/sec2.pdf.
4. Чмут А.В. Ефективність інтегрованих систем взаємодії підприємств молочної галузі. *Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Економічні науки.* 2010. Вип.2(19).С.241-248.
5. Чмут А.В. Особливості розвитку інтеграції підприємств при виробництві харчових продуктів в умовах виходу на європейські ринки. Теорія і практика регіонального розвитку: колект. монографія. Дніпро: Герда, 2016. С. 539-546. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/4231/%D0%A7%D0%BC%D1%83%D1%82.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Шабля О.С.,

к.е.н, заступник директора з наукової та інноваційної діяльності

Лимар В.А.,

к.с-г.н. директор

Холодняк О.Г.,

завідувач відділу селекції

Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПіМ НААН

СУЧАСНИЙ СТАН ГАЛУЗІ БАШТАННИЦТВА В СВІТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Плоди баштанних культур є одним з важливих постачальником вітамінів мінеральних солей, органічних кислот й інших важливих речовин, що сприятливо впливає на обмінні процеси в організмі людини. Вони не тільки коштовний продукт дієтичного, профілактично-лікувального харчування, а й сировиною для переробної харчової промисловості, виробництва продуктів спеціального призначення [1].

Питанням виробництва сільськогосподарських культур у цілому і овоче-баштанних зокрема присвячені дослідження багатьох українських учених: В.І. Бойка, В.І. Власова, Ю.О. Лупенка, В.П. Рудь, П.Т. Саблука, та інших.

Мета статті – проаналізувати розвиток виробництва баштанних культур на світовому та регіональному рівнях в сучасних умовах. За даними FAOSTAT, на теперішній час основну баштанну культуру – кавун вирощують у більш ніж 130 країн світу. Площа під посівами столового кавуна, перевищує 3,5 млн га, валовий збір - 109 млн т, а середня врожайність – близько 30,0 т/га. Лідерство у виробництві кавуна належить Азії. Саме тут зосереджено близько 77% посівних площ цієї культури [2]. На частку Європи припадає лише 9,5%, Америки і Африки по 7% [3] від усієї площі в світі, зайнятої посівами кавуна столового. Слід зазначити, що за останні роки на тлі скорочення площ під кавуном в Африці, на інших континентах вони стабільно зростають (табл. 1).

Країни з найбільшим розміром площ під столовим кавуном - Китай, Росія, Туреччина, Іран, Бразилія, Україна, США і Єгипет [3]. Україна перебувала на восьмому місці за розміром посівних площ під кавуном в 2018 році після Узбекистану і Єгипту - 51,7 тис. га або 1,4% від світових площ, на одинадцятому за валовим збором плодів кавуна і на десятому - по врожайності цієї культури. Одна з проблем вітчизняного баштанництва - значне зниження продуктивності посівів кавуна. При середньосвітовий врожайності кавуна - 29,3 т/га, в Україні цей показник в 3 рази нижче.

Таблиця 1

Посівні площі столового кавуна у світі	
Континент	Площа, тис. га
Всього у світі	3 568 350,9
Азія	2 738 321,8
Європа	340 943,0
Америка	270 525,1
Африка	213 809,0
Австралія та Нова Зеландія	4 363,0

Проте, в сучасних умовах вітчизняна галузь демонструє тенденцію до зростання виробництва в усіх категоріях господарств (рис. 1).

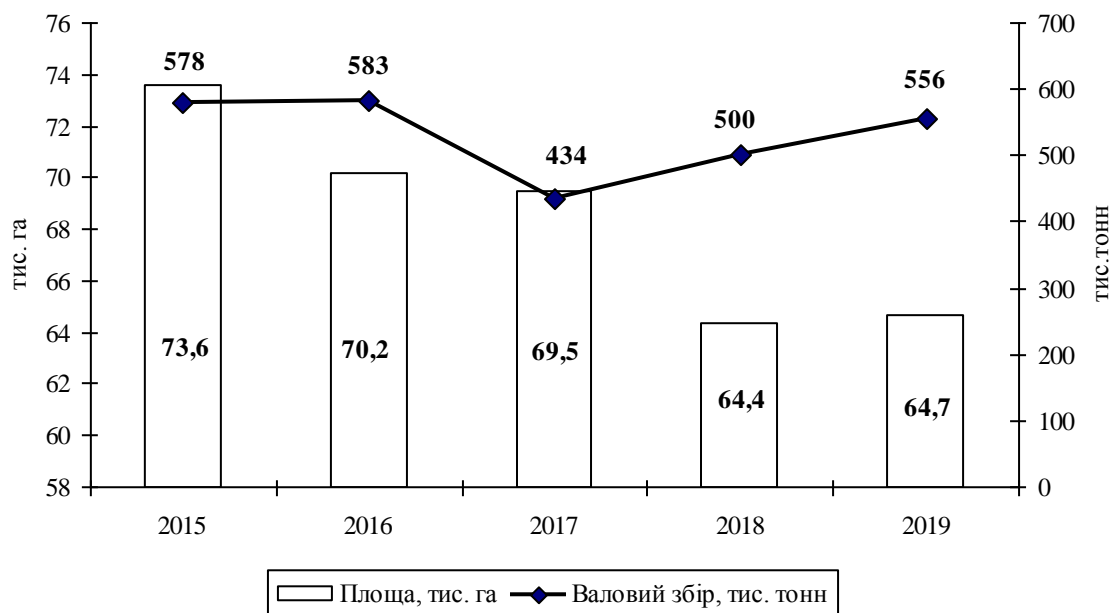


Рис. 1. Динаміка виробництва баштанних культур в Україні

Джерело: Складено за даними [4].

Так за останні 5 років посівні площі під баштанними культурами в Україні зменшилися на 13% і у 2019 році становили 64,7 тис.га, проте валове виробництво є стабільним і знаходиться на рівні 550-570 тис.т. [3].

Аналізуючи виробництво баштанних культур в Україні слід відмітити що лідером залишається Південний регіон, частка якого у загальному виробництві складає понад 50%, де зібрано більше 270 тис.т плодів з площі 32,7 тис.га. Найбільшим виробником є Херсонська область з показниками 190 тис.т. що

майже 70% від валового виробництва південного регіону, потім Запорізьська — 35 тис.т., найменші показники у Одеській та Миколаївській областях з виробництвом 30 тис.т., 27,5 тис.т. відповідно.

У зв'язку з глобальним потеплінням, відбулося просування баштанних культур на північ України. Істотно змінилися площі в Київській, Сумській, Полтавській і Черкаській областях, що призвело до зменшення обсягів виробництва на півдні країни. У зв'язку з цим відбувається більш чітка зональна спеціалізація. Низькі витрати на транспортування плодів з північної частини зони до великих обласних центрів в порівнянні з південною, зумовили спеціалізацію південній частині України на виробництві ранньої продукції баштанництва та кавунів пізнього строку дозрівання, який не визріває в північних регіонах.

Незважаючи на непросту ситуацію в сільському господарстві України, галузь баштанництва в зоні ризикованого землеробства залишається прибутковою. Крім удосконалення прийомів обробітку ґрунту: застосування стимуляторів росту, різних способів передпосівної підготовки насіння, нових форм добрив, крапельного зрошення, захисних укриттів тощо, відбулося істотне розширення асортименту столового кавуна, пропонованого до виробництва в зоні товарного баштанництва.

Впровадження у виробництво нових високоврожайних сортів і гібридів баштанних культур дозволяє без додаткових витрат збільшити врожайність на 15-20% і найбільш раціонально використовувати природні ресурси і техногенні фактори. Однак слід враховувати, що з ростом потенційної продуктивності сортів і гібридів значно зростає залежність кількості і якості врожаю від нерегульованих природних факторів (посуха, шкідники та хвороби). Тому з переходом до адаптивного рослинництва слід більше приділяти уваги сортам і гібридам, стійким до абіотичних і біотичних стрес

Література:

1. Бахчевые культуры [под ред. А. О. Лымаря.] К. : Аграрна наука, 2000. 327 с.

2. FAOSTAT. URL : <http://www.fao.org/faostat/en>.
3. FiBL Statistics – European and global organic farming statistics. URL : <https://statistics.fibl.org>.
4. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**10. ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА РЕГІОНАЛЬНЕ
УПРАВЛІННЯ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ З
ВРАХУВАННЯМ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Бутенко В.В.,

к.е.н., доцент

Перетяцько В.О.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Одеський національний університет І.І. Мечникова

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ СПРОМОЖНОСТІ
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

В Україні сьогодні відбуваються найважливіші реформи, які дають змогу подальшого прогресивного перетворення, а саме децентралізації влади та управління. Відповідно до Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, прийнятої урядом 1 квітня 2014 р., розпочато процес децентралізації влади [1].

Децентралізація передбачає передачу значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування таким чином, щоб якомога більше повноважень мали ті органи, що розташовані ближче до людей, де такі повноваження можна реалізовувати найбільш успішно[2].

Ефективне виконання своїх повноважень місцеві органи повинні ґрунтувати на своїй фінансовій забезпеченості. Але на сьогодні - це одна з актуальніших проблем низької фінансової спроможності органів місцевого самоврядування.

«Фінансова спроможність соціально-економічного розвитку просторової системи» визначається як єдність достатності фінансового потенціалу утворення, результативності використання фінансових ресурсів та

можливості самостійного забезпечення соціально-економічного розвитку.

З метою усвідомлення фінансової спроможності територіальної громади, розглянемо структуру видів майна.

Майнові ресурси (рухоме та нерухоме майно) територіальної громади разом із доходами місцевих бюджетів, позабюджетними цільовими (у тому числі валютними) та іншими коштами, землею, природними ресурсами, що перебувають у комунальній власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, а також об'єкти їхньої спільної власності, що перебувають в управлінні районних і обласних рад, відповідно до Конституції України (ст. 142)¹⁴¹ та Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” (ст. 1)¹⁴² [3] становлять матеріальну та фінансову основу місцевого самоврядування, саме їх розвиток дає змогу підвищенню фінансової спроможності громад. За останніх п'ять років в Україні відбулися істотні зміни системи місцевого самоврядування, особливо у процесі формування місцевих бюджетів та утворення нових спроможних об'єднаних територіальних громад (ОТГ). В умовах нового перерозподілу публічних фінансів між рівнями влади в результаті реформи бюджетної децентралізації для забезпечення потреб територіальних громад, зокрема ОТГ, можливо використання фінансових ресурсів різних економічних агентів, зокрема, місцевих та центральних органів влади, фінансових установ та неурядових організацій, приватних суб'єктів господарювання, а також іноземних держав та міжнародних фінансових організацій. Фінансова спроможність ОТГ будується на ресурсах, які мають внутрішнє походження. Такі ресурси як інвестиції, благодійна допомога, можуть бути водночас і внутрішніми, і зовнішніми. ОТГ одержали доступ до інших зовнішніх фінансових ресурсів. Наразі рада об'єднаної територіальної громади здійснює місцеві запозичення до бюджету ОТГ – як внутрішні, так і зовнішні, в тому числі шляхом отримання кредитів (позик) від міжнародних фінансових організацій. Перед ОТГ є чи мало проблем, які неможливо виконувати тільки за рахунок внутрішніх фінансових ресурсів, тому слід надати можливість ОТГ виходу на ринки запозичень, залучення інвестицій та інших

ресурсів ззовні. К бюджетним ресурсам внутрішнього походження відносяться надходження від податків та зборів, продажу та оренди об'єктів комунальної власності[2]. Але наразі так і остається, що основним зовнішнім джерелом бюджетних коштів для ОТГ є Державний бюджет. Це свідчить про фінансову та управлінську залежність органів місцевого самоврядування від вишестоящих органів, що суперечить Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, але з другого боку це стимулює економічний розвиток територіальних громад, що надасть змогу більшої автономності та незалежності від зовнішніх фінансових джерел.

Література:

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінета Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р
2. Щур Р.І. Фінанси об'єднаних територіальних громад: концептуальні засади теорії і практики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.08. Чернігів, 2019. 41 с.
3. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні”(Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 24, ст.170).

Карташова О.Г.,

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПРОСТОРОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІЙ: ДОСВІД ПОРТУГАЛІЇ

У європейських країнах просторове планування формулює принципи розвитку території. На сьогодні цивілізація створює для природи та життя й

здоров'я людини загрози, тому існує незаперечна необхідність здійснення заходів щодо просторового планування відповідно до принципів сталого розвитку. Просторове планування також є платформою, на якій необхідно розглянути, обговорити та збалансувати суперечливі державні та приватні інтереси, пов'язані з розвитком території

Традиційно система просторового планування територій в Португалії організована на трьох рівнях діяльності: на національному рівні від імені уряду та їх установ; регіональний рівень від імені регіональних органів влади, ослаблений через відсутність регіональних територій з політичною автономією; місцевий рівень, який є потужним від імені муніципалітетів [1].

Нещодавно з'явився новий рівень структури просторового планування територій, який є міжмуніципальним, розташованим між регіональним та місцевим рівнем, який ще не дуже популярний, незважаючи на те, що він є єдиним, який не є обов'язковим, з точки зору опрацювання його інструментів. Це залежить від добровільної волі муніципалітетів працювати разом у спільних цілях, використовуючи міжмуніципальний підхід до управління своїми територіями, пов'язаними стратегіями та пов'язаними цілями.

Чотири згадані рівні португальської системи просторового планування територій містять набір з декількох інструментів. На національному рівні існує національна програма з питань політики просторового планування, яка в основному охоплює португальську територію в цілому, пов'язуючи національні цілі з європейською політикою.

На регіональному рівні існує регіональний план, який є формальним, враховуючи, що в Португалії немає регіонів з політичною автономією.

На міжмуніципальному масштабі є види плану: міжмуніципальний генеральний план, міжмуніципальний план містобудування та міжмуніципальний детальний місцевий план. Жоден з них не є обов'язковим, і це залежить від волі муніципалітетів у спільній роботі.

У місцевому масштабі, тобто на муніципальному рівні, є також вид генерального плану (по одному для кожного муніципалітету), що містить

основний зміст районування з правилами забудови та урбанізації, що стосуються різних видів землекористування; план містобудування міських територій; і, нарешті, детальний місцевий план, який є фігурою, орієнтованою на стратегії та проекти містобудування для міських або сільських територій. Детальні місцеві плани містять наступні три типи: детальний місцевий план сільської місцевості, детальний місцевий план реконструкції міст та детальний місцевий план охорони цілей спадщини [2].

Окрім згаданих інструментів просторового планування, існують також галузеві плани з окремих питань, таких як інфраструктура, природоохоронні території в екологічному плані, заклади охорони здоров'я чи навчальні заклади. Існує також спеціальний план, який включає чотири типи планів: плани водосховищ, плани природно-заповідних територій, плани морського берега та плани річкових територій. Усі вони відносяться до національних повноважень

Муніципальний рівень та його інструменти є головним органом просторового планування в Португалії, в тому числі в частині постанов, які будуть обов'язковими для розгляду заходів щодо будівництва, урбанізації та відновлення. Однак цих планів протягом останніх 20 років було недостатньо, щоб уникнути негабаритних міських периметрів. Хоча в останніх версіях цих планів у районах країни, де чисельність населення зменшується, розглядаються різні стратегії, пропонуючи скорочення цих міських периметрів, перенесення використання міських земель на сільські.

В деяких випадках спостерігається неконтрольована забудова - явище, яке в останні десятиліття поглинуло та переформатувало території, раніше призначені для сільського, лісового господарства та для збалансованості екосистем. Досвід Португалії показує, що існує потреба в посиленні якості методологій аналізу та моніторингу процесів міської експансії, щоб уникнути існування міських порожнеч, використовуючи всю внутрішню частину міських периметрів, а не розширювати їх на нові райони урбанізації, до сільського ландшафту.

Міське розростання є складним явищем, тому його важко виміряти та визначити як єдиний процес, оскільки він має декілька особливостей, що враховують різні міста [3]. Для його визначення використовують різну термінологію: субурбанізація (зростання міських поселень загалом або міст зокрема, що займають території поза попередніми межами, а люди, сфера послуг, інші види діяльності розміщуються в нових районах території). Розростання міст можна розглядати як штучне зростання, яке слугує суспільству, на відміну від традиційних мікрорайонів, що характеризується поєднанням лише міських територій.

Література:

1. SÁ, João; VIRTUDES, Ana. Towards Rural Land Use: Challenges for Oversizing Urban Perimeters in Shrinking Towns. In: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing, 2017. p. 052016.
2. SILVA, Filipe Batista; MARQUES, Teresa Sá. The study of urban growth through multi-temporal cartography and spatial indicators: the case of Porto region, Portugal. 2010.
3. Маруняк Є. О. Територіальне (просторове) планування: зміст, еволюція та основні сучасні напрями. Український географічний журнал, 2014, 2: 22-31.

Крамчанін О.В.,

ст. викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

СПАДКУВАННЯ ЗА ЦИВІЛЬНИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ

Спадкове право – один з центральних інститутів цивільного права, оскільки проблема спадкування тією чи іншою мірою торкається кожної особи. Спадкові відносини є особливими, вони зачіпають приватну сторону життя людини та її сім'ї, і саме тому потребують особливої уваги законодавця.

Питанням спадкування присвячується книга шоста Цивільного кодексу України, яка містить чимало новел, що можуть привернути увагу читача.

За загальним правилом, спадкування - це перехід прав і обов'язків від фізичної особи, яка померла, до її спадкоємців, воно забезпечує правонаступництво цивільних прав і обов'язків після смерті їх носія.

В Україні, як і в більшості країн Європи, підставою виникнення спадкового правонаступництва є заповіт або закон.

Відповідно до ст. 1220 Цивільного кодексу спадщина відкривається внаслідок смерті особи або оголошення її померлою. Згідно зі ст. 1218 цього Кодексу до складу спадщини входять усі права та обов'язки, що належали спадкодавцеві на момент відкриття спадщини і не припинилися внаслідок його смерті. Водночас до складу спадщини не входять права та обов'язки, що нерозривно пов'язані з особою спадкодавця, зокрема: особисті немайнові права; право на участь у товариствах та право членства в об'єднаннях громадян, якщо інше не встановлено законом або їх установчими документами; право на відшкодування шкоди, завданої каліцтвом або іншим ушкодженням здоров'я; права на аліменти, пенсію, допомогу або інші виплати, встановлені законом; права та обов'язки особи як кредитора або боржника, передбачені ст. 608 цього Кодексу.

Крім того, місцем відкриття спадщини є останнє місце проживання спадкодавця, а якщо місце проживання спадкодавця невідоме — місцезнаходження нерухомого майна або основної його частини, а за відсутності нерухомого майна — місцезнаходження основної частини рухомого майна.

Відповідно до ст. 1223 Цивільного кодексу право на спадкування виникає у день відкриття спадщини. Право на спадкування мають особи, визначені у заповіті (частина перша ст. 1223 Цивільного кодексу).

Спадщина складається, як правило, із права приватної власності померлої людини на різне майно (будинок, земельна ділянка, транспортні засоби,

домашні речі тощо). Крім права приватної власності, до складу спадщини можуть належати й інші права померлого, а саме:

- право на одержання сум заробітної плати, пенсій, стипендій, аліментів та інших соціальних виплат, які належали спадкодавцеві, але не були отримані ним за життя;

- право на одержання страхових виплат, якщо у договорі страхування не був визначений вигодонабувач;

- право на відшкодування збитків, завданих спадкодавцеві в договірних відносинах;

- право на стягнення неустойки та на відшкодування моральної шкоди, які були присуджені спадкодавцеві за життя.

Також слід зазначити, що до спадкоємців переходять не лише права, але й обов'язки померлого, зокрема відшкодувати шкоду, яка була завдана спадкодавцем іншій особі; відшкодувати моральну шкоду, яка була присуджена за життя спадкодавця; повернути борги померлого та ін.

Спадкування за заповітом Статтею 1233 Цивільного кодексу визначено, що заповітом є особисте розпорядження фізичної особи на випадок своєї смерті. Загальні вимоги до форми заповіту встановлено ст. 1247 Цивільного кодексу. Так, заповіт складається у письмовій формі із зазначенням місця та часу його складення. Заповіт має бути особисто підписаний заповідачем. Якщо особа не може особисто підписати заповіт, він підписується відповідно до частини четвертої ст. 207 цього Кодексу. Заповіт має бути посвідчений нотаріусом або іншими посадовими, службовими особами, визначеними у статтях 1251 — 1252 цього Кодексу. Згідно зі ст. 1235 Цивільного кодексу заповідач може призначити своїми спадкоємцями одну або кілька фізичних осіб, незалежно від наявності у нього з цими особами сімейних, родинних відносин, а також інших учасників цивільних відносин. Заповідач може без зазначення причин позбавити права на спадкування будь-яку особу з числа спадкоємців за законом. У такому разі ця особа не може одержати право на спадкування. Заповідач не може позбавити права на спадкування осіб, які мають право на

обов'язкову частку у спадщині. Чинність заповіту щодо осіб, які мають право на обов'язкову частку у спадщині, встановлюється на час відкриття спадщини.

Саме за допомогою заповіту фізична особа може вирішувати питання майбутнього переходу її майна до інших осіб, втілюючи таким чином в життя своє суб'єктивне право власника.

Виконавець заповіту є обов'язковим суб'єктом спадкових правовідносин, коли йдеться про спадкування за заповітом.

В українському спадковому праві його роль є складною і багатогранною. Він не лише виконує волю заповідача, а й забезпечує охорону прав та законних інтересів спадкоємців, інших зацікавлених осіб, здійснює управління спадщиною тощо. Виконавець заповіту призначається заповідачем, спадкоємцями або з їх ініціативи – судом, а у разі відсутності спадкоємців – нотаріусом. Виконання обов'язків виконавця заповіту є добровільним, оплатним та контрольованим з боку спадкоємців.

Водночас в Цивільному кодексі передбачено, що у разі відсутності заповіту, визнання його недійсним, неприйняття спадщини або відмови від її прийняття спадкоємцями за заповітом, а також у разі неохоплення заповітом усієї спадщини право на спадкування одержують особи, визначені у статтях 1261 — 1265 цього Кодексу а саме за законом.

Чимало проблемних питань виникає у справах про спадкування у зв'язку з тим, що відсутні правовстановлюючі документи на спадкове майно, а це призводить до потреби звертатись до суду за захистом прав спадкоємців шляхом подання позову про визнання права власності на майно у порядку спадкування. Подекуди ускладнює вирішення спорів відсутність документів, які підтверджують родинні стосунки між спадкоємцем і померлим, що також призводить до необхідності звернення до суду для встановлення факту родинних стосунків.

У спадковому законодавстві мала б бути норма, яка б надавала суду можливість відмовляти у задоволенні позову, пред'явленого обов'язковими спадкоємцями, за умови доведення у судовому порядку їхньої негідної

поведінки щодо спадкодавця. Обставини негідної поведінки спадкоємця щодо спадкодавця (чи інших спадкоємців) засвідчуються вироком (рішенням) суду, що набув законної сили.

Підсумовуючи, можемо зазначити, що належним чином оформлений заповіт, чітко визначення кола осіб-спадкоємців та майна (як рухомого, так і нерухомого), яке буде предметом спадкування, у подальшому не призведуть до виникнення проблем при вступі у спадщину спадкоємців.

Література:

1. Цивільний кодекс України, В. В. Р. 2003. № 40–44. 2010.
2. Цивільний кодекс України. Науково-практичний коментар (пояснення, тлумачення, рекомендації з використанням позицій вищих судових інстанцій, Міністерства юстиції, науковців, фахівців) //Х.: Страйд. 2009. Т. 12.

Лебедченко В.В.,

ст. викладач

Косухіна Л.І.,

асистент

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Оцінки соціально-економічної безпеки регіону представляють першорядну роль в її забезпеченні, оскільки разом з іншими умовами служать вихідними положеннями при підготовці різного роду заходів щодо соціально-економічного розвитку регіону. В економічній безпеці мезорівня визначилося декілька підходів до оцінки економічної безпеки регіону. Серед них найбільшого поширення отримали функціональний (комплексний) підход, індикаторний та індексний підходи, таксономічний метод і кластерний аналіз.

[1] Оцінка соціально-економічної безпеки регіону як процес може дати хороші результати (її оцінки) в разі, якщо цей процес відповідає ряду умов і проводиться згідно визначених прийнятих правил. Відповідно до загальнонаукових особливостей досліджень і соціально-економічної безпеки регіону, як об'єкта економічної безпеки мезорівня, принципи оцінювання соціально-економічної безпеки регіону можна сформулювати наступним чином:

1. Принцип корисності – під корисністю розуміється здатність оцінок соціально-економічної безпеки регіону задовольняти потреби користувачів за соціально-економічних умов, що склалися в регіоні.

2. Принцип своєчасності – оцінки соціально-економічної безпеки регіону мають бути отримані в певний час (наприклад, напередодні уточнення положень стратегії регіонального розвитку, розроблення цільової регіональної програми або за запитом суб'єктів підприємницької діяльності).

3. Принцип адекватності – соціально-економічна безпека регіону являє собою складну суперечливу соціосистему, яка характеризується різноманітністю властивостей і форм їхнього вияву, що обов'язково має бути враховано в оцінюванні соціально-економічної безпеки регіону.

4. Принцип кількісного оцінювання – для запобігання суб'єктивізму беззаперечна перевага має бути надана оцінюванню з використанням кількісних показників (якісні характеристики також мають бути представлено в кількісній формі), які поєднано у систему.

5. Принцип багатоаспектності – соціально-економічну безпеку регіону можна розглядати з кількох аспектів одночасно (комплексний підхід) або з позиції одного-двох аспектів (сингулярний підхід).

6. Принцип достатнього обґрунтування – відображає дію закону достатньої підстави, відповідно до якого якість первинних показників методу (підходу або моделі) оцінювання соціально-економічної безпеки регіону, що

служать логічною підставою, зумовлюють якість її результуючих оцінок як логічного наслідку.

7. Принцип відносної простоти – складність оцінок соціально-економічної безпеки регіону має перевищувати складність їхнього отримання, що означає позбавлення оцінювання від численних припущень та дуже значної кількості первинних показників, спрощення алгоритмів їхнього перетворення, додаткових розрахунків, вимог високої точності значень первинних показників, яка не дуже (а можливо, й ніяк не позначиться на точності результуючих показників соціально-економічної безпеки регіону. Таке позбавлення сприятиме дотриманню принципу своєчасності отримання оцінок, яка у низці випадків може бути важливішою за їхню точність. [2]

Для оцінки соціально-економічного розвитку регіонів України необхідно дослідити динаміку основних показників соціально-економічного розвитку регіонів (за Державною службою статистики України), провести структурний аналіз формування макроекономічних показників в розрізі регіонів. Згідно звітності Державної служби статистики України основними соціально-економічними показниками розвитку регіонів визначено наступні: чисельність наявного населення на 1 січня року, тис. осіб; кількість зайнятих економічною діяльністю, тис. осіб; наявний дохід населення у розрахунку на одну особу, грн.; витрати населення у розрахунку на одну особу, грн.; середньомісячна заробітна плата, грн.; індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року), відсотків; валовий регіональний продукт (у фактичних цінах), млн. грн.; обсяг реалізованої промислової продукції, (товарів, послуг), млн. грн.; продукція сільського господарства (у постійних цінах), млн. грн. (у тому числі продукція рослинництва, продукція тваринництва); прийняття в експлуатацію загальної площі житла, тис. м²; роздрібний товарооборот підприємств (у фактичних цінах), млн. грн.; обсяг реалізованих послуг, млн. грн.; експорт та імпорт товарів, млн. дол. США; експорт та імпорт послуг, млн. дол. США; фінансовий результат до оподаткування, млрд. грн. (без урахування результатів

діяльності бюджетних установ); капітальні інвестиції (у фактичних цінах), млрд. грн.

Оцінка соціально-економічної безпеки регіону повинна здійснюватися за деякими правилами. Їх дотримання дозволяє визначати стан соціально-економічної безпеки регіону і його складових не тільки з чисто формальних позицій (чим вище значення показників, тим безпечніше стан регіону), але і з урахуванням тих обставин, в яких знаходився регіон (або буде, якщо мова йде про прогнозні оцінки).

Література:

1. Козаченко Г. В., Буколова В. В. Аналіз підходів до оцінювання соціально-економічної безпеки регіону. *Проблеми економіки 2018*. № 1 (35), С. 150-157.
2. Буколова В. В. Передумови оцінювання соціально-економічної безпеки регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. №17 (1). С. 29-33.

Новіков М. М.,

к.ю.н., доцент

Новікова М. М.,

к.ю.н., доцент

Херсонський факультет Одеського державного
університету внутрішніх справ

ДО РОЛІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ОБОРОНОЗДАТНОСТІ УКРАЇНИ

Реформування державної військової організації України вимагає рецепції новітніх концепцій, які містяться у державних програмах, нормативних

напрацюваннях, що регулюють публічно-правові відносини у військових організаціях провідних країн світу. Актуальність цього питання безпосередньо пов'язана з підвищенням якості обороноздатності України, звільненням анексованих територій, формуванням потужного потенціалу протидії агресору на Сході України. Зазначені виклики потребують нестандартних рішень. Одним з таких рішень, вважаємо, формування належного публічного адміністрування у військовій сфері через безпосереднє налагодження взаємодії з приватним сектором щодо сприяння розвитку Збройних Сил України.

Питання розвитку публічного управління у сфері забезпечення національної безпеки взагалі та обороноздатності України зокрема виступає предметом дослідження наукових надбань таких учених як І. Арцибасов, О. Бандурка, І. Бородін, В. Буткевич, В. Галунько, С. Гречанюк, Ю. Деля, С. Дембіцька, О. Джафарова, С. Діденко, Д. Журавльов, О. Заярний, Т. Карабін, В. Курило, А. Манжула, С. Марченкова, Т. Мацелик, В. Мацюк, С. Циганок, К. Чижмарь, А. Шарая, К. Шкарупа та інші. Однак питання формування, правового статусу, відповідальності та соціального захисту бійців добровільних та приватних військових формувань, і, відповідно, їх взаємодія з суб'єктами публічного адміністрування залишається відкритим.

Формування правового статусу таких об'єднань на території України потребує формування відповідного теоретичного апарату. Зокрема, пропонуємо визначати усі військові формування в якості військових організацій. Це пояснюється наявністю характерних рис, які їм притаманні. Зокрема, М.І. Небава та О.Г. Ратушняк визначають організацію як інституціоналізовану групу фізичних або юридичних осіб, які взаємодіють за допомогою матеріальних, економічних, правових і інших умов для досягнення поставлених цілей [1, с. 6]. Аналізуючи організацію як об'єкт публічно-адміністративного впливу, слід відмітити наступні притаманні їй ознаки: наявність мети; певна відособленість від зовнішнього оточення, системність, саморегулювання, специфічна культура, стабільність, складність. Зі свого боку ми додамо, що організації досить часто притаманна певна ієрархічність у відносинах між її

членами.

Щоб доповнити ознаки організації у контексті її віднесення до військових, ми вважаємо за потрібне проаналізувати особливості Північноатлантичного альянсу (НАТО) як однієї з найвідоміших міжнародних військових організацій. До її ознак відноситься: членство трьох і більше держав, договірна основа співпраці, повага до суверенітету держав-членів, діяльність відповідно до норм міжнародного права, наявність спільно напрацьованої мети, чітко визначена структура, встановлені права та обов'язки. Таким чином, ми можемо визначити, що більшість ознак у наведених нами явищах співпадає.

С.Ю. Поляков встановлює, що до військових організацій слід відносити військові частини, військові навчальні заклади та інші військові установи (науково-дослідні, ремонтні бази, заводи, інші військові установи і їх структурні підрозділи) [2]. Отже, під військовими організаціями автор визначає збройні сили країни. Це дає нам підстави говорити про Збройні Сили України (далі – ЗСУ) як державну військову організацію. Наша позиція підтверджується також тим, що відповідно до Закону України «Про збройні сили України» [3], ЗСУ володіють наступними ознаками, притаманними військовій організації: членство в ЗСУ на підставі договору (контракту), наявність правового регулювання статусу ЗСУ, а також діяльність на підставі норм діючого законодавства, наявність мети, чітко визначена структура та ієрархічність.

Водночас, ми можемо говорити про наявність недержавних військових організацій, серед яких вважаємо за необхідне виділити добровільні військові об'єднання та приватні воєнні компанії.

Так, на території України з'явилися такі організаційні військові елементи як добровольчі батальйони та добровольчі об'єднання. Однак, на сьогоднішній день в Україні правовий статус самостійно створених, добровільних військових об'єднань, які утворилися через появу загрози на Донбасі, є досить примарним. При цьому мета їх створення не протирічила українській національній безпеці, а була, навпаки, спрямована на захист української землі. Серед цих військових

утворень слід відмітити батальйони «Айдар», «Азов», «Донбас», «Херсон» тощо. Однак, поява цих військових одиниць показала, що українське законодавство не готове до врегулювання публічно-приватних відносин у сфері оборони. Невизначеність правового статусу таких формувань призводить до конфліктів, у тому числі й міжнародних. Зокрема, у жовтні 2019 року полк «Азов» став предметом політичних маніпуляцій у ході яких конгресмени США вимагали віднести його до терористичних організацій.

На протиставлення ЗСУ, які мають повний «пакет» нормативно-правового регулювання, добровільні військові формування не мають законодавчо визначеного правового статусу. На розгляд до Верховної Ради України з 2014 року подано 16 законопроектів [4], які мають на меті легалізацію добровільних військових формувань та правового статусу добровольців. Нажаль, до сих пір це питання не є вирішеним.

Другим, абсолютно не звичним для України явищем є приватні воєнні компанії (Private Military Companies), послуги яких, починаючи з 70-х років ХХ століття активно використовуються у воєнних конфліктах та миротворчих збройних операціях, у тому числі ООН, міжнародних гуманітарних організацій, Урядами демократичних країн. Ці компанії мають необхідні ліцензії та власні статuti, розгалужену бізнес-структуру. Діяльність цих компаній на міжнародному рівні регулюється Міжнародним кодексом поведінки приватних охоронних компаній, Документом Монтрю та документами міжнародних організацій [5]. При цьому, як залучення таких приватних воєнних компаній до вирішення конфлікту на Донбасі, так і створення власних, ліцензованих приватних воєнних компаній є досить цікавою перспективою для розвитку публічного адміністрування у сфері обороноздатності України.

Отже, приходимо до висновку, що перед Україною постає два питання у сфері нормативно-правового регулювання недержавних військових організацій – легалізація чи делегалізація їх статусу. При цьому третій варіант – відсутність чітко визначеного нормативно-правового статусу у період військового конфлікту на її території є самим недоречним.

Література:

1. Небава М. І., Ратушняк О.Г. Менеджмент організацій і адміністрування. Частина 1 : навчальний посібник Вінниця : ВНТУ, 2012. 105 с.
2. Поляков С.Ю. Основи військового управління: Навчальний посібник. К.: 2015. 276 с
3. Про Збройні Сили України: Закон України від 06.12.1991 № 1934-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1934-12#Text>
4. Тубелець О. Правовий статут добровольця: парадокси реальності та перспективи в майбутньому. URL: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/pravovyj-status-dobrovoltsya-paradoksy-realnosti-ta-perspektyvy-v-majbutnomu>
5. Горовенко В., Тютюнник В. Приватні воєнні компанії: міжнародний досвід і можливі шляхи його реалізації в Україні. <https://www.ukrmilitary.com/2015/11/private-military-companies.html>.

Remzina Natalia,

Senior Engineer

Institute of Market Problems and Economic-Ecological Research,

The National Academy of Sciences of Ukraine

INSTITUTIONAL SUPPORT OF THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE PERMANENT STRUCTURES OF TRANSPORT SYSTEMS OF UKRAINE

Institutional support is a broad concept that includes static and dynamic aspects of the formation of basic and derivative institutions in certain institutional conditions in a particular institutional environment. In the narrow practical sense, institutional support is the legal consolidation of norms, rules, the creation of organizational structures of management, formed by the state, organizations and society [1, p.151].

There is no strategic vision of the competitive advantages of the national transport system in Ukraine, compared to other countries. The experience of the implementation of the state strategies in the field of transport indicates the lack of effectiveness of the strategic process in Ukraine. The link between the strategic priorities of the state policy, the expenditures of the state budget and the results of the activities of the ministries - the main managers of budget funds - turned out to be weak.

The lack of a strategic system as one of the key processes of modern public administration leads to fragmentation and inconsistency of government actions in carrying out reforms, which, leads to inefficient spending of public resources, insufficient public control over the activities of the authorities.

In order to form a state policy in the field of transport infrastructure development, it is appropriated to develop the Strategy of the development of the permanent structures of transport systems of Ukraine, the basis of which should be the current legislation at the national and international level, taking into account the power decentralization processes in Ukraine. The relevance of the approval of the Strategy is confirmed by the following facts:

- there is no clear delineation of powers and responsibilities of executive bodies at all levels of government. Accordingly, there is a problem of inability to ensure the effective implementation of all their functions, especially in the process of the power decentralization;

- the current legislation of Ukraine does not contain a practical organizational mechanism for the development of permanent structures of transport systems (coordination and implementation of state programs, implementation of investment and innovation projects, etc.);

- regulation norms do not always meet EU standards of the development of scientific potential, implementation of scientific and technological innovations to the development of permanent structures of transport systems.

The state strategy provides the system of large-scale state decisions, it is the tool for the planned result achieving, the form of management of the socio-economic

activities and the territorial organization of society; the correct strategy allows to concentrate efforts and resources on the realization of the economic development potential [2, p.28].

In order to implement and realize the effective Strategy of the development of the permanent structures of transport systems of Ukraine it is necessary to strengthen the cooperation of the State Agency of Infrastructure Projects of Ukraine as a subordinate body of the Ministry of Infrastructure of Ukraine with such central authorities as the Ministry of Energy and Environmental Protection of Ukraine, the Ministry of Economy, Trade and Agriculture of Ukraine, the Ministry of Finance of Ukraine, the Ministry of Regional Development of Ukraine, the Ministry of Education and Science of Ukraine.

The experience of the different states with a high culture of strategic administration may differ significantly. But the common feature is the availability of so-called Grand strategy, which is a core element of the strategic process in the state, indicating awareness of public authorities of the hierarchical nature of strategy as a management tool. The other state strategies link the activities carried out by specific methods and the final results that are the goals of the Grand Strategy [3].

Therefore, it is important to consider the current strategic plans of Ukraine, to build their hierarchy and determine the place of the Strategy of the development of the permanent structures of transport systems of Ukraine.

Література:

1. Шпикуляк О. Г. Інституціональне забезпечення розвитку та регулювання аграрного ринку: аналітична оцінка. Економіка АПК, № 4, 2010. С. 150-157.
2. Овчар П. Тільки глибока реформа врятує автомобільну галузь Укравтотранс, № 11, 2015. – С. 25-28
3. Gaddis, J. L. What is Grand Strategy? Karl Von Der Heyden Distinguished Lecture, Duke University, 2009, 17 p.

11. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БІЗНЕС-ОСВІТИ ТА ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ, НАВЧАННЯ Й МЕНЕДЖМЕНТУ

Вайда Т. С .,

канд. пед. наук, доцент

Херсонський факультет Одеського державного університету внутрішніх справ

ДЕЯКІ УТРУДНЕННЯ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ ОСВІТИ ЯК АКТУАЛЬНА ПРОБЛЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПОЛІЦЕЙСЬКИХ У ЗАКЛАДАХ ЗІ СПЕЦИФІЧНИМИ УМОВАМИ НАВЧАННЯ МВС УКРАЇНИ

Вища освіта (тим більше навчання у відомчих навчальних закладах МВС України) належить до стресових видів людської діяльності. Особливо це стало відчутним для учасників освітнього процесу під час оперативного запровадження елементів дистанційного й онлайн-навчання (*далі* – ДН, е-ДН) у всіх закладах вищої освіти (*далі* – ЗВО) нашої держави у зв'язку із ізоляцією здобувачів та науково-педагогічних працівників під час карантинних заходів у боротьбі з пандемією Covid-2019.

Всі учасники освітнього процесу опинилися у нових, незвичних для них, некомфортних умовах, котрі потребують при організації взаємодії між ними перш за все збереження спокою та надання допомоги одне одному для зниження загального рівня суспільної тривожності. Підготовка до дистанційних занять, а в «терміновому» порядку й тим більше, вимагає суттєво більших зусиль для створення викладачем методичного забезпечення та затрат часу для підтримання взаємодії з навчальними групами (окремими курсантами) із застосування інформаційно-комунікаційних технологій (*далі* – ІКТ), аніж при традиційній формі освіти. Крім того, як показує практика, виникають й інші утруднення, котрі обумовлюються такими факторами: 1) рівень самоорганізованості деяких курсантів (студентів) у цих незвичних для них умовах є значно нижчим за звичайний; 2) окремі курсанти (студенти)

потребують оперативного засвоєння додаткових актуальних навичок застосування нових інструментів онлайн-освіти, дехто потребує й кращого опанування прийомів самоосвіти; 3) студенти і викладачі у новій ситуації проводять значно більше часу перед комп'ютером для пошуку необхідної інформації та безпосереднього виконання завдань, що є не легким дозвіллям, а важкою інтелектуальною працею. Таким чином, все це становить передумови для різкої зміни підходів до організації навчання і викладання дисциплін [1].

Поняття дистанційної освіти достатньо широке. Наприклад, раніше здобували освіту завдяки використанню можливостей традиційної пошти (надсилання слухачеві навчальних матеріалів, який виконував завдання і повертав їх до ЗВО). Сучасна звична заочна форма здобуття слухачами вищої освіти має також суттєву дистанційну складову. Втім, сьогодні під дистанційною освітою вчені та викладачі ЗВО мають на увазі передусім методи навчання із використанням інтернет-технологій. При цьому виділяють три основних моделі такої освіти: 1) застосування окремих інтернет-технологій в рамках традиційної «аудиторної» організації занять – тут інтернет доповнює взаємодію викладачів і Курсантів (студентів) у приміщенні ЗВО; 2) *гібридна* дистанційна освіта – аудиторні заняття переводяться в опосередкований комп'ютером й інтернетом формат проведення, здебільшого зі збереженням традиційного часу проведення занять. Частина завдань студенти виконують за допомоги інтернету, а для інших видів роботи (таких як складання іспитів) відвідують приміщення навчального закладу; 3) *онлайн-освіта* – організація освіти повністю через інтернет, що передбачає застосування інших методів навчання (наприклад, лекції поділені на короткі фрагменти і доступні студентам тільки у записі; студент може слухати лекції та виконувати завдання у будь-який зручний час; іспит з курсу складається через інтернет тощо) [1].

Науково-педагогічний та перемінний склад ХФ ОДУВС вже має певний досвід використання окремих інтернет-технологій в освітньому процесі – перш за все це робота в автоматичній системі управління освітнім процесом АСУ ОДУВС (<http://asu.oduvs.edu.ua>), із переходом на дистанційне навчання –

використання таких сучасних педагогічних засобів, як: 1) відеоінструменти Zoom та Skype; 2) месенджери Viber, WhatsApp, Telegram, Facebook; 3) електронна пошта ukr.net, gmail, i.ua та ін.; 4) платформи е-ДН Moodle та Naurok; 5) чати соціальних мереж (закриті групи) та ін. Запровадження карантину прискорило перехід ЗВО на єдину платформу для навчання курсантів та студентів Moodle (<http://dist.oduvs.edu.ua/>).

Платформу Zoom, на наш погляд, доцільно використовувати для проведення дистанційних консультацій, а також онлайн-занять для осіб, котрі хворіють або перебувають в режимі самоізоляції. Відеоінструмент Zoom добре підходить для індивідуальних і групових занять, курсанти (студенти) можуть заходити в програму як з комп'ютера, так і з планшета чи мобільного телефону. Подібні можливості має також і *платформа Skype*, але часто від користувачів можна почути окремі нарікання на якість роботи цього відеоінструменту – загальмовування (дискретність) подачі звуку, його супровід різними сторонніми шумами; короткочасне «залипання» відеозображення, його несинхронна передача відносно аудіосупроводу.

До переваг Viber доцільно віднести: 1) зручність з мобільного телефону проводити фотографування виконаного завдання і одночасно декількома кліками відправляти роботу на перевірку; 2) можливість створення групи з необхідних адресатів (наприклад, згідно списку навчального взводу) і оперативно розсилати надане викладачем завдання. *До недоліків цього месенджера варто віднести наступне:* 1) деякі курсанти (студенти) зареєстровані під ніком, котрий не відображує його прізвище, або тільки за своїм іменем без прикріпленої фотографії, що в цілому утруднює їх як ідентифікацію (особливо якщо робота на паперовому носії не підписана), так і сортування (зберігання) роботи по навчальним групам; 2) встановити автентичність самого виконавця та відправника роботи, хоча малоімовірною та малопоширеною є практика, коли хтось з членів сім'ї виконував та відправляв завдання за курсанта (студента); 3) залишається ризик технічних збоїв під час виконання окремими здобувачами вищої освіти наданого завдання чи при його

відправленні (недостатнє мобільне покриття, раптове аварійне відключення електроенергії тощо). Тому викладачам доцільно застосовувати індивідуальний підхід та передбачати можливість повторного виконання завдання (самостійної, контрольної роботи тощо); 4) спостерігається випадки списування, коли у курсанта, який першим розмістив свою роботу у групі, переписують варіанти відповідей інші особи.

Корисними викладачам будуть деякі рекомендації для проведення ДН: 1) необхідно скорочувати обсяг навчального матеріалу, який переводиться у дистанційний формат, залишати дійсно важливі для засвоєння навчального курсу ідеї; 2) не перевантажувати курсантів (студентів) завданнями; 3) вчасно інформувати їх про всі зміни в організації освітнього процесу; 4) доцільно запроваджувати нові ефективні методи викладання й оцінювання; 5) всім учасникам освітнього процесу зберігати спокій, забезпечувати взаємопідтримку, проявляти повагу один до одного, пропагувати інші цінності академічної доброчесності [1].

На основі опрацювання нормативно-правових актів в галузі освіти, проведеного аналізу спеціальної педагогічної літератури з проблеми організації ДН курсантів (студентів, слухачів) ЗВО МВС України, з врахуванням систематизації напрацьованого деякого досвіду використання цієї форми навчання під час карантинних заходів в умовах запровадження в 2020 році надзвичайної ситуації природного походження (протидія пандемії гострої респіраторної хвороби Covid-2019) можемо зробити деякі узагальнення.

Найбільш важливими поточними орієнтирами щодо впровадження в освітній процес оптимальних сценаріїв розгортання ДН у ЗВО МВС України можна визначити наступні: 1) розробка (осучаснення) адаптованого до потреб НПУ нормативно-правового забезпечення, обґрунтоване організаційне проектування цієї форми освітньої діяльності у практичній діяльності ЗВО; 2) створення якісних курсів ДН та сучасних електронних середовищ, забезпечення інформаційної підтримки освітньої діяльності на денній та заочній формах навчання, а також й самостійного навчання поліцейських

(студентів, слухачів) за всіма навчальними дисциплінами; 3) створення умов для відкритого доступу до інформаційних ресурсів навчального призначення для усіх категорій учасників освітнього процесу; 4) запровадження елементів технологій ДН та сучасних інформаційно-комунікаційних засобів з метою забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів освітнього процесу протягом всього навчального періоду; скорочення тривалості очних екзаменаційних сесій для слухачів заочної форми; 5) створення на основі використання сучасних освітніх платформ передумов для розбудови системи безперервної освіти поліцейських – підвищення кваліфікації та самостійного навчання працівників підрозділів НПУ протягом всієї професійної кар'єри, зокрема, й без відриву від несення служби; 6) запровадження ефективної систем е-ДН передбачає вирішення таких пріоритетних аспектів проблеми, як комп'ютерно-технологічна, організаційно-управлінська, психолого-педагогічна, фінансово-економічна і нормативно-правова; при використанні е-ДН необхідно брати до уваги його найбільш суттєві переваги у порівнянні з традиційним навчання: а) екстериторіальність; б) можливість поєднання синхронного і асинхронного режимів взаємодії учасників освітнього процесу («викладач – курсант», «курсант – курсант», «курсант – навчальна група»); в) можливість залучати кращих (кваліфікованих) викладачів з досвідом дистанційної роботи; г) одночасне з вивченням навчальних дисциплін практичне засвоєння ІКТ; д) створення інших умов для впровадження ІКТ в освітні системи тощо.

Література:

1. Ніколаєв Є. Академічна доброчесність : інформаційний бюлетень. Випуск 8, 9. Квітень 2020. URL: www.saiup.org.ua (дата доступу: 21.05.2020).
2. Вайда Т.С. Деякі проблемні питання розвитку дистанційного навчання у закладах вищої освіти МВС України // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Реформування правоохоронних органів України у світлі змін євроінтеграційних процесів» (20 березня 2020 року, ХФ ОДУВС). Херсон: Олді-плюс, 2020. С. 12-19.

Dashevskya L.M.,

senior lecturer

Kherson State Agrarian University

BUSINESS EDUCATION IN UKRAINE

Today the country, educational institutions, enterprises, financial groups face the following important problems and issues:

- meeting the needs of consumers: students and the business community
- development of effective management of higher education institutions
- development and provision of quality education and training programs by higher education institutions and business schools.

The current state of Ukrainian education is fully consistent with the stage of economic and social development at which Ukrainian society is. It is not the worst, but it is not the best. As in every field of activity, there are examples of exceptional professionalism and high quality of activity of individual specialists and organizations in education. Compared to business, education in most cases remains much more conservative. But this approach to higher education is gradually disappearing, which was based only on obtaining a diploma of higher education as the only confirmation of educational level. Now students require high-quality knowledge and training for their further practical use in business.

Business education is the most dynamic segment of the market. The rapid development of this service industry was facilitated by market relations, an urgent need for effective management, and forced transition of scientific and engineering personnel to business. The annual turnover of business education market in the world is about 100-200 billion dollars. The capacity of the Ukrainian market is quite difficult to assess due to the large number of small players and the lack of quality statistics. Leading operators note an increase in their own profits and constant appearance of new competitors.

It is generally accepted that the main consumer in the Ukrainian business education market is a student. But we must adopt a realistic model of today's education, in which a student is the product and an employer is the consumer. As soon as we take these positions, additional difficulties immediately arise.

1. Quality of owners and employers.
2. Presence of unfair competition.
3. Conflict between university and business school management systems.
4. Lack of a systematic approach to quality assurance.

Over the last decade, Ukrainian business education has demonstrated activity, dynamism and abilities associated with assimilation of foreign experience. A significant advantage was absence of negative attitudes towards any management scientific schools. In a good sense, it has allowed to accumulate experience of training managers in both American and European business schools. At the same time, some Ukrainian business schools have excessive ambitions, which are manifested in persistent defense of their own beliefs and conceptual approaches.

Services in the field of management and business education are provided at the present stage by higher educational institutions, business schools and individual training companies.

Business schools focus on the end user when creating a set of services, but often customer expectations are not met due to incomplete programs, incompetence of trainers, or an inadequate price/performance ratio. The advantage of higher education institutions is that they have a research tradition. At the same time, the core of a new generation of pedagogical staff, people focused on the values of a market economy, is gradually being formed, and in some universities there is a purposeful formation of a corps of professional teachers using innovative management training technologies. Due to financial difficulties it is not always possible to equip educational process with technical means, literature.

A new generation is coming that cannot imagine life without social media and mobile phones. Therefore, training programs are becoming brighter.

1. Gamification. Games have always been part of programs, but now there are more and more of them. On the one hand, people are adults, and they do not want to spend time on banal games, but if they provide an opportunity of better understanding business – why not.

2. Brevity. A student wants to get result faster, so programs become shorter.

3. Format of blocks. If earlier program format was similar to a rope (courses were linked in a single unit), now it is built on the principle of a luggage belt (everyone comes and takes their own suitcase). In other words, program consists of blocks (marketing, management, finance, business management, etc.) that are linked by the idea of a business as a system unit.

5 main skills that managers should have:

1. Current knowledge and skills.

Specialists whose knowledge is interesting are hired. If a person graduated from university 20 years ago, and his knowledge remained at the same level, he will not be invited to work.

2. Good communication skills.

It is not enough to be a professional and responsible person, it is important to find common language with others, both with subordinates and with managers. No one wants to work with conflicted and "toxic" employees.

3. Resistance to stress.

You need to be able to work in a temporary environment, with a limited number of resources, and for results. Now absolutely everyone works like this.

4. Willingness to learn and change.

Knowledge is not forever, and what you know may become worthless over time. Only experience will remain, and it may become irrelevant. The environment is constantly changing, and we need to be prepared for this.

5. Sense of humor.

It is difficult to work with people who do not have a sense of humor. It is always easier to do something with a smile.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Світові трансформаційні процеси торкнулися всіх сфер життєдіяльності українського суспільства. Не стала винятком і освітня ланка. Якісно новий уклад суспільного буття вимагає інноваційних підходів до можливості саморозвитку та вдосконалення для кожної людини. На зміну звичним формам вищої професійної освіти приходять нові, які поки що є маловивченими.

Бізнесова освіта є досить новим явищем для нашої держави, порівнюючи з розвитком в країнах Європи та США. Але даний вид освіти є одним із найбільш динамічних завдяки стрімкому розвитку ринкових відносин, що вимагає реструктуризації діяльності організацій і підприємств. Бізнес-освіта в структурі українського суспільства лише починає формувати та закріплювати свої норми та стандарти здійснення навчального процесу.

Основною тенденцією розвитку сучасного суспільства є перехід від індустріальної економіки до економіки знань (knowledge-based economy), яка базується на інтелектуальних ресурсах, наукомістких та інформаційних технологіях.

Інституалізація бізнесової освіти поки що знаходиться на зародковому етапі, причому даний процес проходить досить суперечливо.

Не слід ототожнювати поняття економічної та бізнесової освіти, адже завдання першої полягає в наданні загального теоретичного розуміння законів ведення господарювання, завдання другої – набуття практичних навичок отримання прибутку в сфері економічної діяльності.

Іншими словами, вищеназвані поняття взаємопов'язані, але різні за своєю суттю.

Інтелектуалізація економіки безпосередньо пов'язана з науковими дослідженнями, прикладними розробками та їх реалізацією, а також постійною генерацією та реалізацією інновацій [1, с. 113].

Цивілізація входить у принципово новий етап розвитку, який умовно можна назвати «економікою стресу», що докорінно відрізняється від попередніх завдяки вирішальному значенню інформаційно-інноваційних ресурсів, пов'язаних зі створенням, акумуляцією, опрацюванням інформації, трансформацією її у конкретні інновації, готові до безпосереднього практичного застосування [2, с. 33].

Економіка перетворюється у систему, яка функціонує на основі обміну знань і їх взаємного оцінювання, а головним джерелом прогресу стають цінності, створювані знанням.

Розвиток бізнес-освіти набирає з кожним роком все більше обертів, з'являються центри підготовки та перепідготовки кадрів, зароджуються нові організаційні форми в бізнес-освіті, розширюється кількість бізнес-шкіл тощо.

Необхідно відмітити потужний розвиток бізнес-освіти як форми удосконалення та перекваліфікації працєактивного населення в країнах Європи. Україна поки що знаходиться на стадії зростання.

Пришвидшити темпи становлення допоможе чітке виділення бізнес-освіти як самостійної підсистеми вищої освіти шляхом більш глибокого не лише науково-теоретичного, а і науково-практичного усвідомлення на основі компаративного аналізу зарубіжного та вітчизняного досвіду, діагностики попиту та пропозиції. Необхідно зазначити про ще одну досить вагому причину, яка загальмовує етап зрілості бізнес-освіти на українських теренах – досить високий ціновий поріг, який не завжди співвідноситься з якістю.

В недалекому майбутньому бізнес-освіта посідатиме не останню сходинку в сфері освіти, оскільки виконуватиме функцію професійної адаптації спеціалістів і підтримання конкурентоспроможності організації. Між тим бізнес-освіта є сегментом освіти, який покликаний забезпечити становлення в Україні цивілізованого, соціально відповідального бізнесу, вона також є

необхідним складником формування бізнесової еліти. Підготовка кадрів в сфері бізнесу повинна відповідати сучасним реаліям соціально-економічних відносин, яка здійснюється на основі соціологічного аналізу усвідомлення попиту на отримання такого виду послуг, узагальнення досвіду інших країн в царині бізнесової освіти під кутом зору його використання в освітніх практиках сучасного українського суспільства.

Література:

1. Фоміна Є. В. Інтелектуалізація економіки: еволюція в контексті світового розвитку [Електронний ресурс]. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2016. Вип. 5. С. 112–115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2016_5_24.
2. Галиця І., Шевченко М., Галиця О. Механізми вдосконалення управління інноваційною діяльністю в умовах економічної нестабільності [Електронний ресурс]. *Вісник Національної академії наук України*. 2010. № 5. С. 33–41.
3. Нематеріальна економіка: управління формуванням і використанням інтелектуального капіталу : монографія / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська та ін. ; за ред. Л. С. Шевченко. Харків : Право, 2014. 404 с.

Макухіна С. В.,

ст. викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ БІЗНЕСУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сучасний етап розвитку міжнародних зв'язків України у різноманітних сферах життєдіяльності вимагає певних трансформацій щодо викладання іноземних мов, переосмислення цілей, змісту, суттєвого оновлення мовної

освіти та наближення реалій системи освіти в Україні до загальноєвропейських та світових стандартів.

Відповідно до сучасних міжнародних освітніх вимог щодо рівня володіння іноземною мовою студент ВЗО „має володіти уміннями вільно висловлюватися без суттєвої витрати часу на пошук адекватних мовних засобів у процесі досягнення ним соціальних, академічних і професійних цілей. Випускник ВЗО повинен демонструвати правильне вживання мовленнєвих зразків та засобів когезії” (рівні C1 або C2 за рекомендаціями Комітету Ради Європи з питань освіти). Майбутні фахівці повинні набути навичок практичного оволодіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, обумовленої професійними потребами; одержування новітньої фахової інформації через іноземні джерела; користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики. Таким чином, метою навчання іноземної мови майбутніх спеціалістів є формування необхідної комунікативної спроможності в сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах, розвиток комунікативних здібностей, мовленнєвотворчої діяльності іноземною мовою та підвищення загальної культури студента.

При навчанні студентів ділової англійської мови завдання викладача полягають перш за все у формуванні в студента комунікативної компетентності з ділового мовлення, розширенні його словникового запасу за рахунок спеціальної лексики, мінімізації невизначеностей, які пов’язані із засвоєнням лексико-нормативної бази міжнародних документів. У викладанні ділової англійської мови найкраще зарекомендував себе комунікативний підхід, який передбачає вивчення мови в психологічно комфортній обстановці. Студент повинен бути не лише зацікавленим у спілкуванні, але і розуміти, що він знаходиться в однаковій ситуації з іншими студентами, які беруть участь в процесі комунікації, а це, в свою чергу, не викличе у нього почуття страху перед вивченням іноземної мови. Студенти повинні якомога повніше бути

«занурені» в іншомовне середовище, і чим більше студент спілкується англійською мовою, тим швидше його іншомовне мовлення перестає гальмуватися рідним. Групова дискусія підвищує мотивацію й особисту участь співрозмовників у вирішенні обговорюваних проблем. Тут їм доводиться використовувати не лише знання іноземної мови, але і формулювати власні думки, знаходити засоби для відстоювання своїх позицій. Дискусія сприяє розвитку лексичних, граматичних, логічних навичок, спонукає студентів прислухатися до висловів, розвиваючи тим самим навички розуміння на слух, сприяє формуванню вміння самостійно висловлюватися. На практичних заняттях з ділової англійської мови велика увага приділяється й розвитку діалогічного мовлення, що відповідає комунікативній спрямованості навчального процесу. На заняттях майбутні фахівці мають бути поставлені в такі умови, за яких за допомогою іноземної мови вони могли б вирішити потрібні для себе проблеми, тобто їх навчальна діяльність має бути максимально наближена до реальної обстановки. Вони набувають практики, досвіду в професійній діяльності і одночасно засвоюють мову.

Основними типовими ситуаціями усного спілкування для студентів є прес-конференції, переговори, презентації, обговорення та укладання договорів, контрактів, вирішення ділових питань із партнером по телефону, професійні бесіди. Такі ситуації вимагають уміння слухати й розуміти ділове мовлення, і якраз тут часто виникають труднощі при розумінні партнера в процесі спілкування іноземною мовою. Найпоширенішими труднощами при спілкуванні із зарубіжними партнерами є незнайомі терміни, вирази та словосполучення, теми мовлення та специфіка вимови, певні труднощі виникають також у розумінні діалогічного мовлення при безпосередньому спілкуванні в ситуаціях ділової комунікації та сприйняття мовлення в умовах технічних перешкод при спілкуванні з партнером по телефону.

Важливим завданням для майбутнього спеціаліста є також вміння правильно написати резюме та аплікаційну заяву, які необхідні для прийому на роботу. Грамотно та стилістично правильно написане іноземною мовою резюме

значно підвищує шанси отримати достойну роботу та надає перевагу над конкурентами.

Отже, навчання майбутніх спеціалістів немовних спеціальностей ділової англійської мови є невід'ємним компонентом їхньої освіти, без якої неможлива якісна підготовка фахівців, які б були конкурентоспроможними у нових умовах євроінтеграційної політики України.

Література:

1. Дегтярьова Ю.В. Методика навчання студентів вищих немовних навчальних закладів читання англійською мовою для ділового спілкування: на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.02 «теорія та методика навчання : германські мови»/ Ю.В.Дегтярьова. Київ. 2006. 67 с.
2. Корнева З.М. Методика навчання майбутніх економістів англійського ділового мовлення на основі технології занурення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «теорія та методика навчання: германські мови»/ З.М.Корнева. К., 2006. 34 с.
3. Огурцова О.Л. Навчання ділової англійської мови з використанням Інтернет-ресурсів. *Збірник наукових праць “Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв’язки. Наукові дослідження. Досвід. Пошуки”*. Харків: Константа, 2006. Вип.10. С. 50-56.

Мороз С.Е.,

к.п.н., доцент

Калашник О.В.,

к.т.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

**ОСВІТНІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРА З ТОРГІВЛІ**

Найважливішою характеристикою освітнього процесу є його якість, тому у наукових дослідженнях освітян важливе місце займають пошуки шляхів підвищення якості освіти. Ми погоджуємося із науковцями, які, досліджуючи природу поняття «якість освіти», пропонують зіставляти її з базовими уявленнями, нормами, стандартами [1]. У контексті реалізації вимог стандарту [2] особливої уваги заслуговує пошук резервів вищої школи при формуванні професійних компетенцій бакалаврів з торгівлі.

Вивчення наукових джерел дозволяє стверджувати, що на сучасному етапі розвитку торгівлі значно збільшився асортимент товарів, а також зросли ризики для життя і здоров'я людей внаслідок збільшення потоків неякісних, небезпечних, фальсифікованих і контрафактних товарів, тому підвищення рівня підготовки і компетентності випускників набуває особливої актуальності.

Як правило, процес підвищення якості професійної підготовки майбутніх фахівців з торгівлі науковці пов'язують із постійним оновленням змісту освіти, технологій і засобів навчання, організаційних та управлінських підходів до удосконалення освітнього середовища. Проте, ми пов'язуємо підвищення якості професійної підготовки бакалаврів з торгівлі не лише із застосуванням у закладах вищої освіти вищеозначених інновацій, але й зі збільшенням кількості аудиторних годин на вивчення товарознавства. Нажаль, сьогодні третина із загальної кількості годин, передбачених освітньою програмою на вивчення товарознавства, відведена на самостійне опрацювання курсу.

Необхідно визнати, що товарознавство є базовою навчальною дисципліною для бакалавра з торгівлі. При цьому дисципліна «Товарознавство» закладає підвалини для опанування багатьох спеціальних, більш вузьких дисциплін, об'єктами вивчення яких можуть бути не лише споживчі товари, а й сировина, сільськогосподарська продукція, харчові та біологічно активні добавки, а також якість і безпечність означених об'єктів.

На кафедрі підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії існує позитивний досвід проведення аудиторних занять з товарознавства з урахуванням міждисциплінарних зв'язків. Метою таких занять

є: узагальнення та систематизування знань про споживні властивості товарів; чинники, що впливають на формування і зберігання якості і безпечності товарів; формування вміння аналізувати рекламації і претензії до якості товарів; вміння оцінювати відповідність товарної інформації вимогам нормативної документації; формування у майбутніх підприємців усвідомлення соціальної значущості своєї майбутньої професії, прагнення до саморозвитку та підвищення кваліфікації.

Сьогодні від того, наскільки фахівці торгівлі володіють професійними компетенціями, буде залежати не тільки достатній рівень забезпеченості населення високоякісними і безпечними товарами, але й успіх торговельної галузі у цілому.

У сучасних умовах розвитку ринкових відносин товаровиробників і споживачів, збільшення обсягів виробництва нових і нетрадиційних для людини видів харчової продукції, організація контролю за її якістю вимагають, з одного боку, від органів державної влади і місцевого самоврядування посилення контролю за торговельною діяльністю і якістю товарів, що надходять до торговельної мережі, за їх збереженням та безпечністю для здоров'я людини, а з іншого – посилення ролі професійної торгової освіти.

Варто зазначити, що на аудиторних заняттях з товарознавства головні завдання експериментальних досліджень полягають у незалежній оцінці відповідності споживних властивостей, якості, інших параметрів і характеристик товарів чинним положенням стандартів, а також в аналізі та ідентифікації товару на відповідність наданої технічної документації.

Під час виконання завдань у першу чергу проводиться вивчення упаковки і маркування досліджуваних зразків товарів, далі здійснюється ідентифікація товару за загальними і специфічними ознаками і перевіряються розмірно-масові характеристики на відповідність діючим технічним і нормативним документам. При цьому важливу роль відіграють органолептичні методи. Саме за допомогою органів почуттів (зору, слуху, нюху, дотику, смаку) здобувачі вищої освіти визначають якість товарів за зовнішнім виглядом, кольором,

консистенцією тощо в умовах, максимально наближених до професійних.

Зауважимо, що нині проблема підвищення якості підготовки майбутніх фахівців з торгівлі набула нового звучання з огляду на необхідність подолання ризиків, які виникли з введенням карантину. Якщо раніше основні інновації у викладанні товарознавства були пов'язані із застосуванням активних методів навчання, то в умовах карантину продуктивне навчання асоціюється із рівнем інформатизації закладу вищої освіти та налагодженням оперативного зворотного зв'язку зі студентами під час дистанційної форми навчання.

На наш погляд, за цих умов альтернативи інформатизації освіти немає. Адаптивність вищої школи до змін й інноваційна сприйнятливість закладу вищої освіти у сучасних умовах – невід'ємні складові, що визначають рівень і якість освітньої діяльності.

Література:

1. Романенко Ю. А. Якість освіти: суть поняття та оцінювання URL: <http://ea.donntu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17504/6/romanenko.pdf> (дата звернення 24.05.2020).
2. Стандарт вищої освіти України рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) рівень Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Наказ Міністерства освіти і науки України 13.11.2018 р. № 1243. Київ, 2018.

Чеканович В.Г.,

старший викладач

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

РОЗШИРЕННЯ СЛОВНИКОВОГО ЗАПАСУ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ АНГЛОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

Роль англійської мови як засобу повсякденного та професійного спілкування з кожним роком зростає. В глобалізованому світі міжкультурних приватних та ринково-економічних контактів важливість і нагальність практичного володіння англійською мовою, яка є міжнародною мовою науки, культури, економіки і управління, навіть не обговорюється. Тому на сучасному етапі завдання надати можливість майбутнім спеціалістам певної галузі, зокрема менеджерам, досягти певного рівня володіння англійською мовою для потреб особистого та професійного спілкування є пріоритетним напрямком навчання в межах курсу іноземної мови спеціального призначення у закладах вищої освіти. Комунікативна мета визначає важливість розвитку необхідних мовних навичок та мовленнєвих вмінь, тобто без певних знань з усіх аспектів мовної системи – фонетики, лексики, граматики – та адекватного розміщення акцентів на досягнення різних рівнів мовленнєвої діяльності майбутні спеціалісти не набудуть достатнього, визначеного програмою, рівня комунікативної компетенції. Це дозволить їм спілкуватися іноземною мовою, що є, зокрема, можливістю для підвищення професійного рівня і розширення сфер працевлаштування, включаючи іноземні компанії.

В реальному житті використання мови означає комунікативність та потенцію спонтанного спілкування. Тому розробка таких прийомів роботи, при яких у майбутніх менеджерів розвивається здатність швидко мобілізувати англійськомовні лінгвістичні знання, а також набуті мовленнєві навички, уміння з метою висловлювання власних думок і почуттів є однією з актуальних проблем, вирішувати яку необхідно викладачу на занятті спільно з тими, хто навчається. Звучить складно, але з чого ж почати? На якій основі?

Задля досягнення ефективної роботи важливо використовувати взаємозв'язок комунікативних і мовних системних принципів засвоєння англійської мови, який найбільш органічним є в лексиці, оскільки словниковий запас за своїм змістом виходить за межі мовної реальності та відкриває шлях до спілкування.

Це основний принцип лексичного підходу, який стверджує, що мова є граматизованою лексикою, а не лексикалізованою граматикою. Наше вміння використовувати належні лексичні фрази іноземною мовою допомагає нам говорити точно та вільно. Іншими словами, лексика займає центральне місце у створенні сенсу, тоді як граматики стає інструментом і відіграє другорядну роль, щоб допомогти побудувати загальноприйняті речення на цільовій мові. Лексика та граматики тісно пов'язані, і це слід враховувати при виборі засобів для введення лексики та розширення словникового запасу, особливо, коли ми обмежені у навчальних годинах та слабкими базовими знаннями англійської мови.

Необхідно комбінувати та об'єднувати засоби впливу на пам'ять для максимального запам'ятовування лексичного матеріалу, наприклад вправи, що базуються на слуханні з зоровим сприйманням. Починати необхідно з простих завдань, які побудовані на матеріалі окремих слів, поступово ускладнюючи завдання з використанням словосполучень і речень. Сполучуваність слів – це явище, розуміння якого допомагає набувати комунікативну компетенцію. Англійський тлумачний словник дає інформацію про можливі варіанти сполучуваності різних частин мови, знання яких розвиває комунікативну компетенцію.

Активний тезаурус для майбутніх менеджерів включає загальноживану, загальнонаукову та термінологічну лексику. Для засвоєння лексичної одиниці необхідно, щоб вона застосовувалась 4-5 разів. Нажаль, для цього немає часу в межах курсу англійської мови за професійним спрямуванням. Окрім принципу частотності, при відборі лексичних одиниць враховується також семантична цінність, словотворча здібність, багатозначність, сполучуваність, стилістична диференціація. Джерелом відбору активного тезауруса за фахом є матеріали конгресів та конференцій, автентичні тексти, адаптовані тексти за фахом. При введенні нових лексичних одиниць можна використовувати переклад, етимологічний коментар, визначення слів, показ нових структур у діалогах, лексичні вправи, що формують лексичні навички (пошук синонімів, антонімів;

елементи розширення, звуження, зміна лексичного наповнення речень), граматичні вправи.

Усне монологічне та діалогічне мовлення з повсякденної та професійно-орієнтованої тематики, а в нашому випадку, в сфері економіки, зокрема менеджменту, – мета та засіб навчання. Існують наступні етапи монологічного мовлення: вміння здобувача висловлюватися англійською мовою на рівні одного речення, потім на рівні певної ситуації, що потребує відповідних вмінь складати певну кількість фраз та речень, а далі адекватне творче висловлювання з елементами доказів або власних суджень (влаштування на роботу, проходження співбесіди, презентація, опис компанії, змісту роботи, повноважень). На кожному етапі використовуються відповідні лексико-граматичні завдання з акцентом на вузькогалузевий вокабуляр.

Для діалогічного мовлення необхідно засвоїти загальні мовні штампи (на базі діалогів-зразків), навчитися складати діалоги за схемою (є початок фраз в діалозі), навчитися реагувати на висловлювання співрозмовника своїми репліками для підтримання бесіди. Тут ділова гра сприймається цілком природньо і є ефективним прийомом засвоєння нових слів та термінів та формування навичок англомовної комунікативної компетенції.

Розширення словникового запасу з вмінням адекватно вживати повсякденну та спеціальну лексику в усному і письмовому спілкуванні є складовою розвитку англомовної міжкультурної та професійної комунікації майбутніх менеджерів.

Організатори конференції:

- кафедра менеджменту організацій ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»;
- Інститут підвищення кваліфікації та перепідготовки ДВНЗ «ХДАУ»;
- UNBDR Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва;
- Департамент сільського господарства та зрошення Херсонської обласної держадміністрації;
- Південна державна сільськогосподарська дослідна станція ІВПМ НААН;
- Полтавська державна аграрна академія.

Тематичні напрямки роботи конференції:

1. Національні моделі економічних систем та міжнародні економічні відносини в контексті соціальної відповідальності.
2. Проблеми підвищення конкурентоспроможності в умовах цифрових технологій.
3. Формування людського капіталу в умовах економіки знань.
4. Актуальні проблеми менеджменту і маркетингу в умовах соціально-економічних трансформацій.
5. Економіка природокористування та сучасні проблеми охорони навколишнього середовища.
6. Фінанси та оподаткування, бухгалтерський облік, аналіз та аудит, страхування та біржова справа, підприємництво, торгівля та бізнес- культура, туристична індустрія: національні особливості та світові тенденції.
7. Сучасні математичні методи, моделі та інформаційні технології в економічних системах.
8. Проблеми розвитку інновацій в умовах викликів глобального світу.
9. Актуальні проблеми виробництва та комерціалізації аграрної продукції.
10. Публічне адміністрування та регіональне управління: стан та перспективи розвитку з врахуванням світових тенденцій.

11. Сучасні проблеми бізнес-освіти та інноваційні методи викладання, навчання й менеджменту.

Офіційні мови конференції: українська, англійська.

У конференції прийняли участь ____245____ учасників

Збірник тез

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ

V-ої Всеукраїнської науково-практичної Інтернет- конференції
«Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку»

29 травня 2020 року

(м. Херсон)

*М а т е р і а л и з б і р н и к а п о д а ю т ь с я в
а в т о р с ь к і й р е д а к ц і ї
т а д р у к у ю т ь с я м о в о ю о р и г і н а л у*

**Відповідальність за достовірність змісту, фактів, графічних матеріалів
покладається на авторів**

Наукова редакція – Кириченко Н.В., Боліла С.Ю.

Відповідальні за випуск – Кириченко Н.В.

Технічний редактор – Боліла С.Ю.

Умов. друк. арк. 29,31

73006, м. Херсон, вул. Стрітенська, 23,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
Кафедра менеджменту організацій

Сайт: www.ksau.kherson.ua

E-mail: Електронна адреса: mega_management2018@ukr.net