

STATE UNIVERSITY OF JAN KOCHANOWSKI  
DEPARTMENT OF ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE  
**MODERN ECONOMIC RESEARCH:  
THEORY, METHODOLOGY, STRATEGY**

September 28th, 2018

**Proceedings of the Conference**

**Part II**

**Kielce  
2018**

## Organising Committee

<b>Andrzej Pawlik</b>	Professor, dr hab., Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation;
<b>Paweł Dziekański</b>	Dr., Professor, State University of Jan Kochanowski, Poland;
<b>Bogoyavlenska Yuliya</b>	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine;
<b>Rita Bendravičienė</b>	Dr. of Management and Administration, Associate Professor, Dean of Faculty of Economics and Management, Vytautas Magnus University, Lithuania;
<b>Galina Ulian</b>	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova;
<b>Natia Gogolauri</b>	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Business Sul Khan-Saba Orbeliani Teaching University, Georgia;
<b>Martina Diesener</b>	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Economics and Management Science, Universität Leipzig, Germany;
<b>Olga Chwiej</b>	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland;
<b>Shaposhnykov Kostyantyn</b>	Professor, Dr. of Economics, Head of Black Sea Research Institute of Economy and Innovation, Ukraine;
<b>Yuliana Dragalin</b>	Ph.D, Dr. of Economics, As. Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova.

International Scientific Conference Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy: Conference Proceedings, Part II, September 28, 2018. Kielce, Poland: Baltija Publishing. 144 pages.

## Table of Contents

### INNOVATIVE STRATEGIES OF FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

**Волкова Л. О.**

МОБІЛІЗАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ПІДВИЩЕННЯ  
ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ:  
ПРАГМАТИЧНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД.....1

**Залужний А. Л.**

ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ  
СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ.....3

**Проценко Н. М., Бутенко Т. А.**

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В СИСТЕМІ  
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....6

**Столярчук Н. М.**

КОМЕРЦІЙНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВИКЛЮЧНИХ ЛІЦЕНЗІЙ  
ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНОГО АКТИВУ.....9

### PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE NEW ECONOMIC CONDITIONS

**Адлер О. О., Руда Л. П.**

ПИТАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ  
ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....12

**Аксюк Я. А.**

ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЙ НАЯВНИХ ТА ПОТЕНЦІЙНИХ  
ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ОСНОВНИХ ВИДІВ ЗЕРНОВОЇ СИРОВИНИ.....16

**Багорка М. О., Миколенко А. О.**

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА МОЖЛИВОГО ВПРОВАДЖЕННЯ  
МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ  
АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ.....18

**Большакова Є. Л.**

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ  
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....21

**Zhurylo V. V.**

APPLICATION OF INFLUENCER MARKETING ON SOCIAL MEDIA.....24

**Antipyuk Ya. I., Zaika Yu. A.**

DIGITAL BRANDING AS AN EFFICIENT MARKETING TOOL.....27

**Кадирус І. Г., Донських А. С.**

ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ У ФОРМУВАННІ  
МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....29

**Капінус Л. В.**

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК НОВА ПАРАДИГМА  
ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....31

**Karpenko N. V., Ivannikova M. M.**

THE CONSUMER DECISION MAKING PROCESS.....34

<b>Кобченко М. Ю.</b> МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕОРІЄНТАЦІЇ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ГОСПОДАРСТВ В ЕКОЛОГІЗОВАНОМУ НАПРЯМІ.....	37
<b>Маркіна І. А., Замикула О. В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	40
<b>Семененко О. В.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ .....	42
<b>Ширяєва Н. Ю.</b> МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНИХ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ.....	45
<b>CROSS-BORDER COOPERATION, DECENTRALIZATION AND REGIONAL ECONOMICS</b>	
<b>Алмашій В. В.</b> ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ У КОНТЕКСТІ ПРИКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА.....	49
<b>Махначова Н. М.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ ОТГ НА ПРИКЛАДІ ВОРОНОВИЦЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	52
<b>Щербакова Е. В.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА КАК ДВОЙСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ .....	55
<b>ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND CURRENT ENVIRONMENTAL ISSUES</b>	
<b>Косінський П. М.</b> ЕКОНОМІЧНЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ОБЛАСТІ.....	58
<b>Лісова Н. О., Гавришок Б. Б.</b> НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРИРОДНИЙ ПАРК «КРЕМЕНЕЦЬКІ ГОРИ» ЯК ЕКОЛОГО-ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ.....	61
<b>Мейш А. В., Ядуча С. Й.</b> ПРОСТОРОВИЙ ТА СИСТЕМНИЙ ПІДХОДИ ІНВЕСТИЦІЙ У РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ.....	64
<b>Садова Н. В.</b> РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В РЕГІОНІ.....	68
<b>Тур О. М., Пригара І. О., Новикова І. В.</b> НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ .....	70

<b>Тіutiunnyk Н. О.</b> ECONOMIC AND ORGANIZATIONAL SUPPORTING OF CONCENTRATION THE ECOLOGICALLY CLEAN LAND AS THE BASIS OF EFFECTIVE ECOLOGIZATION THE LAND MANAGEMENT.....	73
<b>Cisko L.</b> ENVIRONMENTAL PROTECTION AND (NATIONAL) ECONOMIC GROWTH – CONTRAST OR CONTEXT? .....	76
<b>DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: INNOVATIVE CONTEXT</b>	
<b>Кравець І. М., Шульган Д. І.</b> СУТНІСТЬ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ.....	79
<b>ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL CHARACTERISTICS AND GLOBAL TRENDS</b>	
<b>Болгар Т. М.</b> ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ АКТИВІВ ЯК ЕЛЕМЕНТА МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РЕЗЕРВАМИ .....	82
<b>Вітер С. А.</b> ЕКОЛОГІЧНИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДООХОРОННОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	84
<b>Михальська О. Л.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	87
<b>Наумова Т. А., Кирильєва Л. О., Шеховцова Д. Д.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ ТОРГІВЛІ ЧАСОМ В АНТИКАФЕ .....	89
<b>Pavelko O. V.</b> RESEARCH OF THE ESSENCE OF PROFIT BY SCIENTISTS OF THE PAST .....	92
<b>Стоянова О. М.</b> АНАЛІЗ СКЛАДУ, СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПРИКЛАДІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ІМ. М. І. КУТУЗОВА АРЦІЗЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ .....	95
<b>Хохлова І. А.</b> БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ.....	99
<b>Юрченко О. Б.</b> ФОРМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ ТА ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЇХ ФОРМУВАННЯ .....	101

**FINANCE, INSURANCE AND STOCK EXCHANGES:  
UPGRADING STRATEGIC PORTFOLIO**

**Kolomyychuk N. M.**

FINANCIAL CONTROL AS A GUARANTEE OF EFFECTIVE  
MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES  
OF LOCAL AUTHORITIES ..... 105

**Leliuk S. V.**

MONITORING OF FINANCIAL SECURITY OF BUILDING INDUSTRY ..... 107

**Молдахмет М. С., Елубаева Ж. М.**

УПРАВЛЕНИЕ ПРОСРОЧЕННОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ  
БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ..... 110

**Okhrimenko O. O.**

MARKETING TOOLS FOR THE INNOVATIVE TRANSFORMATION  
OF INSURANCE SERVICES ..... 115

**Родченко С. С.**

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ:  
АКТУАЛЬНІСТЬ ТА СУТЬ ПРОЦЕСУ ..... 118

**Sydorchuk A. A.**

A CORRELATION ANALYSIS OF THE LINK BETWEEN THE FACTOR  
OF THE LABOR PAYROLL FUND IN THE ECONOMY  
AND THE FINANCIAL RESOURCES  
OF THE STATE PENSION INSURANCE IN UKRAINE..... 121

**Ювженко Н. М.**

МІСЦЕ БЮДЖЕТУВАННЯ В РЕАЛІЗАЦІЇ  
ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА..... 124

**MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS  
AND INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ECONOMICS**

**Kovalova K. O., Martynova O. V.**

SMOOTHING SPLINES FOR GDP GROWTH MODELS:  
UKRAINE AND OTHER EU COUNTRY ..... 128

**KNOWLEDGE MANAGEMENT**

**Адаменко А. В., Харченко Т. О.**

ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ  
В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА ..... 132

**INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION**

**Zaluchyonova O. M.**

THE FORMATION OF SPECIAL COMPETENCIES OF STUDENTS  
THROUGH THE ORGANIZATION OF PRACTICAL TRAINING..... 135

# INNOVATIVE STRATEGIES OF FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

**Волкова Л. О., аспірант,**  
*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

## **МОБІЛІЗАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСАХ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ: ПРАГМАТИЧНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД**

Масова (соціальна) мобілізація цивільного населення є частиною політичної конфліктної ситуації, революційних рухів або війни, часто використовується як інструмент впливу еліт і держави. Масова мобілізація визначається як процес, в якому бере участь широке, мотивоване коло однодумців і союзників. Мобілізаційні технології – явище постіндустріального суспільства, що об'єднує в собі інформаційні і технічні можливості сучасного знання і покликане активізувати і організувати населення виходячи з інтересів тих, хто їх застосовує [1].

На думку автора, мобілізаційні процеси можуть бути застосовані не тільки для військово-політичної сфери діяльності, але і для створення умов, вирішення прикладних завдань підвищення активності, для ефективності та результативності. У нашому випадку, під мобілізаційними технологіями будемо розуміти – методи і засоби для збору, мотивації та активізації працівників, а також ресурсів підприємства (організації або держави), відповідним чином підготовленими керівниками з метою підвищення інноваційної активності.

У дослідженні прагматично-орієнтований підхід реалізується в формі активізації методів заохочення створення інноваційного середовища. Формуються умови, при яких інноваційна стратегія стає невід'ємною частиною структури бізнесу. Дотримуючись прагматичної перспективи і користуючись мобілізаційними технологіями реалізується парадигма активного інноваційного середовища та перебудова ціннісних орієнтацій на формування інноваційного способу життя. Механізмами реалізації є широке використання аутсорсингу, аутстафінгу, залучення фрілансерів, краудсорсинг, впровадження стартап і блокчейн технологій.

Актуальність даного підходу підтверджується необхідністю докорінної зміни мотивів і стимулів при формуванні працівника сучасного типу, який володіє цілим набором актуальних якостей інноваційного характеру. Сучасне, конкурентоспроможне підприємство передбачає створення відповідного психологічного середовища, яке сприяє розвитку колективного почуття мети, стимулювання творчості та креативності.

Для вирішення завдань системного підходу в питаннях інноваційної активності персоналу, вибору і реалізації ефективної стратегії пропонується п'яти етапний алгоритм, який об'єднує моніторинг стану підприємства в розрізі інноваційної активності, позиціонування підприємства на підставі матричного підходу, визначення кращої стратегії, створення плану заходів, контроль ефективності.

У своїх роботах [2; 3] автор визначив систему якісних і кількісних показників для оцінки інноваційної активності персоналу. Вона включає в себе 7 кількісних показників ( $K_{пр}$  – коефіцієнт інноваційного потенціалу,  $K_{ви}$  – коефіцієнт тимчасової інтенсивності,  $K_o$  – коефіцієнт технічної оснащеності персоналу,  $K_{КВ}$  – коефіцієнт підготовки персоналу,  $K_{пк}$  – коефіцієнт підвищення кваліфікації,  $K_{ФВ}$  – коефіцієнт фінансового забезпечення,  $K_{іп}$  – коефіцієнт стимулювання інноваційної поведінки) і 5 якісних ( $F_i$  – інноваційна сприйнятливість,  $F_s$  – забезпеченість ресурсами,  $F_q$  – якість організаційних процесів,  $F_m$  – мотивація,  $F_p$  – професіоналізм).

Для вирішення завдання вибору стратегії пропонується використовувати інтегральний показник інноваційної активності персоналу:

$$A = \frac{1}{2} \left( \frac{1}{7} \sum_{i=1}^7 W_i K_i + Q \right)$$

де  $K_i$  – кількісні показники інноваційної активності персоналу;

$W_i$  – вагові коефіцієнти окремих показників в загальній сумі (визначаються експертно);

$Q$  – якісна оцінка інноваційної активності персоналу [3].

За ступенем новизни інновації поділяються на: абсолютну новизну, яка фіксується при відсутності аналогів даного нововведення; відносну новизну, яка визначається щодо вибраної ознаки і має кілька видів; часткову новизну – коли окремі елементи є новими; вартісну або ефективну новизну – коли витрати на роботи і використання, віднесені до обсягу корисної роботи, будуть нижче, ніж у заявленого товару; доцільну новизну – коли досягаються найкращі виробничі і споживчі властивості; псевдоновизну – коли не так краще, скільки інакше.

В дослідженні визначено типові ситуації, в які можуть потрапити підприємства: «Аутсайдер» – стан значного відставання від лідера (найчастіше це відбувається в разі нестачі ресурсів і відсутність уваги до підбору персоналу); «Граничний» – наявність інноваційного потенціалу, але відсутність нових ідей (можливо, в наслідку неефективного керівництва і слабого втягнення персоналу в інноваційний процес) призводить до втрати фінансових ресурсів без отримання віддачі від інновацій (підприємство знаходиться в зоні ризику переходу в категорію «Аутсайдер»); «Імітаційний» – значна інноваційна активність персоналу при рівні псевдо інновацій, відсутність системи управління і контролю за інноваційним процесом та недостатня кваліфікація управлінців; «Ризиковий» – недоліки в системі мотивації і управління персоналом (ризик полягає в тому, що рівень підготовки і мотивації персоналу не відповідає складності поставлених завдань, що значно ускладнює



інноваційний процес0; «Перспективний» – стан підприємства дає впевненість у позитивних змінах при прийнятті адекватних заходів щодо вдосконалення; «Переслідувач» – подальший розвиток власних науково-дослідних напрямків, дослідження ринку і залучення інновацій; «Авантюрний» – вимоги до персоналу значно перевершують можливості, необхідно прийняття невідкладних заходів щодо підвищення інноваційної активності персоналу; «Послідовник» – запозичення інновацій та вивчення досвіду інноваційної діяльності у лідера; «Лідер» – утримання позицій і вдосконалення. Для кожного з станів підприємства автором запропоновані системні дії для вирішення проблем та покращення ситуації.

Представлені в дослідженні результати можуть стати основою для вирішення завдань розробки оптимальних дій зі стимулювання інноваційної активності персоналу та підвищення ефективності інноваційного процесу.

### **Література:**

1. Arquilla Ronfeldt 2003: Arquilla, J., Ronfeldt, D. Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy. Santa Monica, 2003. С. 12.
2. Волкова Л.А. Мониторинг инновационной активности персонала промышленного предприятия / Л. А. Волкова // Научно-практический экономический журнал «Экономичні студії». – Львів, 2017. – №2 (15). – С. 19-22.
3. Волкова Л. О. Система показателей для оценки инновационной активности персонала / Л. О. Волкова // Фаховий науковий журнал «Вісник Одеського національного університету. Економіка». – Одеса, 2018. – Том 23. – № 1(66).

**Залужний А. Л., аспірант кафедри,  
Національний університет водного господарства  
та природокористування  
м. Рівне, Україна**

## **ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ**

У сучасних соціально-економічних інтенціях відстежуються тенденції теоретично-методологічних побудов соціально орієнтованої економіки. Це реалізується крізь призму обґрунтування концепції економічного розвитку людини у площині якої, питання розвитку індивіда осмислюється в соціальному аспекті. Особливого значення набуває проблема зростання освітнього рівня та продовження життя, підвищення якості людського існування та розвитку людини в цілому. У цьому контексті відбувається критичне переосмислення класичних теорій «економічного розвитку» з іманентною для них пріоритетністю засад економічного зростання та експлікації людського чинника в сенсі рушійної сили економічного розвитку та показників валового національного продукту. Окреслене витіснення пріоритетності питань виробництва матеріальних благ та осмислення «людини економічної», яка керується тільки прагненнями максимізації прибутку набуває

особливого звучання в економічному знанні крізь призму утвердження інноваційних ідей соціально-економічного особистісного становлення.

Так, вже в «Принципах економічної науки» А. Маршалл звертає увагу на те, що хоча економічна наука вивчає створення та використання «матеріальних основ добробуту», але водночас «вона, з одного боку, являє собою дослідження багатства, а з іншого боку – утворює частину дослідження людини» [3, с. 7], людини не абстрактної, а «з плоті і крові» [3, с. 11] як у нижчих проявах егоїзму і марнославства, так і вищих прагненнях добросовісності, жертвовності, відповідальності. Тобто акцент робиться не на виробничому потенціалі, а на людському ресурсі позаяк модернізацій зрушення економіки відбуваються завдяки людському капіталу. Адже саме людина стає відігравати основну роль у розвитку усіх сфер економіки.

Разом з тим пропонується кількісний вимір окресленої проблеми, що виражається своєрідним Індексом розвитку людини, в якому значне місце займає ВВП на душу населення, Індекс споживчих цін, тощо. Вже з 1990 року ПРООН (Програма розвитку Організації Об'єднаних націй) до уваги світової спільноти доносить серію доповідей, які стосуються проблем людського розвитку (ДЛР), акцентуючи увагу на підвищення якості життя у площині його вдосконалення усіх сфер життєдіяльності. Посилюються акценти на прогресивних зрушеннях у сферах економіки, освіти, охорони здоров'я. Зазначені трансформації підпорядковуються ідеям задоволення потреб та підвищення благоустрою людського буття, забезпеченням здорового, довгого і безпечного життя, життєстійкості людини в умовах сучасних ризиків. Позаяк, вводиться в науковий обіг поняття «розвиток людини», набуваючи витлумачення своєрідного процесу «розширеного спектру вибору» з такими найбільш важливими елементами вибору як «жити довгим і здоровим життям, отримати освіту і мати достойний рівень життя», включаючи такі елементи вибору як «набуття політичної свободи, гарантування прав людини і самоповаги» [1, с. 12].

Водночас вагомого значення набуває запропонований пакістанським економістом Махбубом уль-Хаком Індекс людського розвитку як «стратегічний інструмент концепції людського розвитку», який передбачає оцінку розвитку суспільства по показникам національного доходу, досягненням в сферах здоров'я та освіти, акумулюючи в собі Індекс валового національного доходу на душу населення, Індекс освіти та індекс продовження людського життя [1. Зазначений показник використовується як синонім понять «рівень життя» та «якість життя» й перебуває у тісному взаємозв'язку з головним завданням – підвищенням якості задоволення потреб людини з метою досягнення високого рівня життєдіяльності в цілому [1, с. 11].

Варто зауважити, що ринок в нових умовах господарювання визначається не товарами, а споживачами, які орієнтуються не на товари, а першочергово на задоволення своїх потреб. Саме вони стають рухомою силою сучасних ринкових відносин й основними економічними суб'єктами. Споживач з властивими для нього потребнісними орієнтирами, інтересами, ціннісними установками, запитами та пріоритетами виступає цариною ринкових відносин та рушійна сила їх розвитку [4]. Саме на його інтереси та потреби як найвагомішу інстанцію у будь-якій сфері економіки спрямовують свою діяльність галузі промисловості та сервісні послуги.

Розмаїття смаків, бажань, потреб і мотивацій у виборі відповідних товарів та послуг значною мірою впливає на сферу виробництва та збуту виготовленої продукції й надання відповідних послуг. Це проявляється в свободі споживчого вибору, обумовлюючи істотний вплив на споживчий попит та пропозицію товарів. Бажаннями людей, які володіють купівельними можливостями придбати товар по даній ринковій ціні набуває втілення у поведінці споживачів у ситуації прийняття рішень купівлі товарів чи отримання послуг. Це призводить до необхідності усвідомлення своїх потреб, пошуку та оцінки розмаїття варіантів їх реалізації, купівлю та споживання. У даному сенсі важливим постає врахування багатьох факторів, а саме: інформаційних, психологічних (цінності, інтереси, орієнтири, стиль життя), соціально-культурні (звичаї, традиції, сім'я, думка інших). У теоретико-методологічній площині це знаходить концептуалізації в ідеях Т. Веблена (теорія престижного споживача), Г. Зиммеля (теорія моди), М. Вебера (статусні групи), Д. Гелбрейт (суспільство достатку), В. Зомтара (теорія розкоші) тощо. Відбувається боротьба за споживача, який стає центром в нових соціально-економічних відносин. У цьому контексті Р. Кейт зазначає про нову концепцію основною віссю якої постає споживач, а тому «компанія обертається навколо клієнта, а не навпаки» [5], позаяк як зауважує Ф. Котлер «на зміну дефіциту товару прийшов дефіцит споживачів» [2, с. 25]. Саме такий підхід стає провідним чинником сучасного бізнесу, здійснюючи революційні зрушення в традиційному в економічному мисленні, що визначає основні напрямки діяльності сучасної економіки.

В умовах посиленої конкуренції успішне ведення бізнесу зумовлює зосередження уваги не стільки на внутрішньовиробничі процеси, скільки розуміння споживача як особистості та психології його поведінки, а звідси вимоги високої якості товарів, більш досконалих та зручних для клієнта послуг, відновлення асортименту, налагодження відносин з покупцями та й впровадження збутової політики, втілення інновацій високого рівня. А відтак, фізична праця предметно перетворювальної діяльності звільняє місце для управлінської праці стратегічного цілепокладання, потребуючи здобуття нових знань, розробки інноваційних технологій, формування людського капіталу і реалізації людського потенціалу.

### Література:

1. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути развития человека / Доклад о развитии человека 2010; [пер. с англ.] // Опубликовано для Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). – М.: Издательство «Весь мир», 2010. – 244 с.
2. Котлер Филипп. Основы маркетинга. Краткий курс / Филипп Котлер; [пер. с англ.]. – Москва, Санкт-Петербург, Киев.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
3. Маршалл А. Принципы економічної науки. Реферат підручника / Альфред Маршалл // Референт-укладач Фещенко В. М. – К.: АДС «УМКЦентр», 2001. – 211 с. – (Науково-популярна серія «Вершини економічної науки»).
4. The Marketing Revolution / R. J. Keith // Ben M. Enis Keith K. Cox (Eds). Marketing Classics. A Selection of Influential Articles. 5<sup>th</sup> edition. Boston, London, et al.: Allyn and Bacon, Ins., 1985. – P. 38-42.

**Проценко Н. М., доцент,**  
**Бутенко Т. А., доцент,**  
*Харківський національний аграрний університет*  
*імені В. В. Докучаєва*  
*м. Харків, Україна*

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

На сьогоднішній час однією з глобальних проблем для сучасного українського сільськогосподарського виробництва є збереження конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Ефективність сільськогосподарського виробництва залежить від різноманітних чинників природно-кліматичного, матеріально-технічного, технологічного, соціально-економічного характеру. Ефективне функціонування цієї галузі тісно ув'язується з раціональним використанням ресурсного потенціалу агропідприємств. На відміну від розвинених країн світу, які характеризуються інтегрованим сільським розвитком, в Україні агровиробництво традиційно пов'язано з сільськими місцевостями, тому одним з найважливіших факторів впливу на його ефективний розвиток є якість людського капіталу.

Сільськогосподарське виробництво і сільські місцевості потребують інноваційної стратегії і залучення інвестицій. Саме людський капітал є основним джерелом новацій і змін у суспільстві, чинником його розвитку, переходу до нової якості життя. Тому підвищення якості людського капіталу дозволяє вирішувати соціально-економічні проблеми, прискорювати інноваційний розвиток як окремих регіонів, так і країни в цілому.

Формування і чисельність людського капіталу безпосередньо залежать від чисельності населення, статевого та вікового складу. Аналіз сільського населення України на протязі 2000–2018 рр. показує, що в розвитку людського капіталу сільських місцевостей неухильно спостерігаються негативні тенденції:

частка сільського населення у загальній кількості стабільно зменшується, до того ж, темпи її зниження випереджають темпи зниження кількості населення в країні: якщо загальна кількість населення у зазначений період скоротилася на 14,5%, у сільській місцевості – на 18,7% [1, с. 26];

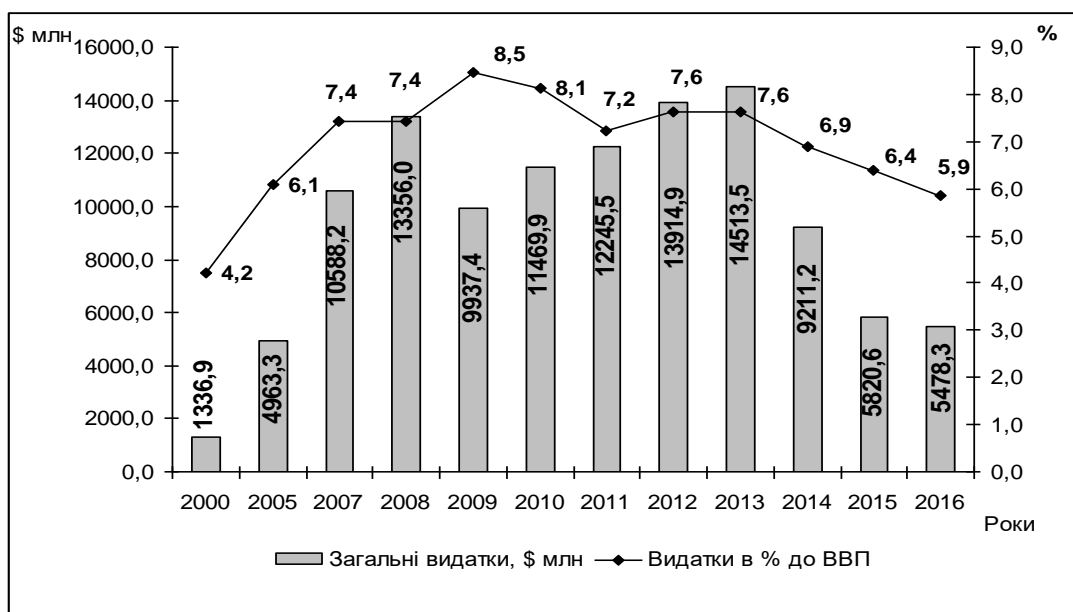
збільшилася диспропорційність структури сільського населення за статтю: чисельність жінок скоротилася на 20,1%, чоловіків – на 16,4%; до того ж на початок 2018 року в сільській місцевості чисельність жінок перевищувала кількість чоловіків на 10,1%, в містах – це співвідношення складає 15,2%, що вказує на значний відтік жінок фертильного віку до міст [1, с. 27-28];

скорочення зайнятого населення працездатного віку у сільських місцевостях складає 19,3%, проте в цілому по країні цей показник становить 16,3%; рівень зайнятості по окремих віковим групам також демонструє від'ємну динаміку: у період 2008–2018 рр. у віковій групі 15-24 роки кількість зайнятих зменшилась на 11,1%, у групі 25-29 років – на 6,5%, у групі

30-34 роки – на 9,2%, тобто скорочується частка найбільш продуктивного населення [2, с. 48-55].

Коефіцієнт демографічного навантаження в сільських місцевостях України на початок 2018 року становив 52%, тобто на кожну особу непрацездатного віку приходиться 1,9 особи працездатного віку. Таке ставлення створює підвищене соціальне навантаження для суспільства. Кількість зайнятих молодих осіб віком від 15 до 35 років налічує 1719 тис. осіб, що становить 35,2% від усіх зайнятих на селі [3, с. 35-38].

Слід також звернути увагу на один з найголовніших чинників зростання якості людського капіталу – сучасну систему освіти. На жаль, і в цієї області в державі багато проблем: спостерігаються кризові явища, що пов'язані з недостатніми фінансуванням і інвестиціями, погіршенням ресурсної та матеріально-технічної бази. Згідно Закону України «Про освіту» (ст. 78, п. 1) держава зобов'язана забезпечувати бюджетні асигнування на освіту в розмірі не менше 7% за рахунок коштів державного бюджет, місцевих бюджетів та інших джерел фінансування [4]. Проте, за всі роки незалежності України у жодному бюджеті зазначена стаття не виконувалась. Аналізуючи обсяги видатків на освіту на протязі 2000-2016 рр., варто відмітити, що питома вага видатків на освіту за усіма видами демонструвала тенденцію зростання до 2013 р., але, починаючи з 2014 р., усі показники значно погіршилися (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка видатків на освіту у Зведеному бюджеті України, 2000–2016 рр. [5, с. 6]**

До того ж, абсолютні показники фінансування системи освіти в Україні значно нижчі, ніж у розвинутих країнах. Якщо у відносному вимірі (частка витрат на освіту у ВВП) зведений освітній бюджет України є за світовими стандартами достатньо високим (майже 6% ВВП), то абсолютні обсяги ВВП України пропорційно до кількості населення є значно нижчими, ніж відповідні показники європейських країн. Наприклад, порівняно з Польщею – менш

майже у два рази, Іспанією, яка має практично однакову з Україною кількість населення, – у чотири рази. При цьому понад 90% державних інвестицій у галузь освіти в Україні спрямовується на заробітну плату, сплату комунальних послуг, харчування та ін., тобто лівова частина коштів, що витрачаються на систему освіти, йде на підтримання поточного стану, а не на розвиток [5, с. 6].

Проте досвід провідних європейських країн доводить, що інвестування в молоду людину є ключовою передумовою інноваційного розвитку суспільства, становлення сучасної конкурентоспроможної економіки.

За результатами досліджень регіонального бюро ЮНФПА по Східній Європі та Центральній Азії, які проводилися у 2012 р., відмічалось, що в останні п'ятдесят років відзначаються істотні зміни у відсотковому відношенні до загальної кількості населення молоді (у віці від 10 до 24 років), осіб працездатного віку і старшого покоління. Згідно з прогнозом ООН «Перспективи світового населення» до 2075 року у всіх країнах Східної Європи і Центральної Азії очікується стабілізація чисельності молоді на рівні 17% від загального населення [6, с. 10]. Таким чином, в найближчі десятиліття сьогоднішня молодь складатиме більшу частину працездатного населення, а їх освіта, кваліфікація та здоров'я, тобто якість людського капіталу, безпосередньо визначатимуть майбутній розвиток цих країн. Підвищення якості освіти є одним з ключових факторів росту продуктивності праці, а інвестиції в людський капітал молоді через освіту можуть привести до зростання ВВП на душу населення до 1,7% на рік [7].

У світлі глобалізаційних змін інноваційний розвиток стає ключовим чинником у формуванні конкурентоспроможності продукції, підприємств, регіонів та країн. Роль людського капіталу в інноваційному розвитку сільських територій країни є надзвичайно важливою, але для ефективної реалізації його потенціалу необхідним є створення передумов формування якісних характеристик. Україні для розвитку людського капіталу необхідна науково-обґрунтована політика, тобто ряд політичних заходів і програм, які будуть пов'язані між собою і спрямовані на загальний розвиток людини. Така стратегія буде сприяти активізації інноваційного розвитку сільських територій, стимулюванню сільського населення до імплементації інновацій у господарській діяльності.

### **Література:**

1. Розподіл постійного населення України за статтю та віком станом на 1 січня 2018 року: стат. збірник // Держкомстат України. – Київ – 2018. – 344 с.
2. Економічна активність населення України 2017: стат. збірник // Держкомстат України. – Київ – 2018. – 203 с.
3. Населення України за 2016 рік: демографічний щорічник // Держкомстат України. – Київ – 2017. – 133 с.
4. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-19 (поточна редакція) // Відомості Верховної ради України. – 2017. – № 38-39. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#n1235>.
5. Національні рахунки освіти в Україні у 2016 році: стат. збірник // Держкомстат України. – Київ – 2018. – 103 с.

6. World Population Prospects: The 2012 Revision. // United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. – New York. – 2013. – ESA/P/WP. 227. – 94 p. – URL: [https://africacheck.org/wp-content/uploads/2014/10/World-Population-Prospect-2012-revision\\_upload-to-AC.pdf](https://africacheck.org/wp-content/uploads/2014/10/World-Population-Prospect-2012-revision_upload-to-AC.pdf).

7. Инвестиции в молодежь в странах Восточной Европы и Центральной Азии: доклад регионального бюро ЮНФПА по Восточной Европе и Центральной Азии. – URL: [https://www.unfpa.org/sites/default/files/resource-pdf/21224\\_UNFPA\\_EECA\\_SWOP%20Youth%20supplement%202014%20RUS\\_HR.pdf](https://www.unfpa.org/sites/default/files/resource-pdf/21224_UNFPA_EECA_SWOP%20Youth%20supplement%202014%20RUS_HR.pdf).

**Столярчук Н. М., к.е.н.,**  
*Національний науковий центр*  
*«Інститут аграрної економіки»*  
*м. Київ, Україна*

## **КОМЕРЦІЙНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВИКЛЮЧНИХ ЛІЦЕНЗІЙ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНОГО АКТИВУ**

На даний час відбувається зростання ролі інтелектуальної власності в господарському житті підприємства. За кордоном патенти, ліцензії вже давно виступають повноправним активом. Цінність об'єктів інтелектуальної власності полягає в тому, що за їх допомогою можна законним способом монополізувати товари та послуги, оновити технологію і асортимент продукції, значно підвищити попит та розширити коло її споживачів. Залучення об'єктів інтелектуальної власності в господарський оборот може забезпечити підприємству додатковий прибуток у вигляді роялті, ліцензійних, франчайзингових платежів. Належним чином оформлені та відображені в обліку майнові права на об'єкти інтелектуальної власності можуть бути засобом збільшення розміру статутного капіталу без залучення грошових коштів.

Раніше безсумнівно вартість підприємства вважали ціною його матеріальних активів, оскільки активи – власність компанії, що оцінюється в грошовому вираженні. Із виникненням інтелектуального капіталу визначення реальної вартості підприємства чи компанії є актуальним питанням. У сучасному світі торгівля ліцензіями та патентами перевищує обсяги торгівлі іншими видами власності. «Вартість компаній «Інтел» або «Майкрософт», – констатують Л. Едвісон і М. Мелоун, – визначається не за ціною цегли і цементного розчину, і навіть не за цінністю їхніх товарно-матеріальних запасів, а категоріями іншого – нематеріального активу, який називається інтелектуальним капіталом [1, с. 346]».

Главою 75 ЦКУ передбачені наступні договори щодо розпоряджання правами на об'єкти інтелектуальної власності: договори про передання (відчуження) виключних майнових прав інтелектуальної власності; ліцензійні договори (ліцензія); договори про передання майнових прав інтелектуальної власності як внеску до статутного капіталу господарських товариств; договори про створення за замовленням і використання об'єкта права інтелектуальної власності; договори про передання майнових прав на об'єкт, створений у

зв'язку з виконанням трудового договору (службовий об'єкт інтелектуальної власності); договори комерційної концесії (франчайзингу) [2].

Починаючи із середини ХІХ ст. жодна країна світу не може прогресивно розвиватися без участі в міжнародній торгівлі ліцензіями. Комерціалізація в інноваційній сфері здійснюється шляхом залучення об'єктів інтелектуальної власності, які впроваджуються як інновації, у виробництво з метою забезпечення розвитку базових галузей економіки, підвищення продуктивності та технологічного оновлення виробництва. Одним із поширених способів передачі інтелектуальної власності у користування є укладення ліцензійних договорів. Основна мета ліцензійного договору – забезпечити можливість практичного використання конкретного ОІВ.

При наданні виключної ліцензії не існує можливості використання ліцензіаром об'єкта інтелектуальної власності у частині, що передається ліцензіату. Ліцензіату ж надається виключне право на використання об'єкта інтелектуальної власності в повному обсязі. Однак після закінчення строку ліцензії всі права повертаються до ліцензіара [3, с. 60].

Специфікою виключної ліцензії є те, що вона надається лише одному право володільцю та позбавляє власника змоги застосування будь-яких майнових прав щодо переданого за ліцензією об'єкта інтелектуальної власності (володіння, користування, розпорядження). Тобто виключна ліцензія повинна оцінюватись і ставитись на баланс у її отримувача (ліцензіара) у складі нематеріальних активів.

Важливу роль відіграє той фактор, що під час укладання ліцензійного договору отримувачу надається лише право використання, однак право володіння залишається у власника, творця об'єкта інтелектуальної власності. Головним фактором у ліцензійних відносинах стає ліцензійний договір, його умови. Якщо уважно проаналізувати природу ліцензійного договору, то можна констатувати, що він за багатьма ознаками подібний до договору оренди. Відповідно облік ліцензій як у ліцензіата так і у ліцензіара буде залежати від обсягу переданих (отриманих) прав та виду ліцензійної угоди, яким оформлено передачу. Проаналізувавши особливості кожного виду ліцензії, можна констатувати, що оцінюватись та ставитись на баланс можуть тільки ті інноваційні продукти, що мають в собі тріаду майнових прав щодо розпорядження об'єктом. Тобто ті, що передані за виключною ліцензією. З цього випливає, що отримана ліцензія у ліцензіата повинна бути оцінена і відображена у складі нематеріальних активів на період дії ліцензії. А у ліцензіара – виведена на позабалансовий облік. Об'єкти інтелектуальної власності, що придбані за всіма іншими видами – у складі нематеріальних активів відображатись не можуть.

Важливим моментом на даному етапі стає визначення ціни ліцензії. Вартість ліцензій залежить від ступеня їх технічної проробки та патентного захисту. Вартість безпатентних ліцензій у середньому на 10-20% нижча, ніж на винаходи, захищені патентами; ціни на виключні ліцензії зазвичай більш ніж у 2 рази перевищують ціни простих ліцензій.

В Україні склалася цікава ситуація. Так, в роки існування СРСР проводилася оцінка не всіх видів об'єктів інтелектуальної власності, а переважно патентів і ліцензій на винаходи, а також ноу-хау. Ці об'єкти не



враховувалися в балансі підприємства і не входили в його нематеріальні активи, які почали враховуватися з 1988 р. При цьому через відсутність внутрішнього ринку інтелектуальної власності обчислення ціни цих об'єктів зводилося в основному до визначення економічної ефективності від їх застосування [4, с. 5].

В міжнародній практиці ліцензійної торгівлі під ціною ліцензії звичайно розуміють суму виплат покупця ліцензії («Ліцензіата») на користь продавця ліцензії («Ліцензіара»). За своєю суттю процедура розрахунку ціни ліцензії є оцінкою інтелектуальної власності, яка є об'єктом ліцензії. Таким чином, розрахунок ціни ліцензії зводиться до визначення тієї поточної вартості інтелектуальної власності (тобто її вартості на дату укладення ліцензійного договору), по якій Ліцензіат згоден був би на умовах ліцензійного договору купити (придбати в тимчасове використання) права на інтелектуальну власність Ліцензіара, а Ліцензіар за такою ціною згоден би на умовах договору ці права продати (передати в тимчасове користування).

Найбільш широко в міжнародній ліцензійній торгівлі використовуються два основні методи розрахунку ціни ліцензії: на основі розміру прибутку Ліцензіата; на базі роялті. Схема основних вихідних даних для аналізу умов ліцензійної угоди і розрахунку ціни ліцензії при комерціалізації інтелектуальної власності представлена в табл. 1.

Таблиця 1

**Вихідні дані для оцінки ліцензії**

<b>Пр</b> <sub>л-ра</sub>	Прибуток ліцензіара (Пр <sub>л-ра</sub> )	Прибуток загальний (Пр <sub>заг</sub> )	Ціна, за якою реалізовано продукцію (Ц)
<b>Пр</b> <sub>л-ра</sub>	Прибуток Ліцензіата (Пр <sub>л.та</sub> )		
<b>С</b>	Собівартість виробництва продукції за ліцензією та інші витрати (С)		

В результаті врахування та відображення в балансі виключних ліцензій у складі нематеріальних активів відбудеться покращення показників інвестиційної привабливості фінансової звітності підприємства. Все вищезгадане дозволяє зробити висновок про нагальну необхідність створення в Україні методичних рекомендацій щодо визначення вартості об'єктів інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів, під час розробки яких були б враховані всі недоліки вже існуючих.

**Література:**

1. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун; под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Академия, 1999. – 465 с.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: Ліга: Закон еліт. – 2003–2018.
3. Столярчук Н.М. Облік комерційного використання інноваційної продукції / Н.М. Столярчук // Наукометричне видання «Облік і фінанси» № 3 (69) /2015. – С. 55-61.
4. Лынный Н. Оценка стоимости объектов интеллектуальной собственности / Н. Лынный // ИС. – 1996. – № 5-6. – С. 3-7.

# **PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE NEW ECONOMIC CONDITIONS**

**Адлер О. О., к.т.н., доцент,  
Руда Л. П., к.е.н., доцент,  
Вінницький національний технічний університет  
м. Вінниця, Україна**

## **ПИТАННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

В зв'язку із пріоритетним напрямком розвитку України, який полягає у євроінтеграції, уся підприємницька діяльність держави повинна переорієнтовуватись на перехідну модель економічного розвитку із перспективами, що передбачають одержання стійких та надійних позицій на європейських ринках.

Завоювання відповідних конкурентних позицій на європейських ринках передбачає забезпечення високого рівня якості продукції українських підприємств, а також зниження її собівартості – підвищення ефективності управління виробничою діяльністю підприємств [1; 2; 3].

Основними шляхами підвищення ефективності виробництва є покращення ефективності використання основних та оборотних фондів підприємств.

Проте, основним джерелом економічного розвитку підприємства є його персонал [3]. Роль людських ресурсів у високоефективному виробництві обумовлена їх здібностям, рівнем знань і кваліфікацією, до яких сьогодні висуваються все більш високі вимоги.

Управлінню персоналом присвячено багато науково-практичних праць вітчизняних та зарубіжних економістів. Особливої уваги заслуговують праці Балабанової, М. Гриньової, О. Крушельницької, С. Позднякова, А. Шегди, О. Шершні, Г. Щокіна, Д. Белл, М. Вебер, Дж. Еврінгхема, М. Мескона, Ф. Тейлор, А. Файоль, В та інші [1-6]. У працях авторів зазначені різноманітні підходи до оцінки ефективності управління персоналом. Проте, застосування кожного з підходів окремо не дає змоги отримати максимального позитивного результату.

Більшістю підприємств аналіз ефективності кадрової політики взагалі не проводиться, або проводиться із використанням системи показників, що не відображають суть проблеми. Проблема полягає також у тому, що сучасні ринкові умови вимагають врахування особливостей галузі, регіону, а також специфіки підприємства.

Ефективність управління персоналом підприємства оцінюється групою факторів, до якої включені економічні, соціальні, матеріальні, фінансові, організаційні чинники. Оптимальне поєднання зазначених чинників у

результаті визначає ефективність проведених управлінських заходів у сфері управління персоналом підприємства.

Основним фактором ефективності управління персоналом є економічна ефективність, яка передбачає отримання кращих результатів роботи персоналу за умов тих самих витрат [4].

Оскільки персонал підприємства є його головним ресурсом підприємства, а ефективне управління кадровою політикою є запорукою успішного його розвитку та основним шляхом підвищення ефективності господарської діяльності, аналіз ефективності кадрової політики підприємства варто проводити із використанням системного підходу, що передбачає дотримання чіткого алгоритму аналізу груп відповідних показників. Аналізовані показники повинні бути нести причинно-наслідковий вплив на ефективність управління персоналом підприємства [8; 9].

Запропонований авторами алгоритм аналізу ефективності системи управління персоналом підприємства [10] подано на рисунку 1.

Алгоритмізація процесу управління персоналом підприємства передбачає охоплення максимальної кількості факторів, що впливають на кадрову політику підприємства. Це дасть змогу провести їх комплексну оцінку та класифікацію, підпорядковуючи її принципам системного аналізу. Така класифікація буде відображати вид та ступінь впливу факторів кадрової політики, що в подальшому дасть змогу розробити алгоритм прийняття рішень щодо ефективного управління персоналом промислового підприємства.

Алгоритмізація визначення ефективності управління персоналом дає змогу відслідкувати чіткий причинно-наслідковий зв'язок між факторами, що мають безпосередній вплив на кадрове управління, а також пояснити наслідки неефективності кадрової політики, що відображається на результатах економічної ефективності діяльності підприємства.



**Рис. 1. Алгоритм аналізу ефективності системи управління персоналом підприємства**

Таким чином, ефективне управління персоналом має безпосередній вплив на результативність діяльності підприємства. Персонал підприємства є найціннішим його ресурсом, тому безперервне поліпшення кадрової політики не повинне залишатись осторонь на усіх рівнях управління.

Відповідно до сучасних вимог європейського ринку задоволеність персоналу підприємства є основною запорукою економічної ефективності

підприємства. В зв'язку із цим пріоритетним завданням будь якого підприємства є створення умов, що забезпечать соціально-психологічну сумісність працівників: погодженість особистих можливостей кожної структури і змісту її діяльності; близькість моральних засад, яка створює основу для виникнення взаємної довіри між людьми; зіставлення основних мотивів діяльності підприємства й індивідуальних прагнень членів колективу; можливість реального взаємного доповнення й органічного поєднання здібностей кожного в єдиному трудовому і творчому процесі; раціональний розподіл функцій між членами колективу.

### Література:

1. Волянська-Савчук Л. В. Сучасне поняття системи управління персоналом / Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 7. Частина 2. – 2014. – Херсон, С. 149-153.
2. Костунець Т. А. Підходи до управління персоналом підприємств: теоретичний базис / Т. А. Костунець, А. М. Корнійчук // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2014. – № 2. – Миколаїв, С. 570-572.
3. Ходикіна І. В. Підходи до оцінки ефективності систем управління персоналом / Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2015. – Серія Економіка. Випуск 2(4). Частина 2. – С. 115-120.
4. Мішина С. В. Методичне забезпечення оцінки ефективності управління персоналом / С. В. Мішина, О. Ю. Мішин // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика», 24-25 березня 2016 р. – м. Харків: Вид. НТМТ, С. 221-223.
5. Ковтун Є. І. Аналіз системи управління персоналом підприємства та розробка заходів щодо її удосконалення /»Молодий вчений». – № 6 (33). – червень, 2016 р. – С. 46-50.
6. Козак К. Б. Дослідження проблем управління персоналом на сучасних підприємствах / К. Б. Козак // Теоретичні та практичні аспекти менеджменту. – 2014. – № 4. – С. 52-54.
7. [http://vinmayak.pat.ua/emitents/reports/year/2016/app\\_fin\\_fp\\_k](http://vinmayak.pat.ua/emitents/reports/year/2016/app_fin_fp_k).
8. Пучкова С. І. Інновації у практиці управління персоналом на сучасних підприємствах / С. І. Пучкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2016. – Вип. 34. – С. 140-147.
9. Лелі Ю. Г. Сучасні системи управління персоналом та їх вплив на ефективність роботи підприємства / Лелі Ю. Г. // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць. – Маріуполь:ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – Вип. 1, Т. 2. – 348 с.
10. Адлер О.О., Яворська К.Л. Оцінка ефективності управління персоналом підприємства на прикладі ПрАТ «Вінницький завод «Маяк» // Причорноморські економічні студії. Одеса. – 2018. – № 27. – Частина 1. – С. 101-106.

## **ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЙ НАЯВНИХ ТА ПОТЕНЦІЙНИХ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ОСНОВНИХ ВИДІВ ЗЕРНОВОЇ СИРОВИНИ**

Передумовами ефективного розвитку агропереробних підприємств з використанням традиційних та інноваційних технологій переробки зерна є стабільність та визначення ритмічність завантаження устаткування. Особливо це актуально в умовах, коли для впровадження нових технологій глибокої переробки зерна використовується інвестиційні резерви агропереробних підприємств, галузі або регіону. Стабільність технологічного ланцюга виступає гарантом повернення вкладених коштів у встановлений термін. Тому важливим завданням маркетингу зернопереробного підприємства є формування механізмів прогнозування дій наявних та потенційних постачальників основних видів зернової сировини.

Використання загальноприйнятих підходів статистичного інструментарію, в тому числі регресійного аналізу впливу технологічних витрат на результативність виробництва зерна, ускладнюється через низьке значення коефіцієнту детермінації [1-3]. Ця ситуація потребує більш глибокої фільтрації даних. На наш погляд, це викликано ситуаціями, коли дії виробників зерна визначаються не лише підприємницькими розрахунками, але й поведінковими особливостями.

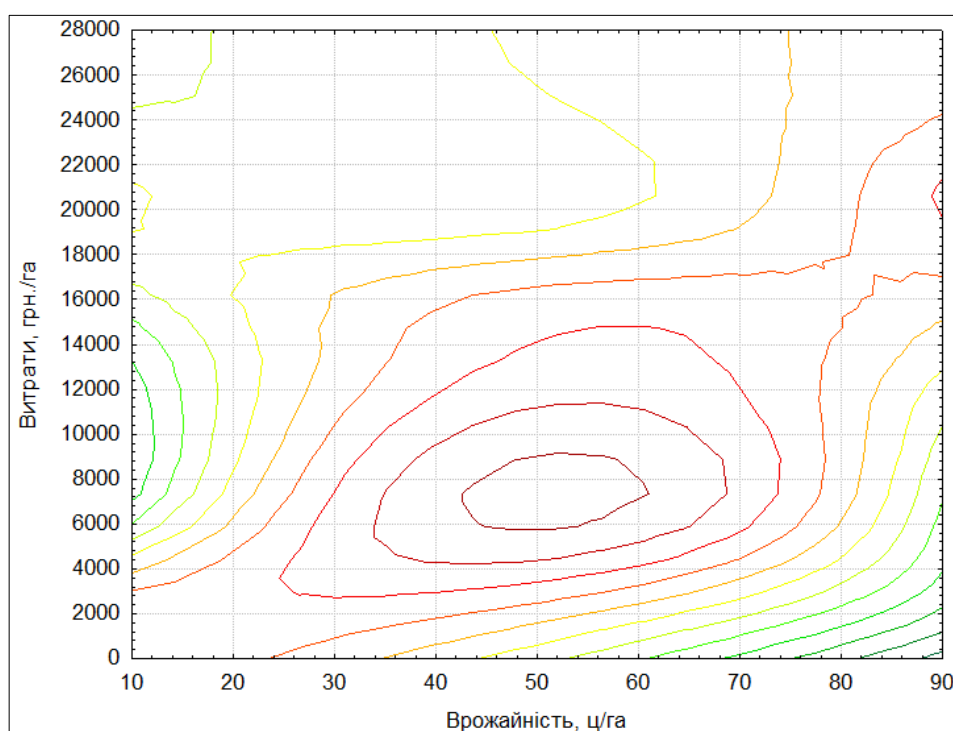
Тому в якості методологічної основи дослідження розподілу підприємств (на прикладі Полтавської області), зайнятих виробництвом зернових, взято візуальний тривимірний аналіз.

Візуальний тривимірний аналіз дозволяє аналізувати дані в тривимірному просторі, наприклад, будувати тривимірне зображення послідовностей вихідних даних (спостережень) для однієї або декількох обраних змінних. Обрані змінні представляються по осі Y, послідовні спостереження – по осі X, а значення змінних (для даного спостереження) відкладаються по осі Z. Основна перевага тривимірних уявлень перед двовірними складовими лінійними графіками полягає в тому, що для деяких множин даних при об'ємному зображенні легше розпізнавати окремі послідовності значень.

Такі тривимірні графіки використовуються для візуалізації послідовностей значень декількох змінних. За своєю ідеєю вони схожі з складовими лінійними графіками, з тією лише відмінністю, що для 3М діаграм вихідних даних стрічки, лінії, паралелепіпеди і інші тривимірні представлення значень кожної змінної не перекриваються (як на двовимірному графіку), а «розсуваються» в тривимірній перспективі. Для побудови поверхні використовується підгонка під точки тривимірного графіка розсіювання. Таке уявлення, як і 3М діаграми розсіювання, дозволяє виявити приховану структуру даних і взаємозв'язку між трьома змінними. З допомогою таких експериментів можна виявити складні нелінійні взаємозв'язки між змінними.

Результативна інформація буде представлена у вигляді тривимірних контурних карт. Тривимірні контурні карти – це проекція тривимірної поверхні на двомірну площину. На ній лініями позначено однакові «висоти» (однакові значення змінної Z). Тривимірні контурні карти являють собою двомірну проекцію згладженої сплайнами поверхні, підігнаної до вихідних даних.

Для побудови контурних карт, що відображають статистично згладжене розподілу підприємств-зерновиробників, взято результати багатовимірного аналізу даних, що згруповані за трьома вимірами: виробничі витрати на 1 га, врожайність зернових культур (озима пшениця, кукурудза, ярий ячмінь) та прибуток на 1 ц реалізованої продукції (рис. 1). Це дозволяє отримати уявлення про ініціативу зерновиробників до управління виробничими витратами в наявних умовах ґрунтово-кліматичного забезпечення через отримання додаткових конкурентних переваг у вигляді маржинального прибутку на кожний реалізований центнер зернової продукції.



**Рис. 1. Карта розподілу прибутку на 1 ц підприємств Полтавської області, зайнятих виробництвом озимої пшениці в залежності від виробничих витрат на 1 га та отриманої врожайності зерна**

Результативні контурні карти побудовані за двома підходами: кількісного розподілу підприємств в проекції виробничих витрат та врожайності та розподілу конкурентної переваги у вигляді прибутку на 1 ц реалізованої продукції. Порівняння карт дозволяє оцінити очікування та результат зерновиробників у відповідній господарській активності.

Таким чином, очікування зерновиробників щодо збільшення прибутків за рахунок збільшення виробничих витрат виправдовуються, проте межа оптимальності виробничих витрат виявляється дещо нижче від очікуваних. Головною передумовою ефективного розвитку зернопереробних підприємств є

формування надійної основи із стабільного та ритмічного забезпечення технологічного процесу зернопереробки сировинним зерном в необхідній кількості та необхідної якості.

Основним завданням маркетингової діяльності зернопереробних підприємств в системі закупівлі та постачання сировини є формування та розвиток механізмів оцінки стану наявних й потенційних ринків зерна, дослідження їх впливу на діяльність, прогнозування змін та вироблення ефективних засобів програмування необхідних змін.

### **Література:**

1. Казакова Н.Є. Розробка стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств з використанням економіко-математичних моделей / Н.Є. Казакова, В. М. Колесник // Інноваційна економіка. – 2012. – Випуск № 11. – С. 91-94.
2. Терещенко О.В. Многомерный статистический анализ данных в социальных науках: учеб. пособие / О. В. Терещенко, Н. В. Курилович, Е. И. Князева. – Минск: БГУ, 2012. – 239 с.
3. Ashmarina S. The system of marketing information management: development, assessment, improvement / S. Ashmarina, A. Zotova // Economic Annals-XXI. – 2016. – № 160(7-8). – P. 51-55.

**Багорка М. О., к.с.-г.н., доцент,  
Миколенко А. О., магістр,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
м. Дніпро, Україна**

## **НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТА МОЖЛИВОГО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

Стрімкий розвиток ринкового середовища, динамічна його зміна, вплив процесів глобалізації вимагають перегляду традиційних та використання нових підходів концепції управління в діяльності аграрних підприємств. В умовах загострення конкурентної боротьби сільськогосподарські товаровиробники змушені шукати дієві інструменти підвищення ефективності та забезпечення конкурентоспроможності. Ми вважаємо, що основу системи управління аграрним підприємством має становити маркетингова концепція управління.

В основі маркетингової концепції управління лежать процеси аналізу, планування, реалізації і контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення і підтримання взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації [1, с. 138].

Маркетингова концепція управління сільськогосподарським виробництвом і агробізнесом відрізняється від виробничо-збутової гнучкістю, еластичністю, оперативністю і чутливістю до ринкових змін, більшою адаптивністю до різних інновацій [2, с. 411].



Основні характеристики маркетингової концепції наведені в таблиці.

### Основні характеристики маркетингової концепції

Критерії оцінювання	Характеристики
Цілі персоналу сільськогосподарського підприємства	1. Аналіз ринків та потреб споживачів. 2. Підвищення якості продукції. 3. Зниження собівартості продукції. 4. Формування попиту. 5. Задоволення попиту. 6. Отримання прибутку.
Посадовий статус спеціаліста, керівника	1. Маркетологи. 2. Менеджери. 3. Агрономи. 4. Технологи. 5. Економісти.
Вид виготовленої продукції	Продукція, яка буде реалізована, з урахуванням наявності виробничо-ресурсного потенціалу.
Головна увага сільськогосподарського виробництва	1. Попит та вимоги споживача. 2. Потреби та інтереси споживача. 3. Ефективне використання землі та кліматичних факторів.
Основи сільського виробництва	1. Індикативні плани. 2. Платоспроможний попит. 3. Виробничо-ресурсний потенціал.
Планування з урахуванням факторів	Зовнішніх і внутрішніх.
Впровадження нових товарів	З урахуванням попиту та можливостей виробництва.
Відкриття нових сегментів для своєї продукції	З урахуванням: – попиту споживачів; маркетингових можливостей; – отримання прибутку.
Основи формування цінової політики	1. Кон'юнктура ринку. 2. Конкуренція.
Система управління щодо ринку	1. Економічна. 2. Адаптивна. 3. Оперативна.
Спрямованість наукових досліджень у сфері виробництва сільськогосподарської продукції	1. Аналіз ринку. 2. Підвищення конкурентоспроможності підприємств і продукції. 3. Удосконалення технології, організації виробництва.
Відповідальність за вироблений товар та можливість ведення ефективного аграрного бізнесу	Дуже висока.

Проте, впровадження маркетингових концепцій серед аграрних підприємств України відбувається вкрай повільно. Це обумовлено дією низки чинників, які обмежують розвиток маркетингу. Серед яких:

– умови формування вітчизняного ринку, пов'язані з тим, що ринок у нашій країні є досить специфічним, зумовлений, насамперед, кризовою ситуацією в

економічній, політичній і соціальній сферах: низькою конкурентоспроможністю українських виробників, наявністю кримінальних регуляторів ринку на всіх рівнях управління, високим рівнем монополізму в окремих галузях, низькою купівельною спроможністю населення тощо. Значний відбиток на українських товаровиробників накладає також суперечливий характер соціально-економічних реформ та недосконалість законодавства.

– психологічні бар'єри на шляху до ринку, які виявляються у відсутності ринкової мотивації серед більшості керівників, спеціалістів і населення;

– недостатнє використання маркетингових інструментів. На вітчизняному ринку не всі маркетингові інструменти (окрім ціни) застосовуються достатньо широко;

– невиконання послідовної інвестиційної політики і ускладнення щодо стратегічного маркетингового планування;

– недосконалість стратегічного маркетингового управління пов'язано з тим, що більшість підприємств, які прагнуть проводити грамотну маркетингову політику, на практиці поки що знаходяться на перших етапах «школи маркетингу», а організовані в них служби маркетингу часто неспроможні дослідити велику кількість наявних альтернатив продуктового асортименту.

В залежності від рівня залучення підприємств маркетингову діяльність можна виділити три рівня використання концепції маркетингу:

– діяльність підприємства в цілому переорієнтовано на маркетинг як концепцію ринкового управління, що передбачає не просто створення служб маркетингу, але й зміна всієї філософії управління;

– на підприємстві використовуються окремі комплекси (групи взаємопов'язаних методів та засобів) маркетингової діяльності (розробка та виробництво продукції на основі вивчення попиту та кон'юнктури ринку, післяпродажне обслуговування тощо);

– на підприємстві ізольовано реалізуються окремі елементи маркетингу (реклама, стимулювання продаж, ціноутворення з врахуванням попиту тощо).

Таким чином, на сьогодні, проблематичною є пропозиція універсальної схеми організації роботи аграрних підприємств на основі принципів маркетингу. На думку Л. В. Балабанової, «...на перший план має виходити концепція маркетингу, заснована на системному і ситуаційному підходах, що забезпечують і гарантують ефективний розвиток підприємств в умовах ринку» [3, с. 17]. В існуючих умовах більш реальним є використання груп взаємопов'язаних методів та засобів маркетингової діяльності.

При реалізації маркетингової концепції управління акцент прийняття господарських рішень зміщений від виробничих ланок підприємства до ланок, які максимально наближені до ринкових процесів. Згідно з даною концепцією, потрібно, по-перше, чітко визначити цільовий ринок, акцентуючи увагу на потребах споживачів та передбачити комплекс заходів впливу на них, що дає змогу вести рентабельне виробництво. По-друге, важливо сформулювати довгострокові стратегічні програми розвитку і маркетингової діяльності підприємства, які зосереджені не тільки на виробництві, а й охоплюють усі аспекти діяльності підприємства (інвестиції, кадрова політика, організаційна структура тощо).

В цьому контексті служба маркетингу має стати інформаційним центром, джерелом інформації та прийняття рішень не тільки щодо комерційної, збутової, але й виробничої, науково-технічної та фінансової політики підприємства, що і означає інтеграцію маркетингу в діяльність підприємства та побудову системи маркетингового управління [4, с. 214]. У такому випадку на принципах маркетингу на основі ретельного аналізу стану і динаміки попиту та кон'юнктури ринку вирішується питання про необхідність, пріоритетність розвитку, прибутковість виробництва того або іншого продукту.

Використання маркетингової концепції управління дасть змогу аграрним підприємствам своєчасно адаптуватися до змін на продовольчому ринку, послаблювати негативний вплив на окремі процеси і явища, більш ефективно використовувати нові можливості й визначати загрози. Саме ця концепція є перспективною для системи управління в конкурентних умовах, здатна забезпечити найбільшу ступінь задоволення населення, підвищити його життєвий рівень і стати складовою соціально-економічної системи України в цілому та її окремих регіонів, галузей і сфер діяльності.

### **Література:**

1. Артимонова І.В. Засади та напрями впровадження сучасної концепції маркетингу у практичну діяльність аграрних товаровиробників / І.В. Артимонова // Вісник Білоцерківського державного аграрного університету. – Біла Церква, 2009. – Вип. 63. – С. 136–140.
2. Сухорська У.Р. Роль функцій маркетингу в управлінні підприємством / У.Р. Сухорська // Науковий вісник національного лісотехнічного університету України. – 2006. – Вип. 16.1. – С. 410–413.
3. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. 3-тє вид., перероб. і доп. – К: Знання, 2004. – 354 с.
4. Балановська Т.І. Формування дієвої структури управління маркетингом в сільсько-господарському підприємстві / Т.І. Балановська, О.В. Сепенко // Вісник ЖДТУ. – 2014. – № 4 (54). – С. 213–215.

**Большакова Є. Л., аспірант,**  
*Полтавська державна аграрна академія*  
*м. Полтава, Україна*

### **КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ М'ЯСОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогодні беззаперечним є той факт, що для вирішення більшості проблем сучасне промислове підприємство потребує створення дієвого механізму досягнення свого стійкого розвитку. Основні вектори стійкості розвитку підприємств вітчизняної м'ясопереробної галузі, а також їх здатність успішно протистояти ризикованим ситуаціям різного ступеня складності, що періодично виникають, залежать здебільшого від сучасних економічних умов.

Це зумовлює формування повноцінної системи стійкого функціонування як окремо взятого підприємства, так і галузі в цілому.

Як відомо, процес поетапної розробки системи принципів стійкого розвитку досить тривалий і складний, а відтак передбачає застосування комплексного підходу до вирішення актуальних проблем. Функціонування механізму досягнення стійкості розвитку залежить від низки чинників: індивідуальних особливостей роботи підприємства, характеру впливу зовнішніх чинників, дієвості управлінських рішень. В сукупності вони здатні акумулювати на підприємстві низку важливих виробничих, технологічних, організаційних, фінансово-економічних та інвестиційних компонентів. Окрім того не варто применшувати значення наукового підходу при управлінні підприємством та розробці його адекватної конкурентної політики. Однак практика показує, що зазвичай останній чинник ігнорується, а тому ефективність управлінських рішень викликає великі сумніви щодо своєї дієвості. Як наслідок, це призводить до того, що виробничо-економічне функціонування багатьох вітчизняних підприємств якісно змінилося. В умовах ринкової невизначеності соціально-економічний напрямок розвитку промпідприємства потребує розробки власного механізму управління стійким розвитком.

Здійснений нами аналіз довів твердження про те, що за умов недосконалої конкуренції досягти динамічних показників ефективної роботи можна лише за умов когерентного розвитку одночасно усіх сфер діяльності підприємств з огляду на особливості галузевого та міжгалузевого господарювання. Це значить, що підприємство зобов'язано об'єктивно оцінювати, контролювати та прогнозувати механізм досягнення стійкості. Таким чином воно зможе у повному об'ємі використовувати внутрішній резерв, структуруючи напрямки своєї роботи та враховуючи при цьому вплив зовнішніх чинників. Виходячи з наведених тез, нами було розроблено механізм управління стійкістю розвитку, за основу якого було взято запропоновану класифікацію видів стійкості, а також низку критеріїв та основних принципів стійкого розвитку. Переконані, що такий комплексний підхід здатен забезпечити достатній рівень адаптації промпідприємств до постійно змінюваного соціально-економічного середовища.

Вітчизняна м'ясопереробна промисловість, маючи доволі складну організаційну структуру, багатий асортимент продукції, що випускається, є стратегічно важливою у контексті розвитку всієї харчової промисловості. Як галузь соціальної спрямованості, з високим ступенем еластичності показників виробництва, інвестування, споживання, попиту й пропозиції, вона має високий показник кореляції у міжгалузевому сегменті. Винаходячи причинно-наслідковий зв'язок між теперішньою ситуацією та перспективами розвитку галузі, стає зрозуміло, що її рух є дещо інерційним в силу несприятливих якісних та кількісних показників (недосконалість інфраструктури, сировинного сектора, ринкових відносин, недоліки чинного законодавства тощо). В сукупності ці несприятливі моменти, помножені на відсутність ефективного прогностично-оціночного інструментарію та механізму прийняття стратегічно важливих рішень, унеможливають перехід м'ясої промисловості на інший рівень стійкого розвитку. У зв'язку з цим розроблений організаційно-

методичний підхід, що стосується моніторингу тенденцій розвитку промпідприємства, дозволить не лише суттєво мінімізувати існуючі ризики, а й запропонувати комплекс антикризових заходів, спрямованих на досягнення позитивної динаміки змін.

Огляд літератури з даного питання дозволив нам пересвідчитись, що існуючі на цей час методологічні підходи відзначаються несистемністю та неможливістю забезпечити моніторинг окремих аспектів стійкості. Натомість забезпечення стійкості розвитку підприємств м'ясопереробної галузі потребує комплексного та поступального аналізу управління з подальшою оцінкою рівня стійкості. З цією метою нами було розроблено науково-методичний базис, необхідний для оцінювання та аналізу стійкого розвитку промпідприємства. Завдяки йому можна реалізувати повний управлінський цикл, необхідний для безперервного процесу постановки цілей і завдань, оцінки реального стану, можливих ризиків, вироблення управлінських рішень та контролю за виконанням рішень.

Особливої актуальності наразі набуває проблема застосування методів математичного моделювання, метою якого є оптимізація принципів управління та прогнозування виробничих і фінансово-економічних процесів. Цей факт визначає попит на компетентних менеджерів, які спеціалізуються на розробці ефективних методів ситуативного моделювання з використанням інструментів математичного програмування.

Як відомо, від успішності та стійкого розвитку функціонування виробничо-господарських суб'єктів напряду залежить національна економіка, а це значить, що для цього необхідно застосовувати кращі методологічні розробки, інноваційні технології та раціональні форми організації виробництва. З цього випливає, що на сучасному етапі розвитку промпідприємств м'ясопереробної галузі неможливо обмежуватися лише традиційним плануванням і прогнозуванням, використовуючи застарілі аналітичні й статистичні методи. Водночас стійкість функціонування аналізованих українських підприємств залежить від досконалості методології планування промислового виробництва.

Отже, доведено що, сучасна модель управління стійким розвитком м'ясопереробного підприємства апріорі не може обмежуватися традиційними аналітичними та статистичними методами. Розроблена економіко-математична модель оптимізації інвестування у контексті концепції стійкого розвитку дозволить правильно розподіляти проекти за часовими відрізками, враховуючи ймовірність дефіциту ресурсів та недовіру управлінських рішень.

### **Література:**

1. Бурмака М.М. Управління розвитком підприємства на прикладі підприємств будівельної галузі): монографія / М.М. Бурмака, Т.М. Бурмака. – Харків: ХНАДУ, 2011. – 204 с.
2. Передерієнко Н. І. Сутнісно-змістовна характеристика процесів управління розвитком підприємств / Н. І. Передерієнко, Я. В. Котляревський // Наукові записки [Української академії друкарства]. – 2012. – № 2. – С. 103-111.
3. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О.В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.

## **APPLICATION OF INFLUENCER MARKETING ON SOCIAL MEDIA**

At the present stage of development, the marketing science offers economic entities numerous tools and technologies of the communicative influence on consumers in order to attract their attention, disseminate information, convince and form brand loyalty. Nevertheless, a majority of experts point out that traditional advertising means, which are used to influence consumers, e.g. television and banner advertisement, gradually lose their efficiency and face resistance of consumers. For instance, without wishing to be an object to the influence of advertisement, a consumer changes television channels. A high level of awareness, a propensity to individualization in making a buying decision, an inclination to conscious and rational consumption, gaining new experience, personal development and active participation in social activities through social networks are inherent to a contemporary consumer.

For the past few years, influencer marketing is becoming more and more common in fields of innovative technologies and new tools of marketing communications. Influencer marketing constitutes involvement of opinion leaders or agents of influence on social networks aimed at attracting attention of a target audience and dissemination of advertising information. From the standpoint of marketing, agents of influence are people, who can affect an opinion of other persons, change their views, encourage to purchasing and consumption of particular goods, conduce to dissemination of commercial information in order to accomplish certain goals, using own authoritative opinion, assessments and actions. The specificity of product / brand promotion through opinion leaders contemplates that a person involved in advertising refers to an audience of loyal target customers, who take an interest in advertising information and treat it favourably. The author outlines research results in favour of the use of this communicative tool:

- confidence of a target audience in feedbacks of customers and specialists regarding consumption of products and brands on social networks is greater by 65% compared to direct channels of advertisement;
- undertaking a communicative tool «opinion leaders» provides near 150% return on investments for a company;
- near 59% of marketing departments of well-known companies are planning to increase costs for tactic measures related to influencer marketing in the near future;
- recommendations of influential people strengthen making a buying decision by near 40%.

Let us consider key advantages of application of this communicative tool in marketing activities of companies:

- attraction of attention and the influence on perception of a target audience;
- formation of consumer value of a product / brand;

- functioning as an information source characterized by a high level of consumer confidence;
- functioning as an effective channel of communication providing consumer feedback;
- involved opinion leaders are personally interested in collaboration in order to form own image and increase popularity;
- enhancing effectiveness of informing a target audience on peculiarities of consumption of a product, its unique characteristics and the specificity of application;
- direct communication with a target audience enables agents of influence to prognosticate changes in market conjuncture and predict market trends.

The author determines steps of marketing activities oriented towards the direct or hidden influence on a target audience with the help of opinion leaders. Gradual implementation of these steps will ensure maximum efficiency of a general promotion strategy. At the first step, marketers should build a profile of a target audience, applying demographic, psychographic and behavioural features. It is important to clearly determine values, beliefs, lifestyles and social identities of potential customers. At the second step, marketers should do a research aimed at determination of a profile of a person, who has earned the confidence of representatives of a target audience and will affect them. The third step contemplates the search and assessing aspiring candidates for the position of an agent of influence. Experts highlight that companies have dealt with two key issues such as the search for influential people and managing a process of interrelations with them due to development of influencer marketing and its popularization. The modern Internet offers Tapinfluence and Upfluence platforms intended for the search of influential people by key parameters and managing relations with them. An assessment of the candidates should be conducted in order to achieve the maximally effective influence on a target audience. Therefore, implementation of this step requires calculation of the following indices: activeness of the candidates on social media; a number of publications; a size of advertising audience; the potential of raising the audience. Marketers should prefer aspiring agent of influence being aware of a brand and committed to it. The next step consists in establishing a relation with the selected candidate, obtaining consent to collaboration and involvement of the candidate in creation of an advertising concept. At this step, it is necessary to take into account all views and recommendations of the selected agent of influence regarding all aspects of advertising information and its disclosure (a form, the content, durability, musical accompaniment/soundtracks, etc.). Peculiarities of social media consist in combining users into social groups by particular interests, a sphere of hobbies and preferences. Since the interests form a basis for all internal communications, a company should not apply a particular communicative approach, which has been useful in reaching a target audience, for working in other segments of users. Creation of non-intrusive advertising messages or native advertising that will provide efficient involvement of a target audience, support of its interest and the favourable attitude is the main goal. At the fifth step, marketers post advertising messages through a profile of an agent of influence. The last step encompass such measures: analyzing feedbacks of a target audience and its activeness; an agent of influence involves own fans in a discussion

in order to determine their attitude to a brand, peculiarities of consumption, identification of factors impeding potential consumers to make a buying decision. Tracking branded keywords that will enable to obtain information regarding references and comments of people on a company and its products on social media is an efficient tool. Applying this tool, researchers may determine issues of concern related to a brand, indicate possible dissatisfactions or directions of satisfaction, determine hashtags, when consumers compare a brand with brands of competitors.

To ascertain the most efficient approaches and components of a system of marketing communications directed towards advertising products on social networks through attraction of opinion leaders, the author has conducted a survey of youth representatives on their attitude to this type of advertisement as well as personal buying experience and peculiarities of making buying decisions. According to the research results, the author may form a set of recommendations regarding the most efficient forms and methods for presentation of advertising information by opinion leaders, drawing on indicated peculiarities of psychological perception of this type of advertisement and forming the attitude by representatives of a target audience. The recommendations are as follows:

- within the context of attraction of consumers' attention, an indirect form of product presentation by an opinion leader is the most efficient;
- marketers may form an effect so that a target audience feels involved in solving a problem raised by an opinion leader;
- marketers should appeal to social incentives of customers and, correspondingly, place emphasis on social attributes of a product where possible;
- it is obligatory to avoid the direct call for purchasing an advertised brand since this may lead to a reverse reaction and makes consumers think they have been taken advantage of;
- the original content that evokes emotions, attracts more attention of a target audience and ensures their feedback;
- marketers should orient opinion leaders towards interactive communication with followers since they are considerably interested in expression own views, sharing buying experience and giving advises;
- promoting the lifestyle that contemplates the use of an advertised product.

Finally, the author points out adolescents constitute a peculiar consumer audience on social media because opinion leaders, which differ in certain peculiarities, affect them. In fact, 70% of teenage YouTube subscribers say they relate to YouTube content creators more than traditional celebrities. YouTube creators listen to and interact with their fans, resulting in communities that look like more friendships than fanships [1]. It is worth mentioning that value of opinion leaders is primarily stipulated by an ability of subscribers to attract attention of an audience and to encourage to mutual communication rather than by a number of their subscribers.

Development of information technologies has formed the ground for emergence of new formats of communication between a producer and consumer. Innovative tools of advertising products and services with the help of agents of influence ensure effective communication of a producer with a target audience, the exchange of ideas, views and buying experience. Under conditions of development of a coordinated



advertising campaign, such tools foster establishing long-term relations between a company and consumers. Despite existence of particular difficulties in determining efficiency of application of this marketing tool in communicative activities of a company, it becomes an obligatory and important factor of successful promotion of a company's brand in a market owing to expansion of social media in the contemporary human-made environment.

### **References:**

1. Jackson, D. (2018). Top 8 Influencer Marketing Trends for 2018. – Available at: <https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/>.
2. Glucksman, Morgan. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8 (№ 2).
3. Mathew, J. (2018). Understanding Influencer Marketing And Why It Is So Effective. – Available at: [www.forbes.com/sites/theyec/2018/07/30/understanding-influencer-marketing-and-why-it-is-so-effective/#6adf74a171a9/](http://www.forbes.com/sites/theyec/2018/07/30/understanding-influencer-marketing-and-why-it-is-so-effective/#6adf74a171a9/).

**Antipyuk Ya. I., Master's Degree,**  
**Zaika Yu. A., PhD, Associate Professor,**  
*Pryazovskyi State Technical University*  
*Mariupol, Ukraine*

## **DIGITAL BRANDING AS AN EFFICIENT MARKETING TOOL**

Decent Branding is the identification of business, its recognition and reputation among those who receive information about it, have a relationship with it, or interact with online business [1].

According to a joint study by Capgemini Consulting and MIT Center for Digital Business, when the company uses all digital channels for customer interaction boosts revenue by about 26% in relation to those businesses that use only traditional methods of impact on the audience. These data only confirm the idea of how important it is to secure your presence on the Internet, because without it, many potential customers will almost certainly not be able to find out about your organization [6].

One of the methods used by marketers to create a brand on the Internet is Simon Sinek's «Golden Ring», which implies that the strategy of building a brand should consist of communicating information about why or for which the company exists, then pay attention to how she works or fulfills the goal, and then offers what [2]. Another strategy is the Unilever Brand Key model, which builds on its brand-identify and focuses on the target audience, as well as an analysis of the competitive environment. The following is the definition of the motives of the target consumers, the essence of the brand is formed with its following elements: brand definition, brand value, value and personification, the answer to the question «Why a consumer should trust the brand» [3, 84].

Decent branding is characterized by the fact that the consumer has more and more influence on brand building. In addition, digital technologies provide all the new ways to create a brand.

The advantages of digital branding are:

- Availability of a platform for diverse and high-quality content;
- effective targeting;
- Rapid effective dissemination and transfer of information among potential buyers and customers;
- more effective feedback (two-way communication with clients with the ability to identify their needs);
- Interaction with a broader target audience;
- Possibility of marketing a message to more interested people over a shorter period of time;
- greater depth of users and more powerful impact on them;
- increase brand credibility and customer loyalty to it at the expense of free provision of useful content;
- improvement of the company's position in the network compared to competitors using only standard methods of influence on buyers;
- Transparency and dimensionality of the marketing campaign result in real time and the opportunity to make the necessary changes;
- cost reduction compared to traditional campaigns;
- Growing new customers and promoting sales [4; 6].

Work on digital branding has a number of effective tools. Tools for digital branding are the official website, viral advertising, social networks, applications, contextual advertising, SEO-optimization.

It is known that the quality design and user interface of the website affect the buyer's brand awareness. Content and informativity also play an important role in promoting the brand. 86% of visitors want to see product information or company services, 65% want to see contact information, 52% are interested in «about us» information. Content that is also important to visitors but is often not displayed:

- a list of clients 37%;
- research reports 35%;
- case studies 34%;
- 31% feedback;
- white papers (informational booklets, instructions) 30% [5].

Digital technology allows you to make the brand more famous, build correct communication with consumers, competently promote services or goods.

### References:

1. Four Ways to Master the Art of Digital Branding [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art\\_b\\_9377440.html](https://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html).
2. What is «digital branding»? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.
3. Зозулёв А. В. Маркетинг: учеб. пособие // А.В. Зозулёв, Н.С. Кубышина; под ред. С. А. Солнцева. – К.: Знания, 2011. – 421 с.

4. What is (Digital) Branding? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.ecommercewiki.org/Digital\\_Branding/Digital\\_Branding\\_Basic/What\\_is\\_\(Digital\)\\_Branding](https://www.ecommercewiki.org/Digital_Branding/Digital_Branding_Basic/What_is_(Digital)_Branding).
5. User Experience Statistics 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.amazedigital.com/ux-user-experience-statistics-2018/>.
6. ТОП-9 преимуществ digital-маркетинга при продвижении препаратов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://staffa.com.ua/index/top-9-preimushhestv-digital-marketinga-pri-prodvizhenii-meditsinskih-preparatov/>.

**Кадирус І. Г., к.е.н., доцент, доцент кафедри,  
Донських А. С., к.е.н., доцент кафедри,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
м. Дніпро, Україна**

## **ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНИХ МЕТОДІВ У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

В процесі розробки ефективної маркетингової стратегії на підприємстві виникає необхідність в пошуку найбільш оптимальних методів дослідження маркетингової інформації. Для цього використовують загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. У свою чергу, спеціальні методи дослідження, що використовуються для формування маркетингових стратегій, умовно можна поділити на такі групи: матричні, математичні, статистичні та методи прогнозування [1]. Останнім часом все більшого поширення набувають саме матричні методи, які є одним з інструментів маркетингового планування, аналізу та прийняття рішень стратегічного характеру.

Застосування матричних методів в більшій мірі базується на маркетингових дослідженнях. Вони вимагають повної і надійної інформації про стан ринків, сильних і слабких сторонах діяльності підприємства. Ці методи розробки стратегій визначають сьогодення і майбутнє положення підприємства в цілому з точки зору привабливості ринку і здатності підприємства конкурувати всередині нього.

В економічній літературі наводиться безліч різних матриць, які відповідають рівням стратегічного планування.

Для розробки маркетингової стратегії застосовують SWOT-аналіз, що пояснюється зручністю використання даного матричного методу в практичній діяльності. SWOT-аналіз дає можливість оперативно оцінити внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства одночасно, визначити його сильні сторони та можливості, паралельно дослідити переваги конкурентів, усвідомивши при цьому слабкі сторони та зовнішні загрози, які в подальшому можуть бути використані для формування маркетингової стратегії підприємства. В основі даної методології аналізу покладена теорія М. Портера про конкурентоспроможність підприємства у власній галузі. Процес SWOT-аналізу проводять на основі аналізу діяльності підприємства.

PEST/STEP – аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнесову діяльність підприємства.

SPACE-аналіз є одним з інструментом діагностики стану підприємства на ринку і визначення стратегічних альтернатив його розвитку. Цей метод дозволяє проаналізувати стан підприємства і умови його функціонування за наступними параметрами: конкурентні переваги, фінансове становище, привабливість галузі, стабільність економічного середовища. Кожен із цих параметрів складається з певного переліку факторів, що виражаються відповідними показниками. Оцінивши величину кожного фактора, необхідно розрахувати їх середнє значення всередині кожної з груп. Після цього будується в системі координат вектор рекомендованої стратегії для підприємства.

Суть методу «П'ять сил конкуренції за М. Портером» полягає в тому, що частка ринку і рівень прибутку підприємства визначаються тим, наскільки ефективно воно протидіє п'яти конкурентним силам: суперництву між продавцями всередині галузі; наявності привабливості товарів-субститутів; можливості входження в галузь нових конкурентів; впливу постачальників; можливості споживачів диктувати свої умови [3].

Матриця Ансоффа – аналітичний інструмент стратегічного менеджменту, призначений для визначення стратегії позиціонування товару на ринку. Являє собою поле, утворене двома осями – горизонтальною віссю «товари компанії» (поділяються на існуючі і нові) і вертикальною віссю «ринки компанії», які також поділяються на існуючі та нові. На перетині цих двох осей утворюються чотири квадранти.

Матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) є однією з найвідоміших матриць портфельного аналізу. Ця матриця є спрощеною методикою визначення стану підприємства та його продукції по відношенню до можливостей галузі. Для формування даної матриці потрібно дослідити такі фактори: частку ринку та темпи зростання [2]. Даний метод дає можливість визначити найбільш конкурентоспроможні підприємства. Проте застосування даного методу ускладнюється нестачею інформації щодо обсягів реалізованої продукції.

Логічним продовженням та узагальненням матриці БКГ є матриця «Дженерал Електрик / Мак-Кінсі» (GE/Mckinsey), яка є більш розширеною, оскільки складається з дев'яти квадратів, включаючи дослідження таких чинників, як привабливість ринку (низька, середня, висока) та оцінка конкурентного стану підприємства (низька, середня, висока). Найбільш сприятливі перспективи розташовані у квадраті у верхньому лівому куті. Застосування даного методу можливе на всіх стадіях життєвого циклу товару.

Наступною для аналізу є матриця Браунля-Барта (ADL/LC), в основі аналізу якої лежить концепція життєвого циклу галузі або підприємства. Даний метод формування маркетингових стратегій застосовується на бізнес-рівні. Основу матриці визначають ринкова позиція підприємства (лідер та послідовник) та стадія життєвого циклу товару (цільової галузі) підприємства (зростання,

зрілість, спад). Ця матриця є незамінною для галузей, життєвий цикл товарів у яких короткий, зокрема високотехнологічних галузей.

Отже, матричні методи відіграють важливу роль у формуванні маркетингової стратегії підприємства. Вони зручні і не дуже складні – саме цим пояснюється їх широка поширеність в бізнесі. Однак застосування тільки матричних методів не є достатнім, але у сукупності зі статистичними, комплексними аналітичними і соціометричними методами можна отримати стратегічний пакет рекомендацій для формування ефективної маркетингової стратегії у сучасному конкурентному середовищі.

### **Література:**

1. Завальнюк К.С. Матричні методи формування маркетингових стратегій підприємств / К.С. Завальнюк. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/Irina/Downloads/7376-14845-1-SM%20(1).pdf.
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.
3. Портер М. Міжнародна конкуренція: (пер. з англ.) / М. Потрер. – М.: Вільямс, 2003. – 496 с.

**Капінус Л. В., к.е.н.,**

*Національний університет харчових технологій  
м. Київ, Україна*

## **ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК НОВА ПАРАДИГМА ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

В період розвитку нової економіки сучасні підприємства звертаються до дизайнерського мислення з метою створення більш інноваційної підприємницької стратегії розвитку, орієнтованої на кінцевих споживачів. Підприємства, знаходячись в постійній конкурентній боротьбі, активно шукають ідеї для вирішення завдань. Тому саме творчий підхід, командна робота, клієнтоцентризм та оптимізм як головні складові дизайн-мислення допомагають формувати поведінку підприємств на споживчому ринку та більш краще розуміти своїх кінцевих споживачів. Дизайн мислення – це найуспішніша світова методика для створення інновацій, яку активно використовують у роботі такі компанії, як Facebook, Google, Apple, Procter&Gamble, Sumsung, IBM, ІКЕА.

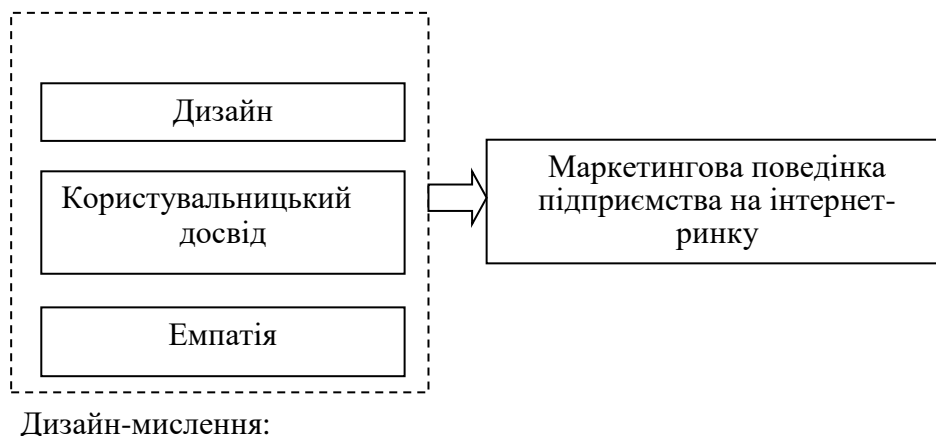
Гуру в області дизайн-мислення Г. Саймон (Herbert Simon) визначав «дизайн-мислення як процес, що завжди орієнтований на створення кращого майбутнього і пошук нових рішень для комплексних проблем в найрізноманітніших областях» [1]. Це процес вирішення проблеми, який складається з наступних етапів: 1) визначення проблеми; 2) дослідження; 3) формування ідеї; прототипування; 5) вибір найкращого рішення; 6) впровадження рішення; 7) оцінка результатів. В основі сучасного стенфордського

процесу дизайн-мислення лежить 5 етапів: 1) розуміння (підготовка розуму до інновацій); 2) фокус; 3) продукування ідей; 4) експериментування; 5) тестування. Як бачимо, сутність процесу залишилася схожою, відбулася лише інтеграція деяких етапів.

На думку Н. Удріс, «дизайн-мислення – комплекс світоглядних і методологічних установок, що сформувались на межі тисячоліть як реакція на виникнення нового економічного устрою з неминучою переоцінкою цінностей старої економіки» [4, с. 57]. Власне тлумачення «дизайн-мислення» дає Т. Браун (Tim Brown), інтерпретуючи його як «орієнтований на людину дизайнерський підхід до інновацій, що поєднує потреби людей, можливості технологій та вимоги до успіху в бізнесу» [2].

Вважаємо, що нову парадигму поведінкової економіки доцільно застосовувати в маркетингу підприємств, оскільки обидві теорії роблять акцент на споживачах. Тому такі поняття, як дизайн, користувальницький досвід, емпатія стають також невід’ємними елементами маркетингової поведінки підприємств, які шукають нові підходи до розуміння потреб, бажань та мотивів споживачів, шляхи формування споживчої лояльності. В нашому розумінні маркетингова поведінка підприємства – це поєднання закономірних дій, що відтворює сутність маркетингової діяльності, яка обумовлена впливом факторів макро– та мікросередовища, з метою досягнення цілей підприємства в ринкових умовах. Більшість рішень, які приймаються підприємствами, мають базуватися на здатності краще розуміти кінцевих споживачів на основі співпереживання (емпатії). Емпатія – вміння поставити себе на місце іншого – на місце споживача, уміння поглянути на світ його очима, зрозуміти його потреби, бажання, поставлені перед ним завдання [4, с. 57] рис. 1.

На маркетингову поведінку підприємств впливають методи стимулювання інновацій серед трудового колективу. Реалізація етапу «продукування ідей» підштовхує співробітників розкривати свій творчий потенціал, шукати нові ідеї, фокусуватися на процесі розвитку внутрішніх програм і платформ запуску та втілення нових ідей.



**Рис. 1. Дизайн-мислення в формуванні маркетингової поведінки підприємств**

*Джерело: на основі [5] з доповненням автора*

Відомо, що дизайн управляє почуттями, тому формування маркетингової поведінки підприємства має базуватися на створенні дизайн-орієнтованого бренда, який допоможе більш ефективно використовувати підприємницький потенціал та формувати раціональну поведінку, базуючись на розумінні вимог своїх клієнтів. Вважається, що більшість успішних брендів мають успіх не через велику ідею, а через розуміння «правильної» проблеми з боку споживачів.

Дизайн-орієнтований бренд має базуватися на принципах:

1. Принцип дизайнерського центризму, який базується на використанні інструментів дизайну для розроблення продуктів, послуг, середовищ та цифрового досвіду.

2. Принцип візуалізації майбутніх рішень, які втілюється через використання творчих методів художньо-технічного проектування товарів та послуг з метою вирішення бізнес-завдань.

3. Принцип взаємодії зі споживачами спрямовує дизайнерські орієнтири на мотиви, бажання та потреби споживачів в процесі творчого пошуку інноваційних рішень.

4. Принцип здібності до співпереживання (емпатії) відкриває нові творчі можливості до справжнього розуміння думок споживачів та співчуття людям, для яких розробляється інноваційний дизайн.

5. Принцип групового мислення та розкриття творчого потенціалу співробітників підприємства має базуватися на довірі та впевненості приймати креативні рішення. Необхідно розуміти, що творчість – це не здатність малювати чи писати, а спосіб сприйняття світу, людей, ситуацій.

Враховуючи все вище зазначене, вважаємо, що дизайн-мислення – творчо-психологічний підхід до формування маркетингової поведінки підприємства, який базується на основах дизайну, спостереженні та розумінні мотивів, потреб і бажань споживачів у формі співпереживання, та втілюється через креативний потенціал працівників відділу маркетингу. На сьогодні дизайнерське мислення є не лише частиною творчо-проектувальної діяльності, але й певним сценарієм моделювання маркетингової поведінки підприємства.

### **Література:**

1. Badke-Schaub P. Design Thinking: A Paradigm on Its Way from Dilution to Meaninglessness? / P. Badke-Schaub, N. Roozenburg, C. Cardoso // Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium (DTRS8). – Sydney, 2010. – P. 39-49.

2. Brown T., Wyatt J. Design Thinking for Social Innovation IDEO. – Link: [http://siteresources.worldbank.org/WBI/Resources/213798-1278955272198/Design\\_Thinking\\_for\\_SocialInnovation2.pdf](http://siteresources.worldbank.org/WBI/Resources/213798-1278955272198/Design_Thinking_for_SocialInnovation2.pdf).

3. Kolko G. Design thinking comes of age / G. Kolko // Harvard Business Review. – 2015. – September. – P. 66-71.

4. Удріс Н.С. Дизайн-мислення та дизайн-менеджмент (нові парадигми інноваційного ведення бізнесу) / Н.С. Удріс // Упаковка. Дизайн. – 2012. – № 6. – С. 57-60.

**Karpenko N. V., Doctor of Economics, Professor,**  
**Ivannikova M. M., Doctor of Philosophy, Associate Professor,**  
*Poltava University of Economics and Trade*  
*Poltava, Ukraine*

## **THE CONSUMER DECISION MAKING PROCESS**

Understand the Consumer Decision making Process is very important for marketers to successfully market their products and product line. Understanding the targeted market fully increases the efficiency of a marketing plan and yields better result from promotional plan. Understand the consumer decision making Process allow marketers to better address product information, location, packaging, campaigns strategies, changes, add new features, expand segmentation, and more. By knowing our target audience or regular consumers we can adapt the products much more to that which connects with consumer beliefs, culture, expectations, desires and needs to increase the sales volume, but also, to get consumers to repeat the purchase, become habitual buyers and build their loyalty to the brand.

Brand loyalty is the best element or value that companies can receive from their customers; loyal and satisfied customers purchase products of the brand or store repeatedly, recommend it to their friends, family, etc. and place good scores and reviews on surveys and social media.

The consumer decision making is a complex process that involves all the stages from problem recognition to post purchase activities. All the consumers have their own needs in their daily lives and these needs make them make different decisions. These decisions can be complex depending on the consumer's opinion about a particular product, evaluating and comparing, selecting and purchasing among the different types of product [2].

The Consumer or Buyer Decision Making Process is the method used by marketers to identify and track the decision making process of a customer journey from start to finish. It is broken down into 5 individual stages:

The first step of the consumer decision-making process is recognizing the need for a service or product. Recognition is driven by both internal and external stimuli. An internal stimulus occurs within consumer it could include basic impulses like hunger or a change in lifestyle. An external stimulus originates from an outside source, like a billboard or review from a friend. Need recognition, whether it occurs through internal or external means, prompts the same response: a want. To make a decision we must be motivated with some goal, desire or need. Which arises from our biological nature or our conceptions of the world around us? Some desires are physical, others emotional and others tactical and intellectual [3].

The human need has no limit therefore; the problem recognition is a repetitive in nature. According to Maslow theory, human being is always dissatisfied, when an individual's one need is satisfied another one will come out and this trend continues repetitively [2].

Once the need is recognized, the consumer is likely to search more product related information as he/she can before directly making a purchase decision.



However, different individuals are involved in search process differently depending on their knowledge about the product, their previous experience or purchases or on some external information such as feedback from others [2]. An individual can acquire information through any of the following sources:

Internal sources: individual's own experience, prior handling of a particular product, compare alternatives from their own memories depending on their own past experiences and knowledge.

Personal Sources: He might discuss his need with his friends, family members, coworkers and other acquaintances. Colleagues, peers, friends and family members are highlighted as another important source

Commercial sources: advertisements, sales people, packaging of a particular product in many cases prompt individuals to buy the same, displays.

Public sources: Newspaper, Radio, Magazine

Online and internet sources: With the enhancing role of internet in professional and personal lives of people, increasing numbers of individuals are turning to various resources in internet when searching for information about product categories or specific brands.

In this stage a customer is beginning to think about risk management. A customer might make a pro's vs. con's list to help make their decision. People often do not want to regret making a decision so extra time being put into managing risk may be worth it [8]. When it comes to choosing between alternatives humans tend to be skeptical, therefore they need all the information before spending their money. During this phase of Consumer Decision Making Process the consumer evaluates the entire positive and negatives aspects of the purchase. Due to the changing trends and online shopping sites the consumers are far more informed and are able to make better informed purchase decisions, and the larger the investment, more time and effort will be made in reflecting and searching for information.

After gathering enough information at the second stage, the consumer gets into comparing and evaluating the data collected in order to make the right choice. In this stage the consumer analyzes all the information obtained through the search and considers various alternative products and services compares them according to the needs and wants. Moreover, another various aspects of the product such as size, quality, brand and price are considered at this stage [2].

In choosing the product, we reduce our set of options to a small amount and select among these based on mental evaluations [3]. Usually we choose to compare between two objects or services to decide which is: «the best.» The only detail is that «the best» is perceived differently by each person, for example, for someone the best thing may be the cheapest price, for another, a yielding product, and practical or with certain specific characteristics.

In the stage of Purchase of the product or service, the consumer makes decision to make a final purchase as he or she has already reviewed all the alternatives and came to a final decision point. After going through all the above stages, customer finally purchases the product. The customer has now decided based on the knowledge gathered what to purchase and where to purchase what they desire. At this stage a customer has either assessed all the facts and come to a logical conclusion, made a

decision based on emotional connections/experiences or succumbed to advertising / marketing campaigns, or most likely a combination of all of these has occurred.

The purchase of the product is undoubtedly directly linked to the experience. After having made the choice, we have an experience with the product or service we chose. This can make us happy, annoy us, disappoint us or go unnoticed. Regardless of its effect on our lives, it can influence our future desires, strategies and choices [3].

Post purchase evaluation refers to a customer's analysis whether the product was useful to him or not, whether the product fulfilled his need or not and how satisfactory was the experience with the product, cover, overcome or disappoints its expectations? This is a key stage for the company and for the customer likewise. Did the product deliver on the promises of the marketing-advertising campaigns? Did the product match or exceed expectations? If a customer finds that the product has matched or exceeded the promises made and their own expectations they will potentially become a brand ambassador influencing other potential customers in their stage two of their next customer journey, boosting the chances of your product being purchased again. The same can be said for negative feedback which, if inserted at stage two, can halt a potential customer's journey towards your product badly finishing the customer journey [8]. Many companies tend to ignore this stage as this takes place after the transaction has been done. However, this stage can be the most important one as it directly affects the future decision making processes by the consumer for the same product. Therefore, this stage reflects the consumer's experience of purchasing a product or service.

This part of the consumer decision-making process involves reflection from both the consumer and the seller. As a seller, you should try to gauge the following:

- Did the purchase meet the need the consumer identified?
- Is the buyer happy with their purchase? [6]

Understanding the consumer decision-making process can help brands target their marketing. Everyone engages in some type of decision-making process, and successful brands should do everything they can to influence the consumer throughout their decision-making process [6].

To improve this step, marketers can ask to their customer fill surveys after purchasing to evaluate customer service, also can engage customers make a registration to the company web page. If marketers put themselves into the customer's shoes can help them steer the consumer towards the product, refine marketing material to capture consumer interest sooner and ensure the product makes it into consideration, and be selected as «the best option.» [6]

### **References:**

1. Bhasin H. (2018) Types of Decision making Process. Retrieved from: <https://www.marketing91.com/types-of-decision-process/>.
2. Dudovskiy J. (2013) Consumer Decision Making Process: a detailed analysis. Retrieved from: <https://research-methodology.net/consumer-decision-making-process-a-detailed-analysis/>.
3. EAE Business School (2018) Las 5 etapas del proceso de decisión del comprador. Retrieved from: <https://www.eaprogramas.es/empresa-familiar/las-5-etapas-del-proceso-de-decision-del-comprador>.

4. Gartenstein D. (2018) Types of Consumer Buying Behaviors & Product Decisions. Retrieved from: <http://smallbusiness.chron.com/types-consumer-buying-behaviors-product-decisions-10273.html>.
5. Juneja P. (nd.) Stages in Consumer Decision Making Process. Retrieved from: <https://www.managementstudyguide.com/consumer-decision-making-process.htm>.
6. Lucidchart Content Team (2017) Uncover the Consumer Decision-Making Process. Retrieved from: <https://www.lucidchart.com/blog/consumer-decision-making-process>.
7. McLeod S. (2018) Maslow's Hierarchy of Needs. Retrieved from: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>.
8. Professional Academy Website (nd.) Marketing theories – explaining the consumer decision making process. Retrieved from: <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---explaining-the-consumer-decision-making-process>.

**Кобченко М. Ю., аспірант,**  
*Полтавська державна аграрна академія*  
*м. Полтава, Україна*

## **МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕОРІЄНТАЦІЇ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ГОСПОДАРСТВ В ЕКОЛОГІЗОВАНОМУ НАПРЯМІ**

Загальні правила, механізми та принципи ведення органічного виробництва, як цільової основи ефективного екологоорієнтованого землекористування визначені в значній кількості міжнародних, національних та приватних стандартів. В Україні на момент проведення наших досліджень розроблені лише проекти детальних правил виробництва непереробленої органічної продукції (сировини) тваринного та рослинного походження, у тому числі грибів, органічної продукції (сировини) бджільництва та аквакультури, органічних морських водоростей, які на разі ще офіційно не ухвалені, оскільки знаходяться у процесі узгодження з чинним вітчизняним законодавством, локальними особливостями та можливостями сільськогосподарського виробництва.

Отже, перехід сільськогосподарського підприємства на органічне землеробство потребує виконання низки вимог і відповідної організації виробництва [1]. Для цього необхідна розробка науково-обґрунтованої стратегії розвитку органічного землеробства та побудова організаційно-економічного механізму її реалізації. Такий механізм повинен враховувати як економічну доцільність виробництва, так і його екологічний аспект. Зазначимо, що процес переходу до екологічного господарювання пов'язаний із 2 аспектами: технологічним (встановлює різницю між екологічним і традиційним землеробством) та еколого-економічним (оцінює результати господарювання у процесі екологічного й традиційного ведення галузі). Для переходу підприємств з традиційними методами господарства на етапі моделювання виробничих процесів застосовуються технологічні регламенти екологічного або органічного землеробства, які вважаються вхідними параметрами моделі.

Еколого-економічний аспект відображено у вихідних параметрах математичної моделі, тобто є результатом процесу моделювання агроєкосистеми, який і визначає доцільність підвищення рівня екологізації агровиробництва.

Оцінка поточного землекористування відбувається на першому етапі переходу від традиційного до органічного землекористування. Цей етап збігається з оцінкою придатності земель для ведення органічного землеробства. Якщо агротехнології придатні або обмежено придатні, тобто структура виробництва відповідає нормативним показникам екологічної оцінки, придатність ґрунтів для органічного виробництва визначається за ґрунтово-агрохімічними критеріями.

Для оцінки стану та параметрів поточного землекористування використовується двоетапний аналіз за допомогою побудови матриці вирашів в системі ігрового моделювання організаційної поведінки на першому етапі та тривимірних поверхневих контурних карт для оцінки розподілу учасників на другому етапі. Поверхневі контурні карти використовуються в розвідувальному аналізі даних тривимірні діаграми розсіювання. За допомогою таких експериментів можна виявити складні нелінійні взаємозв'язки між змінними. Крім того, вони корисні для наочного подання результатів аналізу, таких як кластерний аналіз. Аналіз параметрів поточного землекористування проведено в системі типової для лісостепової зони п'ятипільної сівозміни з набором таких культур: горох, озима пшениця, цукровий буряк, кукурудза на зерно, яровий ячмінь.

Для прикладу в таблиці 1 представлено дані для оцінки впливу виробничих витрат на ефективність виробництва гороху підприємств Полтавської області в розрізі отриманої врожайності.

Таблиця 1

**Вплив виробничих витрат на ефективність (рівень рентабельності) виробництва гороху підприємств Полтавської області в розрізі отриманої врожайності, %**

Групи виробничих витрат на 1 га	Групи підприємств за врожайністю гороху					Загалом за рівнем виробничих витрат
	до 20 ц/га	від 20 до 25 ц/га	від 25 до 30 ц/га	від 30 до 35 ц/га	понад 35 ц/га	
менше 5000 грн.	51,7	–	–	–	–	51,7
від 5000 до 7000 грн.	–	183,4	154,0	241,9	–	191,7
від 7000 до 9000 грн.	–	–	117,6	–	–	117,6
від 9000 до 11000 грн.	-23,4	20,7	65,3	56,7	115,9	75,4
від 11000 до 13000 грн.	-11,8	–	42,6	133,4	133,8	79,1
від 13000 до 15000 грн.	–	–	110,7	43,4	16,3	53,5
понад 15000 грн.	–	–	94,9	12,5	16,1	34,0
Загалом за рівнем врожайності	1,1	142,7	100,4	98,2	101,3	94,0

За даними таблиці можна констатувати, що максимальний рівень ефективності в 241,9% був зафіксований при дотриманні виробничих витрат не менше 5000, але не більше 7000 грн. на 1 га. За таких умов були отримані найбільш сприятливі умови отримання врожайності, яка сягає від 30 до 35 ц/га та цінових пропозицій в поточних ринкових умовах. Найменший рівень зафіксований у вигляді збитковості в 23,4%, що отриманий при витратах на рівні не більше від 11000, але не менше від 9000 грн. з причини недостатньої врожайності для покриття витрат – в середньому до 20 ц/га. Найбільшу ефективність за всіх варіантів формування врожайності отримано при виробничих витратах не менше 5000 та не більше 7000 грн. на 1 га посівної площі гороху. Найменшу результативність за всіх варіантів формування врожайності показали виробничі понад 15000 грн. на 1 га посівної площі гороху. Це говорить про те, що за поточних ґрунтово-кліматичних умов високі витрати не завжди забезпечуються достатнім рівнем окупності.

Таким чином, проаналізувавши процес суб'єктивної техніко-економічної трансформації господарств, можемо стверджувати, що вдалий вибір способу переходу від традиційного сільськогосподарського землекористування до оптимального є одним із ключових факторів, що визначатиме в майбутньому ефективність його ведення. Основними чинниками слід також вважати місцеві умови та традиції, реакцію сільськогосподарських культур на методи виробництва продукції, тип виробничих процесів, обраних агротехнологій для дотримання вимог згідно із принципами виробництва екологічної продукції, можливості введення стабілізаційного періоду з метою ліквідації негативних наслідків попереднього землекористування, ґрунтово-кліматичну зону, у якій розташоване аграрне підприємство, а також його розміри.

Незважаючи на всі перешкоди та ризики, переорієнтація аграрного виробництва більшості традиційних господарств в екологізованому напрямі можлива, а зміна свідомості агровиробників вкрай необхідна для майбутніх поколінь.

### **Література:**

1. Купинец Л. Е. Методология формирования комплексной оценки эффектов и эффективности создания органического производства / Л. Е. Купинец // Органічне виробництво і продовольча безпека. – Житомир: «Полісся», 2013. – С. 61–66.

**Маркіна І. А., д.е.н., професор, завідувач кафедри,  
Замикула О. В., аспірант,  
Полтавська державна аграрна академія  
м. Полтава, Україна**

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ**

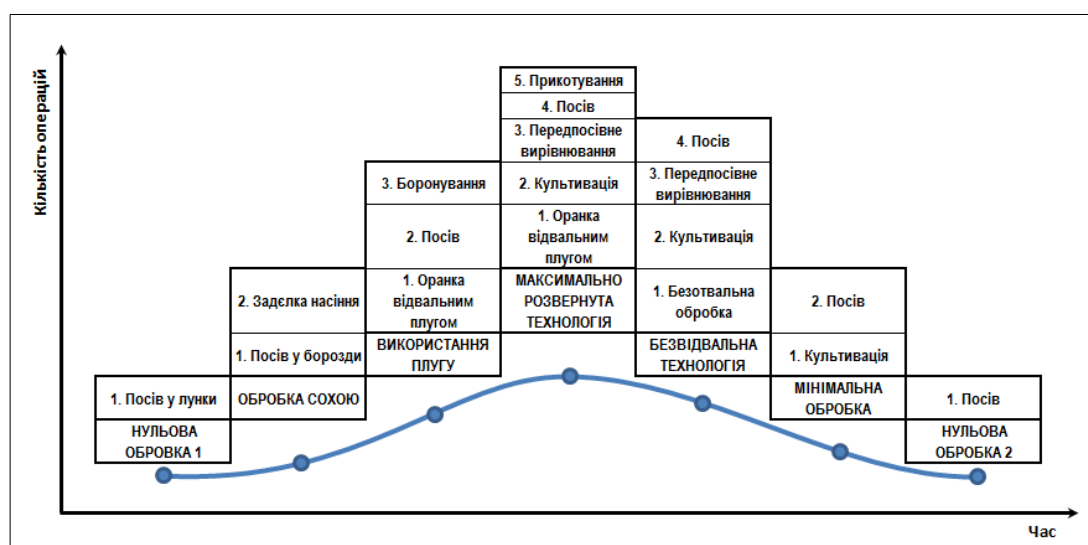
Проблемам енергоефективності української економіки присвячено чимало публікацій та досліджень. Витрати на енергоресурси становлять до 40-80% собівартості українських товарів. При цьому для виробництва аналогічного товару українські підприємства споживають в три рази більше енергії, ніж підприємства в країнах Євросоюзу. Враховуючи прогнози розвитку енергетичного ринку, які засвідчують підвищення ціни на енергоресурси в довгостроковій перспективі, відзначимо, що заходи з енергозбереження дають підприємствам можливість не тільки здешевити виробництво, але й підвищити свою конкурентоспроможність на внутрішньому та світовому ринку.

Виявлення джерел підвищення енергоефективності підприємств агропродовольчої сфери є складним завданням через відповідну специфіку діяльності та стратегічну значущість її продукції для національної економіки.

Базовою умовою для здійснення сільськогосподарського виробництва є наявність природних ресурсів, але за поточної системи сільськогосподарського виробництва основні затрати енергетичних ресурсів сільськогосподарської технології землеробства спрямовані на перетворення природних екосистем на агротехнічні системи з повним або частковим знищенням природних біоценозів. Тобто значна кількість енерговитрат йде на знищення природних та підтримку штучних умов. Це свідчить про нездатність економічних суб'єктів до визначення та використання економічно корисних якостей природних ресурсів та орієнтування здебільшого на ринкову кон'юнктуру сільськогосподарської продукції. Відбувається повна адаптація агропідприємств до умов ринку та небажання адаптуватися до умов господарювання. Через це підвищується енергоємність інвестиційних (через початкову підготовку земельних ресурсів до прийнятих сівозмін: розорювання, вирівнювання та інше) та виробничих (через постійну підтримку необхідних умов у вигляді системи захисту культур від бур'янів, хвороб та інше) процесів.

Додаткові енергетичні проблеми представляє не тільки мета технологій землеробства сільськогосподарських підприємств, але й спосіб їх реалізації. Описати перспективний розвиток технології землеробства з врахуванням принципу енергоефективності можна через методологію теорії вирішення винахідницьких завдань за допомогою лінії «розгортання-згортання», яка описує цикл життя технічної системи від її появи до заміни новою системою, що виконує аналогічну функцію. За моделлю еволюції технології обробітку ґрунту М. Шпаковського (рис. 1) система землекористування пройшла сім етапів [2; 6].

Сучасний етап розвитку технічних систем землеробства сільськогосподарських підприємств характеризується наявністю значних науково-технічних знань з управління всіма параметрами рослинницького виробництва, які є основою розгортання технологічної системи. Проте висока вартість енергетичних ресурсів та засобів хімізації ставлять актуальним питання пошуку способів згортання технологічної лінії. Раціональні методи обробітку, такі як прямий посів (no-tillage, без оранки), а також мульчуючий посів, які втілюють принципи згортання, отримують все більше розповсюдження. Знаковою відмінністю даного напрямку розвитку є зменшення енергоємності агротехнологій без порушення функціонального навантаження систем землеробства, яке досягається за рахунок більш повного використання природних механізмів.



**Рис. 1. Лінія «Розгортання-згортання» для технології обробітку ґрунту за моделлю М. Шпаковського [6]**

Підвищення енергоефективності можливо не тільки за рахунок зменшення енерговитрат, але й підвищення корисного виходу виробничих систем підприємств агропродовольчої сфери. Один з сучасних світових трендів – органічне сільське господарство активно набирає обертів у всьому світі.

Додаткові переваги для підвищення енергоефективності надає підвищення корисності не тільки основної, але й побічної продукції. Сьогодні в наявності значна кількість підприємств сільського господарства і харчової промисловості, які одночасно є постачальником сировини – біовідходів і споживачами традиційних видів енергії (газу, електроенергії і т. п.). В багатьох країнах експлуатуються біоенергетичні установки, що дозволяють значно економити інші види палива за рахунок переробки незатребуваної продукції, а в деяких випадках отримувати повну енергетичну автономію тваринницького комплексу. У Західній Європі не менше половини всіх птахоферм опалюються біогазом, а в Китаї до 60% автобусного парку в якості палива використовує біогаз. У світі частка альтернативних джерел становить до 20-50%. На Україні цей показник становить 0,01% [1; 3; 4; 5].

Таким чином, підвищення енергоефективності підприємств агропродовольчої сфери є багатоплановим процесом, що зачіпає всі етапи господарювання. Головною передумовою ефективного енергокористування агропідприємств є оптимальна структура виробництва, що відповідає економічним перевагам наявних природних ресурсів.

### **Література:**

1. Енергетичний та екологічний аналіз технологій виробництва енергії з біомаси // Аналітична записка БАУ № 8 / Г. Г. Гелетука, Т. А. Железна, О. І. Дроздова // Біоенергетична асоціація України. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.uabio.org/activity/uabio-analytics](http://www.uabio.org/activity/uabio-analytics).
2. Квятковська Л.А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства / Л.А. Квятковська // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – № 1 (48). – С. 85–89.
3. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2015 році. – К.: Міністерство екології та природних ресурсів України, ФОП Грінь Д.С. – 2017. – 308 с.
4. Потапенко В. Г. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки»: монографія / В. Г. Потапенко. – Київ: НІСД, 2012. – 360 с.
5. Ресурсономіка: теоретичні та прикладні аспекти [Монографія] / [Андрушків Б.М., Вовк Ю.Я., Погайдак О.Б. та ін.]. – Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2012. – С. 456.
6. Шпаковский Н. Эволюция технологий обработки почвы (историческая модель) / Н. Шпаковский // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pluga.net/technology/articles/04/>.

**Семененко О. В., к.е.н., доцент кафедри,  
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
м. Київ, Україна**

## **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Стрімкий розвиток нового тисячоліття, вихід України на ринкові горизонти стимулюють проведення досліджень і нових актуальних проблем економічної реальності, особливостей і механізмів поведінкової діяльності в умовах конкурентного середовища. У переліку таких проблем є розвиток сильної і гнучкої організаційної культури підприємства.

Досліджуючи процеси формування і розвитку даного феномену, Базилев І. А. [1, с. 33-34] пропонує оцінювати організаційну культуру за параметрами, які найбільше впливають на неї, серед яких: стимулювання праці; задоволення умовами і результатами праці; відповідальність і інформованість співробітників; морально-психологічний клімат в колективі; взаємовідносини з керівництвом; усвідомлення себе в організації.

Проте, і це слід особливо підкреслити, стверджувати про вичерпність визначення таких параметрів, особливо в період трансформації економіки, було б передчасно з огляду хоча б на ту обставину, що тільки за життя останнього



соціально-активного покоління громадян економіка України пройшла через потрібний список їх інтересів (суспільно-господарські, підприємницькі, приватні).

Беручи до уваги точку зору Базилєва І. А. та інших науковців щодо важливості використання вищезазначених параметрів організаційної культури, нами пропонується модель із двох загальних блоків на основі особистісних і загальних характеристик промислово-виробничого персоналу підприємства, які слід розглядати у вигляді системи показників.

Перший блок представлений особистісними чинниками: кваліфікаційним рівнем працівників; діловими якостями персоналу; якостями умов трудового життя і етикою поведінки персоналу. Другий блок містить чинники праці і соціальні чинники.

Представлена модель підтверджує точку зору Співака В., який визначає організаційну культуру як «...систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою...і проявляються в поведінці, взаємодії, прийнятті себе і навколишнього середовища» [2, с. 12].

Роль і значення організаційної культури проявляється в її функціях. Однією з таких функцій є мотиваційна функція. Головне завдання мотиваційної функції організаційної культури реалізується через процеси стимулювання і мотивування з акцентом на конкретні реально існуючі мотиви працівників. Реалізація цієї функції є базовим критерієм високої майстерності менеджерів і всієї системи менеджменту.

Ефективним компонентом організаційної культури в спрямуванні діяльності працівників для досягнення стабільної організаційної і емоційної поведінки співробітників може бути створення і використання обґрунтованої мотиваційної системи на підприємстві. Мотив це завжди орієнтація на реалізацію певної мети, тобто результат, якого працівники бажають досягти, тому останні відрізняються своїми мотивами так же само, як і підприємства які виробляють і реалізують свою продукцію споживачам. Одні працівники налаштовані на кар'єрне зростання, другі мають велике бажання отримувати високу заробітну платню, треті – до первинного джерела мотивації відносять спілкування і встановлення теплих і дружніх міжособистісних стосунків тощо.

Мотивація на рівні підприємства – головний чинник, що обумовлює внутрішнє бажання найманих працівників підвищувати продуктивність праці, забезпечувати стійке функціонування підприємства. Дослідження підтверджують той факт, що менеджери в іноземних компаніях, які проводили реструктуризацію чи перебудовували виробництво, зіткнулися з питанням, як забезпечити мотивацію тих працівників, які недостатньо впевнені в стабільності підприємства в результаті постійних змін. Опитування 1000 північноамериканських компаній у 2000 році показало, що більшість компаній, які зменшили обсяг виробництва, не спромоглися підвищити прибутки після звільнення працівників. Однією з головних причин цієї невдачі був занепад «робочої моралі, який вплинув на продуктивність і, своєю чергою, на прибутки» і стійкість підприємства. Водночас 68% компаній, які збільшили бюджет на навчання під час зменшення обсягу виробництва, звітували про прибутки, а 44% показали зростання продуктивності праці [2, с. 151].

Отже, щоб підприємство було ефективним, працювало стабільно в умовах змін, менеджери (а це основна вимога культури управління) повинні справлятися з труднощами мотивації, стимулювати бажання людей бути активними членами і учасниками його організаційної поведінки. Найважливішими інструментами організаційної культури і засобом мотивації управління персоналом є: а) доведення до персоналу місії підприємства. Сутність місії зводиться до наступного: менеджери, наймані працівники і співвласники підприємства повинні знати і усвідомлювати причини його існування і філософію стратегічного розвитку, місце на ринку товарів і послуг, соціальну значущість в задоволенні потреб споживачів; б) визначення і постановка цілей підприємства, працівників і їх деталізація. «Визначення цілей – це процес розробки, переговорів, що служать викликом для індивіда...» (3, с. 192);

в) визначення потреб, які бажають задовольнити наймані працівники. Потреби є важливою частиною мотивації, а їх реалізація на практиці допомагають менеджерам зрозуміти мотиваційну направленість працівників.

Аналізуючи структуру промислово-виробничого персоналу та його потенціал за рівнем освіти, віковими демографічними особливостями, економічним і культурним розвитком тощо, можна виявити потреби працівників, а відповідно мотиви, які спонукають до праці. Отже мотиваційний механізм є основним засобом, який спонукає людей до активної діяльності.

Практика фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, які діють в конкурентному ринковому середовищі дозволяє виділити три групи мотиваційних стимулів: зовнішні, внутрішні і соціальні [4, с. 8]. Іноземні фахівці до мотиваційних стимулів відносять лише внутрішні і зовнішні.

Внутрішні фактори-мотиватори – це ті, що прямо пов'язані з роботою і на які безпосередньо не впливає політика організації, це фактори які констатують кінцевий результат операційної діяльності підприємства. Внутрішні фактори включають: політику компанії, технічний нагляд, заробітну плату, умови праці та міжособистісні стосунки. Зовнішні фактори слугують винагородою за сумлінне виконання лише тоді, коли організація визнає це виконання [3, с. 192].

Для забезпечення стабільності в економічних та психологічних відносинах співробітників керівництву варто враховувати всі мотиваційні фактори (матеріальні і нематеріальні; соціальні і моральні; творчі і соціально-психологічні та інші) і забезпечувати їх ефективне спрямування для досягнення місії підприємства і її спрямування для розробки концепції функціонування і розвитку організації. При цьому із загальних вмотивованих напрямів організаційної культури, які суттєво впливають на управління персоналом принципове значення мають: досконала система стимулювання; баланс в розподілі ресурсів та фінансів між направленими на розвиток і оплату заробітної плати; створення на підприємстві такої системи оплати праці, яка б забезпечувала задоволення життєво важливих потреб найманих працівників і членів їх сімей; постійна робота керівного складу зі зниження норми виробітку і підвищення тарифів в оплаті праці; покращення режиму праці і технології виробництва; постійна професійна підготовка і перепідготовка промислово-виробничого персоналу, в тому числі економічна перепідготовка управлінського персоналу.

Наймані працівники, які відчують моральну і матеріальну підтримку будуть усвідомлювати свою значущість і значущість своєї праці, будуть дотримуватися трудової дисципліни, підвищувати свою трудову активність і саме головне, сприяти стійкому розвитку підприємства.

### **Література:**

1. Базылев И. А. Анализ влияния составляющих организационной культуры малого предприятия на эффективность его работы / И. А. Базылев // Управление персоналом. – 2011. – № 10. – С. 32-35.
2. Спивак В.А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
3. Організаційна поведінка / Д. Гелрігел, Дж. В. Слокум-молодший, Р. В. Вудмен, Н. С. Бренінг; [пер. з англ.] І. Тарасюк, М. Зарицька, Н. Гайдукевич. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. – 726 с.
4. Андрусь О. І. Мотивація як фактор управління діяльністю персоналу / О. І. Андрусь // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. пр. – 2014. – № 1 (146). – С. 7-14.

**Ширяєва Н. Ю., к.т.н., доцент,**  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*  
*м. Одеса, Україна*

## **МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНИХ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЙ**

В умовах економічної глобалізації і інтернаціоналізації актуальним питанням є управління нематеріальними активами будівельних бізнес-організацій. В структурі нематеріальних активів важливе місце займає бренд – торгова марка, що виступає одночасно як засіб ідентифікації, комунікації і, у випадку формування кола прихильників, як засіб створення додаткової вартості. Питанням оцінки цінності бренду присвячено праці зарубіжних та вітчизняних вчених, проте результати наукових досліджень вказують на те, що існує проблема підбору раціональної методики оцінювання вартості брендів, будівельних компаній зокрема. Вийти на конкурентний ринок, який зайнятий відомими брендами, новими марками, звичайно, дуже складно.

Цей процес вимагає значних інвестицій і ретельно вибудованої маркетингової політики. Відомо, що в оціночній практиці існує три підходи до оцінки бренду: витратний, порівняльний і прибутковий. Необхідно відзначити, що окремі методики розроблені в різних галузях економіки, це обумовило розходження в побудові оцінки вартості і сфери їх застосування. Отже, наведені обставини освітлюють актуальність наукових досліджень по суті теми.

Витратний підхід до оцінки бренду визначає вартість бренду як сукупність витрат на його створення і реєстрацію. Але результат такої оцінки виявляється не відповідним дійсній ринковій вартості бренду, тому оцінювачі його практично не використовують, хіба що для визначення нижньої межі діапазону, в якому знаходиться кінцевий результат. Він використовується переважно

для судових розглядів. Порівняльний підхід заснований на визначенні вартості бренду виходячи з інформації про операції з аналогічними торговими марками. Складність застосування даного підходу полягає у відсутності активно функціонуючого ринку по купівлі-продажу торгових марок, а також, іноді, і в недоступності інформації про ціни і дійсні умови подібних операцій. У фінансових колах використовується мультиплікативний метод оцінки вартості бренду. Як правило, до оцінки бренду застосовується прибутковий підхід, при цьому визначення вартості засноване до дисконтованої (приведеної до поточного періоду часу) вартості грошових потоків, які бренд може компанії принести в майбутньому. Прибутковий підхід передбачає застосування декількох методів оцінки. Серед фахівців з професійної оцінки популярністю користуються методи рейтингу / ранжирування, «звільнення від роялті» та сумарної дисконтованої доданої вартості.

Виходячи з практики, метод «звільнення від роялті» доцільно використовувати для операцій купівлі-продажу бренду, коли оцінюваний бренд належить тому виду бізнесу, що має в Україні практику видачі франшиз. До таких видів бізнесу відносяться торгівля споживчими товарами, продуктами, ресторанний бізнес, туристичні послуги і т. п. Розробка методик оцінки вартості бренду компаній Interbrand і V-RATIO належить фахівцям з маркетингу. Як фрагмент, в таблиці 1 наведено фактори і критерії, що використовуються в моделі Interbrand для визначення бренд-мультиплікатора.

Аналітичні дослідження: об'єктами досліджень виступили відомі будівельні бізнес-організації Одеського регіону [1; 2]. Для оцінки бренду попередньо на підставі звітної бухгалтерської документації було проведено діагностику економічного стану будівельних бізнес-організацій, що приймали участь в дослідженнях [3]. В процесі оцінювання вартості бренду будівельних підприємств використані такі методи: метод сумарних витрат; метод «сумарної дисконтованої доданої вартості»; метод «звільнення від роялті»; методики компаній Interbrand, V-Ratio, Brand Finance.

У ході аналітичних досліджень при використанні різних методик оцінювання бренду було виявлені розбіжності в результатах (табл. 1). Так, для бренду будівельних бізнес-організацій №1 вартість бренду по методиці VR BV & A складає 6,56 ум.од., а по методиці Interbrand – 4,25 ум.од. А ось для вартості бренду підприємства № 3, наприклад, більш вигідною є методика Premium Profit (14,29 ум. од.), аналогічно для будівельної бізнес-організації № 4 (11,99 ум.од.).

**Оцінка вартості бренду будівельних бізнес-організацій**

Метод	Будівельні підприємства			
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4
VR BV & A, тис. грн.	6,56	5,66	10,62	10,23
Interbrand, частка брендovих факторів в продажах, ум. од.	4,25	8,72	4,68	7,99
Відхилення від VR BV & A, тис. ум. од.	-2,31	3,06	-5,94	-2,24
Interbrand, частка бренду в продажах, тис. ум. од.	5,91	9,08	7,23	8,85
Відхилення від VR BV & A, тис. грн.	-0,65	3,42	-3,39	-1,38
Premium Profit, тис. грн.	5,31	7,44	14,20	11,99
Відхилення від VR BV & A, тис. грн.	-1,25	1,78	3,58	1,77

**Усереднена вартість бренду будівельних бізнес-організацій**

Метод	Будівельні підприємства			
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4
Interbrand, частка брендovих факторів в продажах, тис. ум. од.	4,25	8,72	4,68	7,99
Interbrand, частка бренду в продажах, тис. ум. од.	5,91	9,08	7,23	8,85
Premium Profit, тис. ум. од.	5,31	7,44	14,20	11,99
VR BV & A, тис. ум. од.	6,56	5,66	10,62	10,23
Усереднена вартість бренду, тис. ум. од.	5,51	7,73	9,18	9,76

Незважаючи на значні розбіжності в результатах оцінки, підходи компаній V-RATIO і Interbrand виявляються оцінками одного масштабу. Таким чином, з метою об'єктивного оцінювання вартості бренду будівельних бізнес-організацій доцільно використовувати різні підходи та проводити їх порівняльний аналіз. Враховуючи результати наукових досліджень, також пропонується проводити усереднену оцінку вартості бренду будівельних бізнес-організацій, яка наведена у табл. 2.

Висновки. 1. Бренд – це комплекс об'єктивно-віртуальних параметрів, що поєднує реальні характеристики товару та його суб'єктивний відбиток у свідомості споживачів разом з генерованими за допомогою інструментів маркетингу віртуальними перевагами та цінностями. Управління брендом – це процес управління торговими марками з цілю стратегічного збільшення вартості бренду. 2. Сфери використання оцінювання вартості бренду: фінансова (планування злиттів і поглинань; податкове планування; бухгалтерський облік та звітність; ліцензування і франчайзинг; забезпечення запозичень; відносини з інвесторами); нефінансова (управління брендом; формування портфеля брендів; стратегічне маркетингове планування; внутрішні комунікації; складання маркетингового бюджету; правові документи). 3. Напрями вдосконалення бренд-менеджменту для будівельних підприємств повинні реалізовуватися через зростання рівня якості маркетингової діяльності будівельних підприємств тому, що створення повноцінного бренду в умовах високої конкуренції неможливе без систематичної маркетингової підтримки. Продумана стратегія брендингу разом з чітким позиціонуванням будівельної продукції / послуг, яка

ґрунтується на глибокому знанні будівельного ринку, а маркетингова підтримка здатні сформувати справжній довгостроковий бренд. З позицій управління брендами важливо проаналізувати: стан конкуренції на ринку; рівень розвитку збутової мережі; які засоби комунікації використовуються; структуру інформаційного поля, в якому відбувається створення і управління брендом; можливості фірм впливати на цінову політику на ринку в цілому і в каналах розподілу. 4. З метою удосконалення системи бренд-менеджменту маркетинговим службам будівельних підприємств пропонується запровадити низку заходів, серед них: а) PR-етап (розміщення рекламних щитів по місту, трансляція по радіо, телебаченню, оформлення транспорту компанії у фірмовому стилі, розміщення контактної інформації бізнес-довідках, телефонних довідниках, реклама у спеціалізованих виданнях, розвиток сайту в Інтернет [4; 5]); б) укладання договорів з дистриб'юторами; в) мерчайдаїзинг і промо-заходи (оформлення місць продажів – розміщення POSM-матеріалів. Акція – «подарунок за покупку». Програма trade-promotion – стимулюючі подарунки та конкурси для продавців).

### Література:

1. Ширяєва Н.Ю. Управління розвитком виробничо-господарської діяльності будівельної організації. Технологічний аудит та резерви виробництва. Київ, 2012. – № 4 (26). – С. 11-12.
2. Ширяєва Н.Ю. Проблематика і завдання менеджменту та маркетингу будівельних організацій International Scientific Conference «Economy and society modern foundation for human development» Proceeding of the Conference Leipzig university October 31th 2016. С. 130-132.
3. Ширяєва Н.Ю. Авраменко В.Д. Методичний інструментарій менеджменту в будівельних організаціях. «Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку»: міжн.наук.-практ.конф. ОДАБА. Одеса: 24-25 листопада, 2016. С. 6-10.
4. Карнаушенко А.Ю., Ширяєва Н.Ю. Цінність CRM-системи в менеджменті будівельного підприємства. «Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології» Матер. XVII всеукр. студ.наук.-практ.конф. за міжн. участю 27 квітня 2016 р. С. 28-29.
5. Ажаман І.А., Ширяєва Н.Ю. Перспективи використання інтернет-маркетингу підприємствами будівельної галузі. «Маркетинг і цифрові технології»: зб. матеріалів III міжн.наук.-практ.конф. 25-26 травня 2018 р., Одеса. Одеса: ТЕС, 2018. С. 75-77.

# CROSS-BORDER COOPERATION, DECENTRALIZATION AND REGIONAL ECONOMICS

**Алмашій В. В., к.держ.упр.,  
головний спеціаліст відділу,  
Мукачівська міська рада  
м. Мукачево, Україна**

## ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ У КОНТЕКСТІ ПРИКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

Децентралізація є однією з форм розвитку демократії, що дозволяє розширити місцеве самоврядування, при збереженні держави та її інститутів, активізувати населення на вирішення власних потреб та інтересів, звужити сферу впливу держави на суспільство, замінивши механізмами саморегуляції, виробленими суспільством. Під децентралізацією розуміється перерозподіл владних повноважень та обсягів компетенції між центральним та місцевими рівнями організації публічної влади із зміщенням акценту на місцевий рівень в частині здійснення заздальгідь окреслених і гарантованих державою функцій. Вона визначається як один із ключових принципів розвитку демократії в державах Європейського Союзу і Ради Європи, основою їх регіональної політики.

Проблема обсягу повноважень органів місцевого самоврядування на прикордонних територіях сусідніх держав для здійснення їх співробітництва набуває в контексті трансформацій публічної влади через реформування органів місцевого самоврядування та перерозподіл обсягу повноважень між центральними владними структурами та територіальними громадами. Міжнародно-правовою основою транскордонного співробітництва України з європейськими державами стало приєднання України до Рамкової Європейської конвенції про основні принципи транскордонного співробітництва між територіальними громадами або органами влади 1980 року [1, с. 28].

У багатьох країнах одним із основних мотивів децентралізації є кращі перспективи місцевого розвитку. Це в повній мірі стосується й України. Місцевий та регіональний розвиток сьогодні є складовою частиною діяльності місцевих органів влади та територіального устрою в країнах Європейського Союзу. Надання органам місцевого самоврядування більших прав і повноважень дає змогу розвивати прикордонне співробітництво адже, перш за все, вирішується одна з проблем розвитку – фінансування. Сьогодні в Україні є безліч прикладів, коли органи місцевого самоврядування беруть активну участь у міжнародному співробітництві в рамках спільних проектів із містами-побратимами чи містами-партнерами, отримують гуманітарну або міжнародну технічну допомогу, співпрацюють з міжнародними неурядовими організаціями, взаємодіють з іноземними партнерами в рамках прикордонного

співробітництва. Але на законодавчому рівні всі ці види діяльності мають суттєві недоліки у правовому забезпеченні. Українське законодавство відносить питання міжнародного співробітництва та європейської інтеграції переважно до центрального рівня управління, а практична діяльність свідчить про необхідність децентралізації у цьому напрямі.

Ситуація із впровадженням сучасного управлінського досвіду в Україні також залежить від активної позиції залучених суб'єктів. В Україні кожен орган місцевого самоврядування самостійно вирішує, чи потрібно йому розвивати міжнародне співробітництво та у який спосіб. Відповідно до власних потреб на місцях можуть створюватись відповідні структурні підрозділи, призначатися відповідальні виконавці, розподілятися обов'язки та повноваження. Як правило, міжнародне співробітництво більш розвинуте у прикордонних територіях, де керівництво розуміє переваги цього виду діяльності.

Міжнародне співробітництво, зокрема між містами-побратимами та містами-партнерами, переходить на якісно новий управлінський рівень. Замість обміну делегаціями територіальні громади активно починають впроваджувати спільні проекти у різних сферах. Українські органи місцевого самоврядування, у більшості випадків, не готові самостійно розробляти проектні заявки і подавати їх до донорських установ, впроваджувати проекти та забезпечувати їх моніторинг без сторонньої допомоги [2].

Світовий досвід свідчить, що більшість громадян готові робити свій внесок у місцеві проекти, програми, стратегії розвитку, тоді, коли вони спроможні будуть брати участь у прийнятті рішень і відчуватимуть, що проект приносить певні результати. Дозволяючи місцевим громадам визначати, як потрібно планувати ту чи іншу програму розвитку, органи місцевого самоврядування цим самим зміцнюють їхні почуття власності та відповідальності за проект. Це створює персональну зацікавленість конкретного громадянина в успішному завершенні програми. Тому громадяни витратять більше часу та ресурсів на досягнення мети проекту, що, в свою чергу, допоможе досягти кращих результатів, аніж у випадку, коли рішення про заходи програми приймаються центральним урядом. Органи місцевого самоврядування можуть зробити розвиток більш сталим шляхом безпосереднього залучення громадян до реалізації проектів. Можливість брати участь у плануванні проектів, програм, стратегій розвитку на ранніх стадіях, в свою чергу, заохочує місцеве населення належним чином контролювати і захищати результати проектів. Передача окремих повноважень на місцевий рівень покращить процес прийняття рішень і визначення пріоритетів, кількість, якість та вартість послуг відповідно до уподобань місцевих користувачів послуг [3].

Стратегічна мета прикордонного співробітництва полягає у його спрямованості на гармонізований комплексний розвиток територій та поглиблення їх участі в міжнародних інтеграційних процесах. Тому, на нашу думку, у розвитку прикордонного співробітництва основну роль повинні відігравати місцеві органи самоврядування і територіальні громади прикордонних адміністративно-територіальних одиниць цих країн. В умовах реформи місцевого самоврядування, яка передбачає децентралізацію влади та надання більшої самостійності органам місцевого самоврядування, зокрема й



щодо залучення та використання фінансових ресурсів, по-новому розглядається роль територіальних громад у забезпеченні прикордонного співробітництва.

Водночас перед місцевим самоврядуванням постали виклики, які потребують ефективного та швидкого реагування:

- економічна неспроможність переважної більшості територіальних громад, органів місцевого самоврядування щодо здійснення власних і делегованих повноважень;

- недостатність ресурсів у бюджетах розвитку територіальних громад для інвестицій у інфраструктуру;

- криза комунальної інфраструктури, загрозлива зношеність теплових, водно-каналізаційних, водопостачальних мереж і житлового фонду;

- відсутність чіткого розподілу повноважень між рівнями, органами та посадовими особами місцевого самоврядування;

- відчуженість органів місцевого самоврядування від населення та їх корпоратизація;

- закритість і непрозорість діяльності, неефективне використання комунальної власності, земельних ресурсів;

- криза кадрової політики, системи підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації посадових осіб, службовців органів місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад;

- нерозвиненість незалежного суспільного сектору соціальних ініціатив і соціальної економіки з виробництва соціальних, культурних, побутових, інформаційних та інших послуг для населення;

- невикористання ресурсного потенціалу цього сектору у місцевому розвитку;

- нерозвиненість форм прямої демократії, відсутність у жителів навичок безпосередньої участі у вирішенні питань місцевого значення;

- соціальна дезінтегрованість територіальних громад і неспроможність жителів до солідарних дій із захисту своїх прав і відстоювання інтересів у співпраці з органами місцевої влади та досягненню спільних цілей розвитку спільнот;

- складна демографічна ситуація у більшості територіальних громад і погіршення кількісних та якісних параметрів людських ресурсів [4].

Суть місцевого самоврядного управління полягає у реальній можливості місцевого населення вирішувати питання розвитку громад та всіх важливих питань, що належать до компетенції місцевого самоврядування. Більшість з місцевого населення України взагалі вважає, що місцеве самоврядування також належить до органів державної влади, тобто місцеве населення не знає своїх реальних прав та можливостей впливу на ситуацію в їх регіоні. Як показує світовий досвід, за будь-яких форм місцевого управління державний контроль за діяльністю об'єднань органів місцевого самоврядування та їх посадовими особами, за дотриманням ними національного законодавства використовується завжди. У багатьох розвинених країнах місцевому самоврядуванню надані широкі повноваження, але існує чітка система державного нагляду та контролю за їх діяльністю, і здійснюють це, як правило, місцеві державні адміністрації. На сучасному етапі розвитку України як демократичної, соціальної та правової

держави актуальним є реформування системи об'єднань органів місцевого самоврядування.

На сьогодні проблема ефективності об'єднань місцевого самоврядування є однією з найважливіших. Головним чинником якісного управління є чіткий розподіл повноважень та компетенції між всіма органами державної влади як по горизонталі, так і по вертикалі, а також між органами державної влади та органами місцевого самоврядування. Важливим аспектом територіального розвитку є надання широких повноважень органам місцевого самоврядування під власну відповідальність, що має бути законодавчо забезпечено.

Децентралізація владних повноважень (передача частки повноважень органів центральної влади на регіональний та місцевий рівень) є найкращим засобом забезпечення ефективного місцевого самоврядування та якісного надання послуг населенню.

### **Література:**

1. Упровадження децентралізації публічної влади в Україні: національний і міжнародний аспекти / Г.Г. Динис, Т.О. Карабін, Я.В. Лазур, М.В. Менджул, Р.П. Натуркач, О.Я. Рогач, М.В. Савчин, І.С. Сухан, П.А. Трачук, І.В. Хохлова; за заг. ред. д-ра юрид. наук, проф. М.В. Савчина. – Ужгород: ТІМРАНИ, 2015. – С. 28.
2. Питання участі органів місцевого самоврядування України в міжнародному співробітництві. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pravo.org.ua>.
3. Корявець М.А. Роль децентралізації для регіонального розвитку в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pfirs.org/publikatsiji/item/31-rol-detsentralizatsii-dlia-rehionalnoho-rozvytku-v-ukraini.html>.
4. Короткий огляд реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. – [Електронний ресурс] // Інститут громадянського суспільства. – Режим доступу: <http://www.csi.org.ua/korotkyj-oglyad-reformy-mistsevogo-sam/#sthash.YEQRTMJU.dpuf>.

**Махначова Н. М., к.е.н., доцент,**  
*Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Вінниця, Україна*

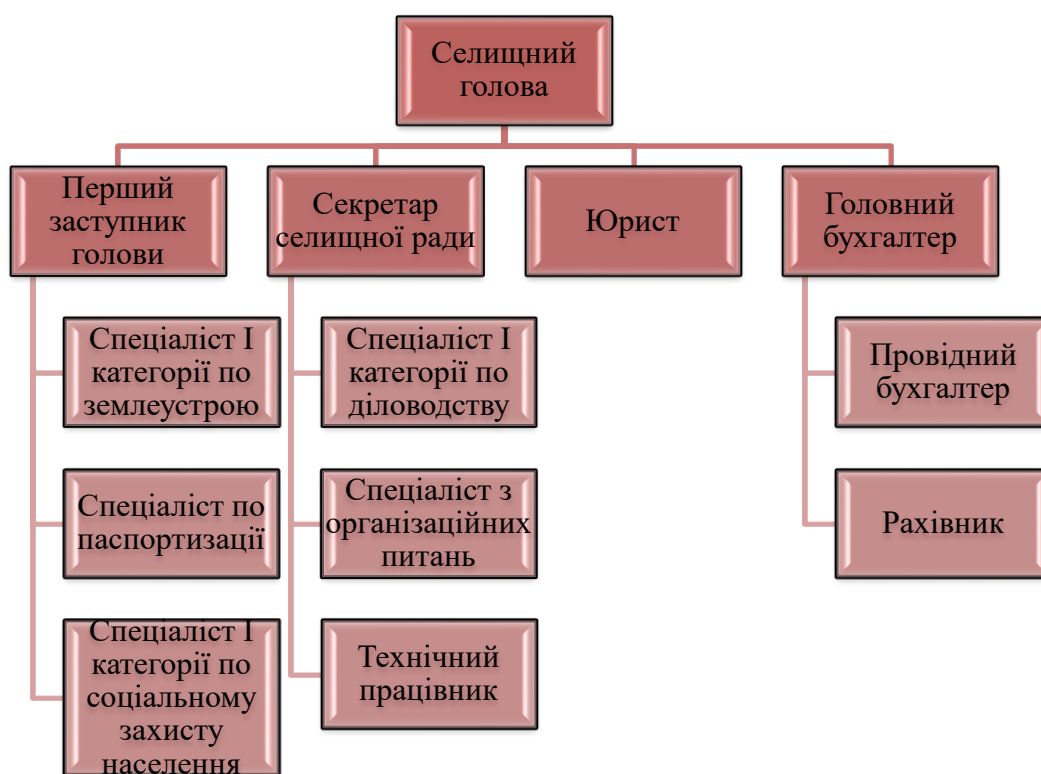
## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІВ УПРАВЛІННЯ ОТГ НА ПРИКЛАДІ ВОРОНОВИЦЬКОЇ ОБ'ЄДНANOЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Актуальність реформи децентралізації в Україні не викликає сумнівів ні в практиків, ні у науковців. Одним із рушійних кроків в даному процесі є добровільне об'єднання громад. Добровільне об'єднання територіальних громад ґрунтується на принципах конституційності та законності, добровільності, економічної ефективності, державної підтримки, повсюдності місцевого самоврядування, прозорості та відкритості, а також відповідальності [1].

Впровадження системи децентралізованого управління – це досить складний та довготривалий процес, який повинен бути чітко та ретельно

визначений. Слід звернути увагу, що в світовій практиці немає єдиної моделі децентралізованого управління, яку можна було б рекомендувати для застосування у всіх країнах. Громадянам слід усвідомлювати сутність та значення своєї діяльності, бачити кінцевий результат своєї праці, розуміти, що від кожного залежить добробут, стабільний економічний розвиток територіальних одиниць, їх фінансове забезпечення, виконання програм соціально-економічного розвитку [2].

18 грудня 2016 року було створено Вороновицьку об'єднану територіальну громаду, до якої увійшли селище Вороновиця та село Комарів Вінницького району Вінницької області. Село Комарів розташоване у 15 кілометрах від обласного центру, а його населення налічує 1277 чоловік. Зміна порядку фінансування та підпорядкування Вороновицької громади стали поштовхом до змін в організаційній структурі. На рис. 1. розглянемо організаційну структуру Вороновицької селищної ради до об'єднання в Вороновицьку ОТГ.



**Рис. 1. Організаційна структура Вороновицької селищної ради  
Вінницького району Вінницької області  
(до створення ОТГ 18.12.2016)**

Після прийняття рішення про створення ОТГ з'явилась необхідність реорганізації організаційної структури селищної ради. Було створено нові відділи, серед яких відділ фінансів, бухгалтерського обліку та звітності, відділ комунальної власності та земельних відносин, а також організаційний відділ. Також введено до штату нові посади, насамперед посада старости громади, що об'єдналася з селищем Вороновицею, а саме громада села Комарів. До реорганізованої організаційної структури селищної ради в об'єднаній громаді

планується включення ще таких відділів, як відділ освіти, культури, архітектури, що свідчить про потужні перспективи Вороновицької селищної громади в її економічному, соціальному та культурному розвитку.

Також для жителів Вороновицької ОТГ було створено Центр надання адміністративних послуг. Сьогодні центр надає близько півсотні різноманітних послуг. За період своєї роботи ЦНАП надав послуги більше п'яти тисячам громадян. Також в ЦНАПі працює державний реєстратор, яким у 2017 році було зареєстровано 170 прав власності на майно. З початку 2018 року – 415. Також у ЦНАПі послуги місцевим громадянам надають спеціаліст з Управління праці та соціального захисту населення Вінницької РДА та спеціаліст з Пенсійного Фонду, двічі на місяць у Вороновицю приїжджає спеціаліст із Бюро технічної інвентаризації. В режимі відео-конференцій громадян також консультують із Центру зайнятості. В перспективі – придбання обладнання для виготовлення ід-карток та закордонних паспортів. З початку 2018 року саме послуги, які надає державний реєстратор, очолили рейтинг найзатребуваніших серед населення. За ним (380 наданих послуг) – соціальні послуги та пенсійне забезпечення (155 послуг). У 2017 році ситуація виглядала дещо інакше: люди найчастіше звертались із питаннями соціального характеру (3398), на другому місці були запити щодо паспортної системи (507), а почесне третє місце займали питання з пенсійного забезпечення (481), що відображено в таблиці 1 [3].

Таблиця 1

**Звернення громадян до ЦНАПу Вороновицької об'єднаної територіальної громади (ос.)**

<b>Н/п</b>	<b>Назва послуги</b>	<b>2017 (рік)</b>	<b>2018 (1 півріччя)</b>
1.	Реєстрація права власності на майно	170	415
2.	Соціальні послуги	3398	380
3.	Пенсійне забезпечення	481	155

Одним із найпріоритетніших напрямів роботи по благоустрою громади є будівництво нових доріг. Невід'ємною частиною покращення якості життя є проведення централізованого водопостачання. З початку цього року у селі Комарів було збудовано 2 та капітально відремонтовано одну артсвердловину. Вороновицькою селищною радою замовлено комплексну топографічну висотну фотозйомку для визначення місць розташування майбутніх артезіанських свердловин та маршрутів прокладання водогонів.

Найвагомішим досягненням у сфері культури в 2017 році стало відкриття палацу Можайського після капітального ремонту фасадів пам'ятки архітектури. Фінансувався проект за кошти Європейського Союзу, а також субвенцій з обласного, районного та місцевого бюджетів (з бюджету ОТГ – 150 тисяч гривень).

Таким чином, об'єднані громади дійсно зацікавлені у великому фінансовому ресурсі: 60% ПДФО, державні субвенції на освіту, медичні заклади, розвиток інфраструктури. Фінансування між ОТГ і сільськими радами відрізняється суттєво, до того ж тільки об'єднаним громадам передаються землі, що знаходяться поза межами населеного пункту. Із Вінницького району першою ОТГ стала Вороновицька.

### Література:

1. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» / Урядовий кур'єр. – Офіційне видання від 11.03.2015. – № 44.
2. Дирів А.Б. Децентралізація влади та реформування місцевого самоврядування як етап формування нової ефективної системи управління / Дирів А.Б. // Проблеми розвитку публічного управління в Україні [Текст]: матер. наук.-практ. конф. за між нар. уч. до 100-річчя запровадження державної служби України (12-13 квітня 2018р., Львів). – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2018. – С. 39-41.
3. Офіційний сайт Вороновицької об'єднаної територіальної громади. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://votg.gov.ua>.

**Щербакова Е. В., к.э.н.,**

*Луганская государственная академия культуры и искусств  
г. Луганск, Украина*

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА КАК ДВОЙСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ**

Многоуровневый характер объекта управления социально-экономическим развитием территорий требует уточнения категории «регион», к которому будет применяться управленческое воздействие для достижения высокого уровня его социально-экономического развития. Вопрос представляет некоторую сложность. Под территорией может пониматься как государство в целом, так и его отдельные регионы. Учитывая, что уровень государственного социально-экономического развития составляет среднюю арифметическую величину показателей уровня социально-экономического развития его регионов, следовательно, акцент должен быть сделан на повышении эффективности управленческого воздействия на социально-экономическое развитие региона.

Наличие неопределенности в понятийном инструментарии категории «регион», обусловленных многообразием направлений и методологических концепций в современных региональных исследованиях, характеризуется отсутствием единого подхода к пониманию и определению категории «регион». При проведении анализа существующих определений, пониманий и трактовок этой категории, можно классифицировать их по основным обобщающим характеристикам.

В качестве первой характеристики можно рассматривать понимание термина «регион» как определенной части территории. Авторы [3] «регионом» называют определенную территорию, представляющую определенную целостность, отличающуюся от других (территорий) собственными особенностями развития и взаимосвязанностью составляющих элементов. Э. Б. Алаев [1] выделил определенные параметры использования термина «регион», а именно: «регион» может употребляться в качестве синонима термина «район», для обозначения любых территорий, по своим признакам не удовлетворяющих требованиям принятой системы территориального разделения и не позволяющих обозначить их другим понятийным аппаратом, для обозначения сопоставляемых таксонов, территориальных таксонометрических единиц определенного класса в конкретной системе таксонирования. В. В. Савалей [4]

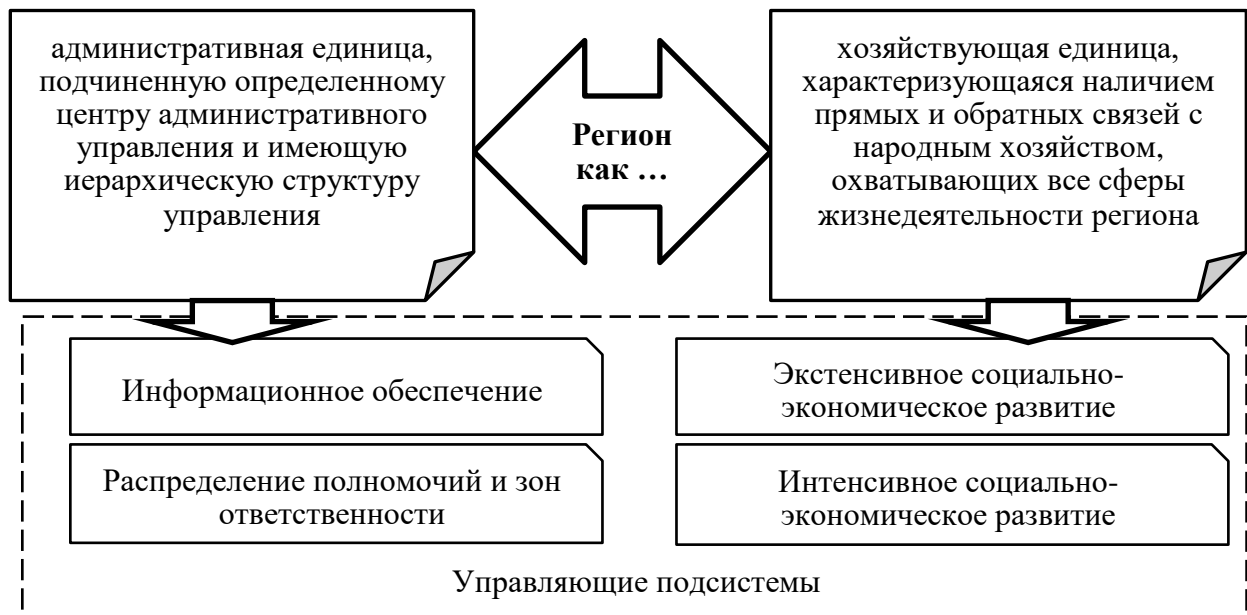
выделял локальный уровень, мезоуровень и макроуровень регионов. К первому относится административный район, город, промышленный узел, сочетание нескольких населенных пунктов, территориально-производственный комплекс. Второй уровень характеризуется административным образованием – край, область, республика, экономический район. Третий уровень обусловлен национально-государственным образованием, межгосударственным союзом, материковым и межматериковым пространством.

Второй характеристикой является понимание «региона» как целостной системы, состоящей из множества элементов, охватывающих все сферы человеческой активности. Е. Г. Коваленко [2] определяет регион как целостную систему со своими структурой, функциями, связями с внешней средой, историей, культурой, условиями жизни населения, которая характеризуется высокой размерностью, большим количеством взаимосвязанных подсистем различных типов с локальными целями, многоконтурностью управления, иерархичностью структуры, значительным запаздыванием координирующих воздействий при высокой динамичности элементов, неполной определенностью состояний элементов.

Третьей характеристикой взглядов на значение термина «регион» характеризуется наличием хозяйственных признаков. Такие исследователи, как А. И. Добрынин, Н. Д. Найденев и др. объединены общим видением значения термина «регион», формирование которого обусловлено совокупностью хозяйствующих субъектов, использующих общую производственную и социальную инфраструктуру, имеющими прямые и обратные производственно-экономические, ресурсные, финансово-кредитные и социальные связи с народным хозяйством, характеризующуюся определенной законченностью и замкнутостью определенной части социально-экономических процессов на данной территории.

В данном исследовании, исходя из результатов проведенного анализа понятия, термин «регион» будет пониматься как двойственная экономическая категория, а именно: с одной стороны составляющая административную единицу, подчиненную определенному центру административного управления и имеющую иерархическую структуру управления социально-экономическими подсистемами региона; с другой стороны хозяйствующая единица, характеризующаяся наличием прямых и обратных связей с народным хозяйством, охватывающих все сферы жизнедеятельности данного региона, инфраструктуры, обслуживающей эти связи и т. д.

Такая двойственность необходима для выстраивания схемы управленческого воздействия на процесс социально-экономического развития региона, где первая составляющая будет направлена на информационное обеспечение (определение потоков и каналов движения информации, количество и качество информации), распределение полномочий и зон ответственности (определение организационной структуры, наличие подчиненных связей, количество уровней в иерархии управления, зон ответственности каждого уровня в иерархии) субъекта и объекта управления. В свою очередь, вторая составляющая категории регион будет направлена на экстенсивное и интенсивное социально-экономическое развитие региона. Модель управления социально-экономическим развитием региона как двойственной экономической категории представлена на рис. 1.



**Рис. 1. Модель управления социально-экономическим развитием региона как двойственной экономической категории**

Учитывая сложность самого понятия «регион», управленческое воздействие на него необходимо осуществлять, применяя системный подход. Системная сущность регионального управления проявляется в том, что все элементы управления – цели, функции и структура системы, процессы, методы и т. д. – органически взаимосвязаны друг с другом.

Системный подход в управлении социально-экономическим развитием региона может быть реализован при помощи механизма управления, рассматриваемого как систему, в которой выделяются элементы, внутренние и внешние связи, наиболее существенным образом влияющие на исследуемые результаты функционирования. При этом цели каждого элемента определяются исходя из общей цели управления – повышения качества жизни населения региона.

Таким образом, рассматривая регион как объект управленческого воздействия на социально-экономическое развитие в качестве системы, которая характеризуется иерархией организованных подсистем, движением отдельных частей и, в совокупности, развитием, наличием или недостатком ресурсов развития. Для региональных экономических систем характерно сочетание социальной, экономической, экологической, информационной и других составляющих, наличие множества сложных элементов, большого разнообразия связей, циркуляция потоков материальных, финансовых и информационных ресурсов.

#### Литература:

1. Алаев Э. Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь / Э. Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 350 с.
2. Коваленко Е.Г. Региональная экономика и управление: [учеб. пособ.] / Е.Г. Коваленко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).
3. Регіональна економіка: Підручник / В. В. Журавель, О. В. Поспелов, Г. П. Рекун, В. Б. Родченко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 271 с.
4. Савалей В. В. Региональная экономика: [учеб. пособие] / В. В. Савалей. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 1994. – 102 с.

# ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND CURRENT ENVIRONMENTAL ISSUES

**Косінський П. М., аспірант,**  
*Луцький національний технічний університет*  
*м. Луцьк, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ОБЛАСТІ**

Однією з важливих соціально орієнтованих галузей промисловості будь-якої країни є легка промисловість. Адже, вона забезпечує населення країни різноманітними товарами народного вжитку, зокрема, одягом, тканиною, шкіряними, галантерейними виробами тощо.

Легка промисловість включає 25 підгалузей. До неї відносяться текстильна промисловість, бавовняна, лляна, вовняна, шовкова, трикотажна, швейна, шкіряна, хутряна, взуттєва та ряд інших галузей [1].

На початку 90-х рр. ХХ ст. легка промисловість України почала занепадати. Причин занепаду було достатньо [2, 3, 4, 5]:

- руйнація інфраструктури зовнішніх ринків збуту продукції; припинення надання державою дотацій підприємствам легкої промисловості;
- припинення надання фінансової допомоги підприємствам легкої промисловості;
- низький рівень маркетингу та менеджменту на наявних тоді підприємствах легкої промисловості;
- використання цільових коштів не за призначенням;
- не конкурентоспроможність продукції підприємств легкої промисловості області на зовнішньому та внутрішньому ринках та ін.

Не минула участі у процесі занепаду і Волинська область. В даному регіоні припинили свою діяльність стратегічно важливі, для потреб населення, заводи та фабрики.

Зокрема, припинили свою діяльність льонопереробні підприємства, які розташовувались тоді у м. Ковель, м. Камінь-Каширський та Любомльському районі (філіал від «Камінь-Каширський льонозавод») [6], луцька взуттєва фабрика, що працювали на власній сировині.

Сьогодні, складається враження, що наша держава не зацікавлена у розвитку власної легкої промисловості. Легка промисловість Волині наразі представлена, в основному, дрібними приватними підприємствами.

В області функціонує ще чотири великих підприємства – у Луцьку, Ковелі, Володимирі-Волинському та в Нововолинську. Щоправда працюють вони на умовах толінгу, тобто на давальницькій сировині. Іншими словами на Волині одяг шують, але волиняни його не бачать, бо увесь товар після пошиття відвозять до країн-замовників.



На власній сировині в даній області працюють лише такі підприємства як товариство «Продтранссервіс», яке спеціалізується на виготовленні нетканих матеріалів та виробів з них, приватне підприємство «Територія дитячої білизни», та фірма «Едельвіка», яка шиє жіночий одяг [7, ст. 7].

Підприємства легкої промисловості досліджуваного регіону спеціалізуються, головним чином на пошитті одягу. Динаміку виробництва основних видів одягу у Волинській області наведено в табл. 1.

Як бачимо кожного року обсяги виробництва різновидів одягу змінюється. Певне це пов'язано із зміною попиту на той, чи інший виріб.

Так, йде тенденція до зменшення виробництва комплектів і костюмів чоловічих та хлопчачих, спідниць та спідниць-брюків жіночих та дівчачих. Однак, спостерігається збільшення виробництва брюків чоловічих та хлопчачих, жакетів і блейзерів, суконь жіночих та дівчачих.

Таблиця 1

**Динаміка виробництва основних видів одягу у Волинській області**

Назва виробу	2015	2016	2017	Відхилення			
				2017/2016		2016/2015	
				Абсолютне, +/-	Відносне, %	Абсолютне, +/-	Відносне, %
Комплекти і костюми чоловічі та хлопчачі з тканини бавовняної або волокон синтетичних або штучних, виробничі та професійні, тис. шт	41,7	39,8	40,2	0,4	1,0	-1,9	-4,6
Брюки, бриджі чоловічі та хлопчачі з тканини бавовняної або з волокон синтетичних або штучних, виробничі та професійні, тис. шт	24,5	33,2	34,2	1,0	3,0	8,7	35,5
Жакети та блейзери (крім трикотажних), жіночі та дівчачі, тис. шт	54,9	48,7	76,5	27,8	57,1	-6,2	-11,3
Спідниці та спідниці-брюки (крім трикотажних) жіночі та дівчачі, тис. шт	114,0	99,1	107,7	8,6	8,7	-14,9	-13,1
Сукні (крім трикотажних) жіночі та дівчачі, тис. шт	16,0	34,5	34,7	0,2	0,6	18,5	115,6
Сорочки крім трикотажних, чоловічі та хлопчачі, тис. шт	301,6	296,9	297,1	0,2	0,1	-4,7	-1,6

*Джерело: побудовано на основі [8]*

Нажаль, легка промисловість Волинської області не використовує наявний потенціал. Адже, впродовж 2017 року обсяг реалізованої промислової продукції текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів становив 615,6 млн. грн., що склало 2,1% до обсягу всієї реалізованої промислової продукції [8].

Тому, постає завдання виявлення факторів, які гальмують розвиток легкої промисловості області.

Деякі науковці вважають, що ключовою проблемою, без розв'язання якої неможливо створити підґрунтя для вирішення нагальних питань розвитку легкої промисловості, є нерівні конкурентні умови на внутрішньому ринку [9].

Однак ми вважаємо, що головними проблемами, що блокують розвиток переробних підприємств легкої промисловості досліджуваної області є: відсутність власної сировини та високотехнологічного обладнання для її переробки.

Тому, держава повинна стимулювати виробництво власної сировини (відновити галузь льонарства; збільшити виробництво вовни, хутра, шерсті); надавати підприємствам легкої промисловості фінансову допомогу (відшкодовувати витрати) на закупівлю новітнього обладнання, знизити ставку податку; розробити ефективну державну стратегію розвитку підприємств легкої промисловості тощо.

### Література:

1. Сергєєва М. Продукція ПП «Аватон» користується заслуженим попитом серед покупців та відзначена найвищими державними нагородами / Міла Сергєєва // Місто вечірнє. – 2018. – 7 червня. – № 23 (1033). – С. 3.
2. Жарчинська О. Луцька взуттєва фабрика розграбована / Ольга Жарчинська // Вісник і Ко. – 2002. – 9 травня. – № 21 (318). – С. 5.
3. Сай В. А. Льон олійний – джерело натуральної сировини / В. А. Сай // Міжвузівський збірник «Наукові нотатки». – Луцьк. – 2012. – Випуск №39. – С. 168–171.
4. Шкарлет С. М. Стан та тенденції діяльності підприємств галузі льонарства в Україні / С. М. Шкарлет, А. М. Коробка // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Вип. 1. – С. 35–41.
5. Примакаов О. А. Шляхи розвитку льонарства в Україні / О.А. Примаков, І.О. Маринченко, М. П. Козерізенко // Економіка АПК. – 2013. – № 1. – С. 32–37.
6. Бізнес портал Луцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://toplutsk.com/biznews-news\\_11944.html](http://toplutsk.com/biznews-news_11944.html).
7. Костюк І. Волинські швачки одягають Європу / Ірина Костюк // Відомості. ua. – 2010. – 4–10 листопада. – № 44 (528). – 16 с.
8. Статистичний щорічник Волинь 2017 / Головне управління статистики у Волинській області / за ред. В. Науменка. – Луцьк. – 2018. – 457 с.
9. Черній Ю. Підсумки роботи легкої промисловості України в 2003 р. / Юрій Черній // Легка промисловість. – 2004. – № 1. – С. 5–6.

**Лісова Н. О. к.б.н., доцент,**  
**Гавришок Б. Б., к.г.н., викладач,**  
*Тернопільський національний педагогічний університет*  
*імені Володимира Гнатюка*  
*м. Тернопіль, Україна*

## **НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРИРОДНИЙ ПАРК «КРЕМЕНЕЦЬКІ ГОРИ» ЯК ЕКОЛОГО-ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ**

Національні природні парки є цікавими туристичними об'єктами. Особливий інтерес становить національний природний парк «Кременецькі гори» у зв'язку із зручним місцем розташування та наявністю великої кількості раритетних видів живих організмів. Особливу цінність становить рослинний покрив парку як автотрофний компонент, що забезпечує за допомогою фотосинтезу енергією та разом з гетеротрофним компонентом є запорукою нормального функціонування екосистем.

В природних екосистемах рослинний покрив представлений великим різноманіттям видів та життєвих форм. У всіх екосистемах рослинність відіграє особливо важливу середовищотвірну та самоорганізуючу роль. Вона визначає просторові, зорові кордони, їх структуру, внутрішній клімат, особливості ґрунтів, набір та розподіл тварин і мікроорганізмів, коректує та перетворює зовнішні взаємодії, врівноважує й гасить їх та направляє енергетичний обмін в цілому. Зелена рослинність є єдиним утворювачем первинної органічної речовини і основним нагромаджувачем енергії, на базі якої відбуваються хімічні реакції, фізичні та біологічні процеси в екосистемах [1].

З екологічної точки зору вивчення рослинності важливе перш за все в аспекті тієї специфічної, тільки притаманної їй роботи, яку вона виконує в екосистемі в якості матеріального компонента. Особливо важливе значення мають такі функції рослинного покриву, як вбирання із інших компонентів екосистем різноманітних речовин та енергії й синтез їх в первинні органічні речовини, що використовуються для побудови тіл рослин та на їхній внутрішній катаболізм; виділення рослинністю продуктів життєдіяльності, а з ними частини захопленої енергії при їх формуванні; повернення в атмосферу та ґрунт частини акумульованої енергії та речовини при відмиранні органів чи цілих рослин; перетворення рослинним покривом властивостей і станів інших компонентів екосистем в процесі росту, вбирання, нагромадження та виділення речовин та енергії [4].

Національний природний парк «Кременецькі гори» площею 6951,2 га розташований на півночі Тернопільської області у межах Кременецького та Шумського районів, межує з Рівненською областю, входить у склад Волино-Подільської височини.

У геологічній будові беруть участь осадові породи морського походження крейдового періоду мезозойської ери, третинного періоду кайнозойської ери та континентальні відклади четвертинного періоду.

В основі гір залягає потужна товща білої твердої крейди з включеннями чорного кременю. У складі верхньої крейди виділяється сеноманський, туронський, коньякський і сентонський яруси. Найбільш поширені серед них відклади сеноманського ярусу. Літологічний склад їх різноманітний: глауконітові піски та пісковики, вапняки та мергелі. Туронські відклади характеризуються одноманітним складом і представлені в основному білою крейдою і крейдоподібними вапняками.

Формування морфоскульптур на досліджуваній території тісно пов'язане з розвитком морфоструктур, яке почалося після відступу сарматського моря та встановлення континентального режиму і триває до тепер. Поступово звільняючись від моря, морфоструктури потрапляли під вплив екзогенних процесів, піддавалися їх обробці, внаслідок чого виник складний комплекс морфоскульптур. Головну роль у формуванні сучасного рельєфу даної території відіграли річкові та поверхневі текучі води. Вони створили найголовніші морфоскульптури – річкові долини, балки, яри [3].

Досліджувана територія дронується верхів'ями рік, у межах яких слабо розвинені тераси. Ріки мають неглибокий вріз, пологі схили з м'якими обрисами. Днища долин часто заторовані, заплави порівняно широкі. Врізані меандри відсутні. Тераси найбільш повно виражені в долинах Горині та Ікви.

Крім річкових долин з морфоскульптур, на даній території поширені яри та балки. Балки найбільш давні з названих форм ерозійного рельєфу. На Кременецькому горбогір'ї вони переважно (до 1 км), з крутим нахилом днища. Схили балок часто терасовані, покриті шаром делювіальних утворень різного літологічного складу й потужності. Звичайно у них переважає щербенисто-уламистий матеріал, піски та супіщано-глинисті осади покриті зверху відносно однорідною товщею лесових порід [2].

Досить поширені в межах досліджуваної території форми рельєфу, створені гравітаційними процесами: зсуви, обвали.

Температурний режим національного парку «Кременецькі гори» сприяє поширенню на його території мезотермних видів, таких як: *Thalictrum aquilegifolium* L., *Fumaria officinalis* L., *F. parviflora* Lam., *Hypericum perforatum* L., *Fragaria viridis* Duch., *Alchemilla gracilis* Opiz., *Polygala podolica* DC та ін.

На території національного парку прокладені еколого-туристичні маршрути. Зокрема, ботаніко-орнітологічний маршрут «Гора Вовча», яка розташована у гряді Гологоро-Кременецького кряжу в межах Тернопільської області і входить до Кременецького горбогірного лісового району. «Гора Уніас» – цей маршрут знаходиться на відстані 5 км від села Стіжок в сторону Малої Іловиці. «Данилова гора» – цінна пам'ятка історії та геологічна пам'ятка природи місцевого значення. Має зрізано-конічну форму з плоскою овально-втягнутою вершиною. «Гора Божа», до вершини цієї гори, де залягають потужні вапняки, приурочені дубові ліси з домінуванням дуба скельного – *Quercus petraea* (Mattuschka) Liebl., до нього приєднується *Pinus sylvestris* L., *Carpinus betulus* L., *Acer platanoides* L. «Замкова гора» – висота її сягає 397 метрів. Вона є цінною геологічною та історико-археологічною пам'яткою. Тут поширена формація *Koelerieta glaucae*. Домінує келерія сиза яка є едифікатором. Розсіяно тут ростуть *Vincentoxicum hirudinaria* Medik., *Minuartia*

*aucta* Klok., *Alissum gmelinii* Jord., *Stachys recta* L., *Dianthus deltoids* L., *Anthericum ramosum* L. тощо.

Територія національного парку характеризуються унікальністю рослинного світу. Досить відмітити, що вона багата рідкісними і зникаючими видами. Найбільш чисельні такі види червонокнижних рослин родини: *Orchidaceae* – 15 видів (40,5% від загальної кількості червонокнижних рослин); *Poaceae* – 3 види (8,1%); *Lamiaceae* – 3 види (8,1%); *Betulaceae* – 2 види (5,4%); *Solanaceae* – 2 види (5,4%). Є 5 видів (0,6% від загальної кількості видів) рослин занесених до ЄЧС, а саме: *Crataegus ucrainica* Pojark., *Chamaecytisus blockianus* (Pawl.) Klaskova, *Salvia cremenecensis* Bess., *Senecio besseranus* Minder, *Tragopogon ucrainicus* Artemcz.; 3 види (0,4%) занесених до ЧК МСОП: *Crataegus ucrainica*, *Chamaecytisus blockianus*, *Vincetoxicum rossicum* (Kleop.) Barbar.; 4 види (0,5%) занесених до БЕРН: *Pulsatilla latifolia* (L.) Mill., *P. grandis* Wend., *Dracosephalum austriacum* L., *Cypripedium calceolus* L. На території Голицького ботанічного заказника є 2 види (0,7% від загальної кількості видів) рослин занесених до ЄЧС: *Senecio besseranus*, *Carlina cirsioides* Klok.; 1 вид (0,3%) занесений до ЧК МСОП – *Carlina onopordifolia* Bess. ex Szaf., Kulcz. et Pawl.; 3 види (1,1%) занесених до БЕРН: *Pulsatilla latifolia*, *P. grandis*, *Carlina onopordifolia*.

Загалом, національний природний парк «Кременецькі гори» вирізняється багатством і унікальністю ландшафтів, різноманіттям природних ресурсів, рослинним світом, своєрідністю фауни, які доповнюються історичним і культурним насліддям.

### Література:

1. Андрієвський І.Д. Природно-ресурсний аспект розвитку України / [під. ред. І.Д. Андрієвського, Ю.Р. Шеляг-Сосонка]. – К.: Academia, 2001. – С. 40–75.
2. Лісова Н. Роль природно-заповідних територій в формування сучасної особистості / Н. Лісова // Scientific letters of Academic Society of Michal Baludabsky. – 2016. – № 4. – С. 72-75.
3. Лісова Н.О. Екологічні засади збереження рослинного покриву природно-заповідних територій Опільсько-Кременецького округу / Н.О. Лісова // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. – № 2. – С. 198-201.
4. Falińska K. Ekologia roślin / K. Falińska. – Warszawa: Wydaw. Naukowe PWN, 1997. – 454 s.

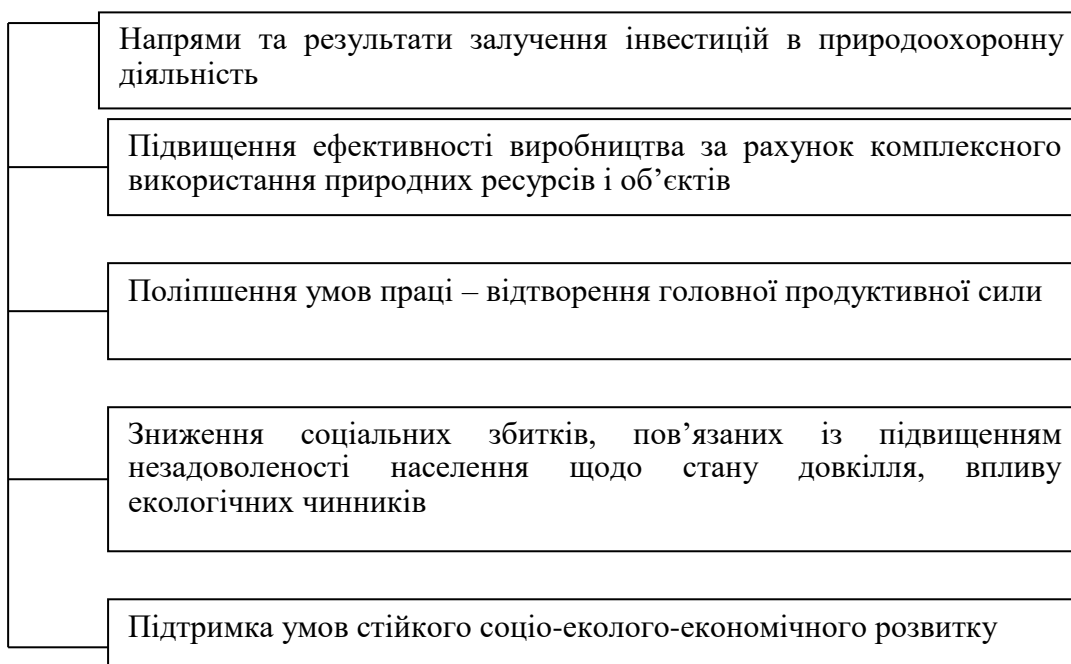
**Мейш А. В., к.е.н., доцент,**  
**Ядуха С. Й., к.е.н., доцент,**  
*Хмельницький національний університет*  
*м. Хмельницький, Україна*

## **ПРОСТОРОВИЙ ТА СИСТЕМНИЙ ПІДХОДИ ІНВЕСТИЦІЙ У РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ**

У масштабах країни, регіону однією з важливих цілей інвестицій у раціональне природокористування є поліпшення умов життєдіяльності людини, їх відтворення, оскільки екологічний стан безпосередньо впливає на здоров'я людини, може викликати різні захворювання, негативні наслідки на її фізичний і моральний стан, працездатність [1, с. 42].

Однією з особливостей інвестицій в раціональне використання природних ресурсів є просторовий підхід (у масштабах країни та регіону) щодо підтримки умов відтворення: засобів виробництва, предметів праці. Активна роль держави у регулюванні контролю і в здійсненні інвестицій у сфері, які забезпечують соціальний розвиток, призводить до високого рівня капіталовкладень в економічну інфраструктуру, наприклад, в енергетику, транспорт, зв'язок. Це також справедливо для практики регулювання та контролю інвестицій, насамперед, в раціональне використання природних ресурсів, оскільки це, у свою чергу, забезпечить економічний, соціальний та екологічний ефект.

Особливості і результативність інвестицій у раціональне природокористування по конкретних регіонах, містах, підприємствах, тобто за всіма рівнями організації та управління, визначаються за напрямками, наведеними на рис. 1.1.



**Рис. 1.1. Характеристика напрямів та результативності інвестицій у раціональне використання природних ресурсів**

Цілі інвестицій в раціональне використання природних ресурсів (рис. 1.2) мають такі особливості за функціями, які є загальними для всіх природокористувачів, а саме:

- раціональне використання ресурсів природи з урахуванням потреб природокористувачів;
- розвиток і вдосконалення соціо-економічних умов життєдіяльності людини;
- поліпшення якості і властивостей екосистеми;
- попередження та зниження екологічних ризиків і пов'язаних з ними соціальних, економічних ризиків самого підприємства-природокористувача;
- зниження ризиків контрагентів, тобто ризиків, які обумовлені спільним використанням природних ресурсів і об'єктів;
- зниження ризиків, пов'язаних з недостатнім розвитком організаційно-економічного механізму природокористування.



**Рис. 1.2. Основні параметри, принципова схема залучення інвестицій у раціональне використання природних ресурсів**

В інвестиції раціонального використання природних ресурсів може бути залучена велика кількість природокористувачів, оскільки в результатах цього процесу зацікавлено все людство. Ці інвестиції на відміну від інших форм інвестицій можуть швидше поєднати ресурси незалежно від форми власності.

Важливим з точки зору методології визначення ефективності екологічних інвестицій є питання щодо виявлення пріоритетності зниження системного ризику, який виникає за будь-якого інвестування, тому необхідно звернути увагу на класифікацію інвестицій.

Аналіз наукових праць свідчить, що в сучасних науково-методичних розробках відсутній системний підхід до класифікації інвестицій у природоохоронну діяльність. Існуюча класифікація інвестицій в економічній літературі мало адаптована до проблем раціонального природокористування. Як правило, в навчальній та науковій літературі розглядаються фінансові інвестиції [1; 42] та окремі форми організації природоохоронних інвестицій [3; 103], але відсутність взаємозв'язку різних напрямків інвестування природоохоронної діяльності не дозволяє здійснювати ефективну інвестиційну діяльність на практиці.

Запропонована класифікація дозволяє, враховуючи ознаки по вертикалі (зверху-вниз), отримати достатньо повну характеристику інвестицій природоохоронного призначення (табл. 1.1).

З точки зору форми, інвестиції природоохоронного призначення можуть бути віднесені до однієї з чотирьох груп: виробничих, фінансових, інтелектуальних та інших реальних активів.

Виробничі природоохоронні інвестиції виступають у двох основних видах: вкладення у розвиток власної діяльності – відтворювальні інвестиції – та розвиток інших підприємств, фірм, господарюючих суб'єктів. Виробничі природоохоронні інвестиції є найбільш поширеною формою в ринковій економіці.

До складу фінансових інвестицій входять цінні папери, що виражають відносини співволодіння (пайові цінні папери), цінні папери, які опосередковують кредитні відносини (боргові цінні папери), похідні фондові інструменти.

В даний час особливу роль набувають інноваційні проекти, пов'язані з екологічно важливими технологіями, які забезпечують розвиток екологічно чистих виробництв.

Природоохоронні інвестиції за своїми функціональними особливостями мають такі цільові призначення: задоволення потреб у природних ресурсах; удосконалення підтримки процесу екологічної рівноваги в екосистемі; збереження стійкого розвитку екосистеми.

Об'єктами вкладення інвестицій природоохоронної спрямованості є промислова сфера – основний споживач ресурсів і одночасно джерело забруднення навколишнього середовища – і непромислова сфера (благоустрій міст, рекреаційних зон та ін.).

За напрямками використання до природоохоронних інвестицій відносяться витрати на:



створення нових і реконструкцію існуючих основних фондів, що скорочують або запобігають негативному впливу господарської діяльності на навколишнє природне середовище;

модифікацію технології виробництва, яке здійснюється виключно з метою зниження або повної ліквідації його негативного впливу на навколишнє середовище;

модифікацію технології виробництва в частині, що забезпечує досягнення природоохоронних цілей.

Таблиця 1.1

### Класифікація інвестицій природоохоронного призначення

Ознаки класифікації	Характеристика інвестицій
1. Форма інвестування	Виробничі Фінансові Інтелектуальні Інші
2. Функціональне призначення	Використання природних ресурсів та об'єктів Відтворення природних ресурсів Охорона природних об'єктів
3. Об'єкти застосування	Промислова сфера Непромислова сфера
4. Напрями вкладення	Створення нових природоохоронних об'єктів Реконструкція діючих природоохоронних об'єктів Розробка нових і модернізація діючих технологій
5. Цілі застосування	Охорона та раціональне використання водних ресурсів Охорона повітряного басейну Охорона та раціональне використання ресурсів надр, ґрунту, лісів та ін.
6. Інвестиційний період	Довгострокові (більше 8 років) Середньострокові (3-8 років) Короткострокові (до 3-х років)
7. Склад	Початкові інвестиції Екстенсивні інвестиції Реінвестиції
8. Джерела фінансування	Міжнародні Регіональні бюджети Обласні бюджети Кошти природокористувачів Інші
9. Результати	Прибуткові: економічний, соціально-економічний ефекти Безприбуткові: екологічний та соціальний ефекти
10. Рівень важливості та актуальності	Екологізація підприємства, виробничої діяльності Соціально-екологічні проблеми в екосистемах Регіональні екологічні проблеми

### Література:

1. Берешко П.О. Фінансові інвестиції / П.О. Берешко – К.: Економіка, 2015. – 349 с.
2. Гуткевич С.О. Вплив соціо-екологічних чинників на трудові ресурсний потенціал / С.О. Гуткевич, В.О. Аніщенко // Економіка і управління. – 2016. – № 2. – С. 39-49.
3. Кашенко О.Л. Фінансово-економічні основи природокористування / О.Л. Кашенко. – К., 2001. – 419 с.

## **РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК ФАКТОР ЕФЕКТИВНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В РЕГІОНІ**

Розвиток внутрішнього туризму сільських територій є стратегічним вектором економіки регіонів, що передбачає розвиток туристичної діяльності як елемента диверсифікації економіки сільських місцевих утворень. Об'єкти сільського туризму на рівні регіонів показують готовність до обслуговування потоку туристів на регіональному рівні.

В одній з перших робіт по екологічному туризму дослідник Я. Б. Олійник припустив, що зростання інтересу до туризму пояснюється пошуками справжності в сучасному світі. Він виділив кілька туристичних «планів», або ступенів, по мірі їх справжності [3, с. 6]. Перший план виступає тільки як видимість, а задній – як сама реальність. Так, якщо турист зайнятий пошуками реальності (достовірності), він бажає отримати доступ до останнього плану. Він хоче бачити реальність не такий, як це зроблено спеціально для нього (музеї, штучні пам'ятники, готелі), а життя в тому вигляді, як її ведуть місцеві жителі. Однак саме тут виявляється різниця між мандрівником і туристом – якщо мандрівник якраз отримує доступ до цього заднього плану, то турист – немає, він живе в готелі, бачить зроблені для нього пляжі, ресторани, спеціально одягнених місцевих жителів. Головне для туриста – не помітити, а взяти участь в колективному ритуалі, стати членом спільноти «бачили» цей пам'ятник або ландшафт. Але ідеальний турист все ж прагне стати мандрівником [2, с. 56]. Саме мандрівник і є потенційним екотуристом. Щоб зрозуміти, на підставі чого можливе ділення на туриста і мандрівника вирішено було використовувати концепцію габітусу П. Бурдьє.

У підсумку ми бачимо, що найважливішими передумовами в розвитку екологічного туризму стають в країнах, що розвиваються – державне стимулювання розвитку туризму з метою залучення іноземних туристів. Завдяки цій моделі туризм розвивається в першу чергу з метою отримання прибутку. А в розвинених країнах йде стимулювання розвитку внутрішнього туризму, тобто, еко туристи часто подорожують по своїх же країнам. Не менш важливий і габітус потенційного туриста, який обумовлює у мандрівника інтерес до спостереження за реальним життям, а у власне туриста виключно бажання побачити і стати членом спільноти «бачили» цей пам'ятник або ландшафт. Інтерес держави в розвитку цієї галузі туризму та інтерес конкретної людини, як раз і стають тими передумовами, що стимулюють розвиток екологічного туризму в усьому світі.

Екологічний туризм (екотуризм) -це різні варіанти подорожей, присвячених відпочинку в екологічно чистих місцях, вивчення природного середовища та унікальних природних об'єктів. Це може бути похід в ліс або гори з ночівлею біля багаття, велосипедна прогулянка по заповідних територіях і паркам.

Досить поширеним типом екологічного туризму є волонтерські походи, спрямовані на прибирання сміття на будь-якій природній території та екологічні акції. Екотуризм істотно відрізняється від інших форм своїм позитивним впливом на сталий розвиток природних територій, виражене в балансі екологічних, соціально-культурних та економічних впливів туризму. Екологічний туризм включає використання піших походів екологічних видів транспорту: човни або плоти, велосипеди, параплани; збір ягід, грибів, а також лікарських рослин; спостереження за дикими тваринами; рибну ловлю або полювання. В першу чергу, екотуризм передбачає дбайливе ставлення до природи, додаток максимальних зусиль до її збереження. Екологічний туризм нерідко поєднується з іншими цілями подорожі, такі як, скелелазіння і сплав по річках; покупки в місцевих магазинах з різними екскурсіями. В останні роки екотуризм став розвиватися активніше, тому що зростанням міст залишається все менше місць, де можна відпочити, насолодитися співом птахів, не почувши шуму проїжджаючих автомобілів, і все більше людей прагнуть відвідати місця, де це ще можливо.

Для ефективного розвитку екотуризму в регіонах, на нашу думку, необхідна реалізація наступних напрямків:

1. Інвентаризація біоти та ландшафтів особливо охоронюваних природних територій (ООПТ), створення інтерактивних електронних баз даних в мережі Інтернет на офіційних сайтах ООПТ і Адміністрації регіону.

2. Підготовка та працевлаштування професійних екологів-екскурсоводів та гідів.

3. Перетворення мережі ООПТ регіонів в систему з власною адміністрацією і централізованим управлінням.

4. Створення «Агентства з екотуризму», що координує і контролює роботу екотуроператорів, що розробляє маршрути, програми і регламенти відвідування ООПТ і інших природних об'єктів регіону, що здійснює моніторинг рекреаційної діяльності.

5. Реальне залучення місцевих жителів до екотуризму на ООПТ і за їх межами, підвищення їх зайнятості та зацікавленості в цій сфері.

6. Впровадження біологічних і екологічних знань, етики в систему освіти дитячих садків, шкіл та вузів регіонів в цілому, пропаганда екотуризму.

Кількісна оцінка реального туристко-рекреаційного потенціалу території є досить складним завданням, обумовленої двома основними проблемами.

По-перше, складність поняття «туристсько-рекреаційний потенціал» носить комплексний характер. Якщо уявити підсумкову оцінку туристично-рекреаційного потенціалу як залежну змінну, то кількість незалежних факторів, що впливають на неї, може обчислюватися десятками і навіть сотнями. У той же час вага кожного фактора може дуже сильно варіюватися від регіону до регіону. Один фактор насправді здатний зробити дестинацію привабливою, в той же час якщо в процесі статистичного аналізу не виробляти ніякого зважування, роль такого фактора загубиться. У свою чергу, визначення ваг факторів також є непростим завданням.

По-друге, недолік статистичної інформації і відсутність в системі статистики туризму як великого міжгалузевого комплексу. Незважаючи на те,

що останнім часом випускаються окремі статистичні збірники, присвячені туризму, інформація в них досить мізерна і є вторинною, т. б. зібрана спеціально для освітлення туристської проблематики.

Збереження унікальних еко об'єктів передбачає формування і розвиток екосистемного управління на територіях місцевих утворень в регіону [1, с. 125]. В країнах, що розвиваються поштовхом для розвитку туризму стає державне стимулювання розвитку туризму. І розвиток цього туризму відбувається, в основному, з метою залучення іноземних туристів. На противагу цьому, в розвинених країнах Європи і в США в першу чергу йде розвиток внутрішнього туризму, тобто, екотуристи часто подорожують по своїх же країнам (зокрема по національних парках).

### **Література:**

1. Дмитрук О. Ю. Екотуризм: навч. посіб. / О. Ю. Дмитрук, С. В. Дмитрук. – К.: Альтерпрес, 2009. – 358 с.
2. Кузьменко О. Екологічний туризм: поняття та особливості організації / О. Кузьменко // Схід. – 2002. – № 2. – С. 68.
3. Олійник Я. Б. Екологічний туризм на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України в міжнародний рік екотуризму та гір / Я. Б. Олійник, В. І. Гетьман // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Географія. – Вип. 48. – К.: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2002. – С. 5–11.

**Тур О. М., к.е.н., старший викладач,  
Пригара І. О., к.е.н., старший викладач,  
Новикова І. В., к.е.н., старший викладач,  
Шосткинський інститут  
Сумського державного університету  
м. Шостка, Україна**

## **НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ**

За роки незалежного правотворення в Україні створено розвинене й розгалужене екологічне законодавство, що регулює різноманітні суспільні відносини щодо охорони навколишнього природного середовища.

Правове регулювання формування та реалізації еколого-орієнтованої стратегії є одним із найважливіших завдань еколого-економічного права. Розроблена та прийнята до впровадження стратегія еколого-орієнтованого розвитку національної економіки визначає майбутній стан і перспективи розвитку національної економіки в галузі природокористування.

Аналіз характеристик основних нормативно-правових актів соціо-еколого-економічного змісту [3] дозволяє зробити висновок про можливість імплементації механізмів фінансування і реалізації стратегій еколого-орієнтованого розвитку в практику державного управління національним

господарством. Зважаючи на актуальність завдань щодо впровадження механізмів фінансування та взаємоузгодження стратегій в Україні, розглянемо основні їх елементи та взаємозв'язки між ними.

Фінансові ресурси держави здійснюють обіг, який починається із сплати коштів до бюджету від суб'єктів національної економіки із подальшим їх перерозподілом на відповідні заходи з охорони навколишнього природного середовища національної економіки. Такий обіг фінансових ресурсів супроводжується відповідними контролюючими діями з боку державних органів влади.

Важливим питанням під час формування та реалізації стратегії еколого-орієнтованого розвитку, крім її фінансування, є питання щодо розподілу функцій і повноважень серед суб'єктів національної економіки, які беруть участь у формуванні та реалізації стратегії.

Необхідно зазначити, що питання стосовно розподілу функцій та повноважень серед державних органів влади у процесі формування та реалізації стратегії еколого-орієнтованого розвитку національної економіки регламентуються такими законодавчими актами: Конституція України, Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», Закон України «Про екологічну експертизу», Постанова Верховної Ради України Про основні напрямки державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки» тощо [3].

Згідно законодавства України ініціатором розробки національної стратегії може бути Кабінет Міністрів України чи Верховна Рада України. Підготовку проекту національної стратегії покладено на Кабінет Міністрів України. Проект національної стратегії затверджується Верховною Радою України і передається Кабінету Міністрів для формування документа національної стратегії. Контроль та реалізація стратегії покладені на Кабінет Міністрів України та інші виконавчі органи влади. Припинення реалізації національної стратегії можливе Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів. Джерелами фінансування розроблення та реалізації національної стратегії є Державний бюджет України [2; 3].

Із вище зазначеного випливає наступна фінансово-організаційна схема процесу розроблення, затвердження та реалізації національної стратегії (рис. 1).

Процес формування, реалізації і фінансування стратегії еколого-орієнтованого розвитку національної економіки розбивається на три складові – фінансування стратегії, формування та затвердження стратегії, реалізація стратегії.

Виходячи з вищевикладеного, для удосконалення процесів формування та реалізації еколого-орієнтованої стратегії національної економіки доцільно запропонувати таке:

– фінансування, реалізація стратегій та їх формування мають стати відкритими процесами для будь-якого громадянина України. Контроль з боку суспільства за фінансуванням, розробкою та впровадженням стратегії надасть документу стратегії характеру обов'язковості для різних поколінь можновладців, дозволить своєчасно формувати документ стратегії та здійснювати задекларовані в цьому документі цілі і завдання, підвищити соціальну та фінансову відповідальність уряду перед суспільством;



## Література:

1. Толстов В. М. Національна економіка: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / В. М. Толстов, Л. С. Цибульський. – К.: ДЕТУТ, 2014. – 186 с.
2. Подпорина И. В. Бюджетное регулирование национальной экономики / И. В. Подпорина // Национальная экономика: учебник / [Абалкин Л. И., Абрамова М. А., Алексеев А. И. и др.]; под ред. П. В. Савченко. – М.: Экономистъ, 2005. – С. 509–526.
3. Електронна база «Законодавство України» – Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу до документів.: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>. – (актуально на 22.09.2018).

**Tiutiunnyk H. O., Postgraduate Student, Junior Researcher,**  
*Institute of Market Problems  
and Economic&Ecological Research  
of the National Academy of Sciences of Ukraine  
Odesa, Ukraine*

### **ECONOMIC AND ORGANIZATIONAL SUPPORTING OF CONCENTRATION THE ECOLOGICALLY CLEAN LAND AS THE BASIS OF EFFECTIVE ECOLOGIZATION THE LAND MANAGEMENT**

Changing the direction of the natural resources usage, in particular land, in the field of agriculture to the ecologically oriented, the formation of ecologically clean lands and their concentration requires the elaboration of a new model of management.

The main task in the sphere of land use is the improvement of the system of use and reproduction the natural resources that would ensure the rational use of productive lands on the basis of ecologization, protection and protection as part of the environment, preservation, multiplication and reproduction of their productive power as a resource [1, p. 93-113].

The process of multiplying and reproducing land resources with a natural qualitative state is the formation and concentration of ecologically clean lands. Concentration of agricultural land has economic, resource and property components. Concentration of ecologically clean lands is considered as a partial case of joining especially valuable lands for their preservation and obtaining safe and high-quality products.

Ecologically clean agriculture involves significant costs and risks at the initial stages of the process of transferring eligible land to a status of ecologically clean. The process of concentration is closely interwoven with the biological peculiarities of microorganisms, plants, animals, and, in general, biotic processes in agrolandscape, which are characterized by their laws of manifestation, development and distribution.

Ecologically clean agriculture, the formation of land and concentration, respectively, require a three-year period, during which the landowner or landuser can not make a profit and as a result of payment for the relevant plots of land he can be loss. Thus, the development of an ecologically clean land mass as a living system

requires significant support, especially the formation of economic mechanisms for stimulating landowners and land users to transition to ecologically clean agricultural production [2, p. 148].

The processes of formation the ecologically clean land masses and their concentration have potentially multi-channel investment base, the tools of which can be used to regulate its development. The search for new financial instruments is a priority task, along with the adaptation of existing ecologically oriented use of land resources to the needs.

The main condition of agricultural sustainability is the full compliance of the use of land resources with landscape-specific features and the preservation of their ecological characteristics. In order to prepare the grounds for creating ecologically clean areas in agricultural enterprises, attention must be paid to measures of improving land use (Fig. 1).

To convert the land masses into ecologically clean it is necessary to carry out measures at all levels concerning their transformation in accordance with local agroecological characteristics of each separate territory.

Land classification, improvement of the cadastral base, feedback will facilitate the receipt and use of information on the state of natural resources during transactions, as well as facilitate the care of land, in particular, preservation and restoration of their ecological component.

Effective ways to rational and efficient use of land resources are integrated planning and land use management.

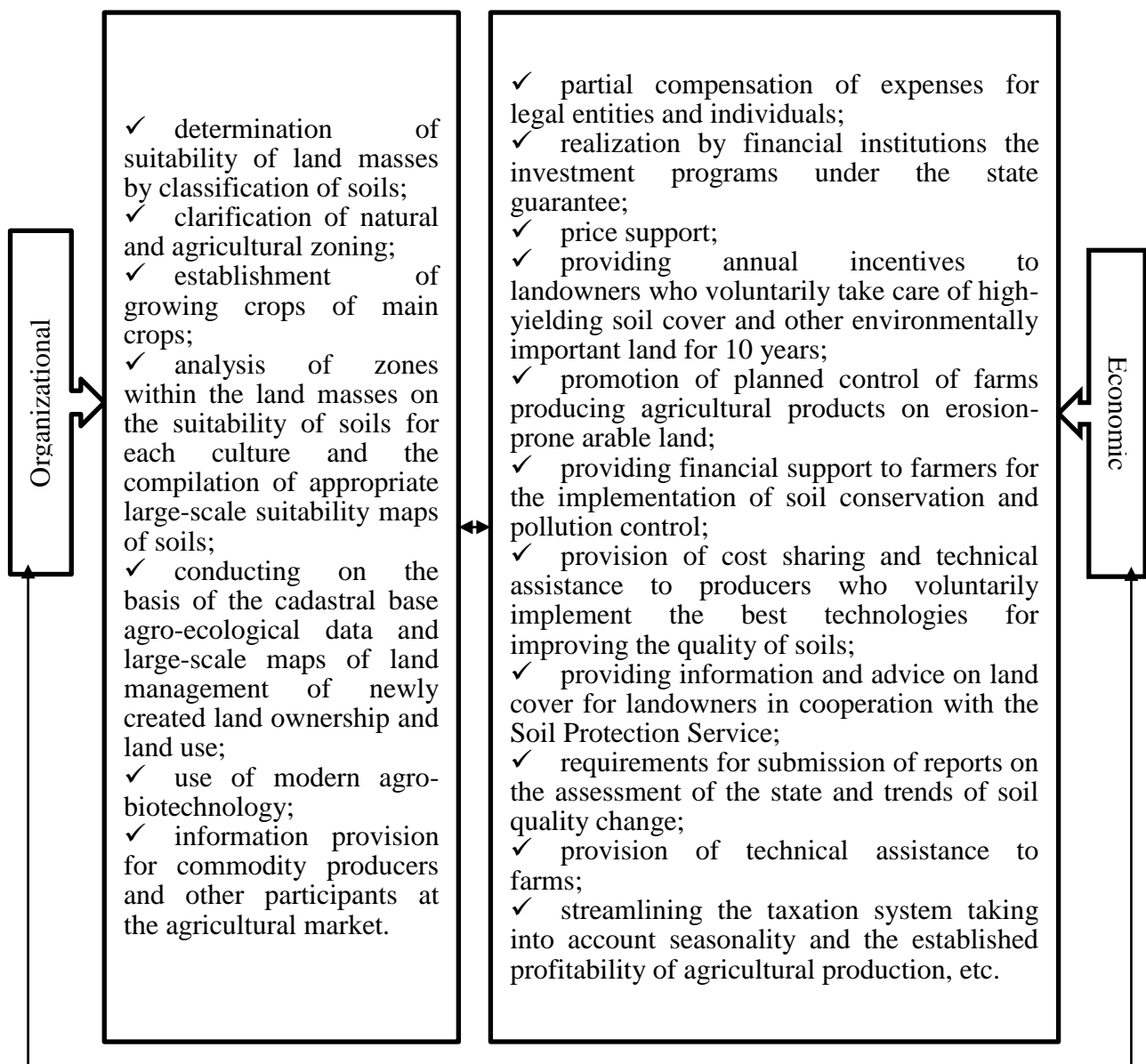
The identified methods allow settling disputes, using the most effective options and forming a link between socio-economic development with the protection and improvement of the environment, contributing to the achievement of the objectives of ecologically safe development.

Land use should be economically viable, so one of the planning criteria is efficient and productive use of land. For any particular land use, some zones are better suited than others. Efficiency is achieved by comparing different land uses with areas that will benefit most at minimum cost.

The synergy of land use planning and management is to determine a suitable land mass for the purpose of using it for one or other needs and facilitating the transition to ecologically safe use of land resources, taking into account environmental, social and economic issues, as well as property rights, restrictions and encumbrances.

Economic and organizational support includes special conditions of land use, the regime and assessment of the relevant areas, the establishment of mandatory restrictions for the preservation of the ecological purity of the territories, control over the quality of land. The set of economic and organizational mechanisms for ensuring the concentration of ecologically clean lands is a basis for the use of landowners and land users of such land available to achieve the desired goals, while preserving their high productive potential and improving the quality of the state.





**Fig. 1. Economic and organizational measures to ensure the transfer of agricultural land to a state of ecologically clean**

### References:

1. Sharyi G.I. (2016). Instyutysiine zabezpechennia rozvytku zemelnykh vidnosyn v ahrarnomu sektori Ukrainy [Institutional support of the development of land relations in the agrarian sector of Ukraine]. Poltava, 604, 93-113.
2. Kolodiichuk I.I. (2010). Kontseptualni zasady modernizatsii rynkovykh mekhanizmiv u sferi zemlekorystuvannia v Ukraini [Conceptual principles of modernization of market mechanisms in land use in Ukraine]. Regionalna ekonomika – Regional economy, 3, 148-155.

## **ENVIRONMENTAL PROTECTION AND (NATIONAL) ECONOMIC GROWTH – CONTRAST OR CONTEXT?**

### **I. Introduction**

In the view of the broad scope of this extensive problems, as well as the accent on the limited range of this article, we want to approach relevant economic and legal institutions, that could serve as the basis for further environmental research, compatible with potential economic growth.

### **II. Environmental protection and / or economic growth?**

Environmental protection is (in the principle) a phenomenon, which can not be seen only by the optics of economic aspects and legal regulation mechanisms. It is the result of mutual interactions, mainly between political and socio-economic factors. From the point of view of scientific-empirical research, the interest for solving this problems acquires an interdisciplinary character. With a view to sustainable development so-called biosector, there is a legitimate requirement on the side of legislation, to adopting (useful) measures for creation of the progressive strategies for the economic growth of the national economy, respectively of larger economic units.

In the context of this article we need defined two essential terms. The first is the environment, below which we can understand everything, what creates conditions for the existence of organisms, including humans, and is an assumption for their further development. Its components are mainly air, water, rocks, land and organisms [1]. On these, but also other terms, can't be viewed in isolation from the standpoint of legislation. Otherwise, there would be disappear so-called the spirit of the law with negative impact on quality of legal substance [2]. The second key attribute is economic growth, which represents changes in the economy, which are reflected in the growth of basic macroeconomic quantities over time. So it is an increase in the production capacity of the economy [3].

The central intention of every functioning economy is certainly (adequate) economic growth and prosperity, whereby we want to emphasized, that it must be (necessarily ?) regulated by law (legal norms). It should be about the inside compatibility of economic processes, supported by legal norms, serving to protect the environment. Through ensuring the creation of conditions for infrastructure development, it might be possible to achieve this stabilized (equilibrium) status.

The goal must be clearly and specifically defined, namely protect the environment and at the same way, in the mutual symbiosis, remain (still) economically attractive. The best is to demonstrate it on the dynamics of tourism potential (organized recreation) in a particular region, for example by creating protected areas, cross-border nature reservations etc [4].

In the short, medium and long-term horizon, depending on the nature of the issues in the sphere of environmental law, must be finding the active solutions (continuously) reevaluating of the results within the functioning ecosystems. Because the right to a beneficial (favorable) environment is, in an extensive (material) meaning, understand as the third essential pillar of human rights [5]. With that we can fully agree.

Also receiving (setting) so-called correct legislation, it is the legal regulation of civil, administrative, and especially criminal liability of corporate entities and natural persons, can positively influence the protection of interests in the field of environment. No rarely are problems of the environmental loads. They occur, when the waste from economic production starts to outweigh the absorption capacity of nature (the country) and so raises negative economic consequences. They proved in environmental protection costs, as they could be used otherwise more efficiently.

This undesirable phenomenon significantly damages or even destroys the environment. It also distorts competition in economy. These undesirable performance, from the point of view of range and intensity, mostly from the side of so-called transnational companies [6], is necessary (according to the significantly of the deed) sanctioned. The strictest punishment is to abolish the company by the lawful decision of the court [7; 8].

From pure legal point of view, there is obvious inflation of legal normative creation, which can be met in general, and so on every step. This «general» quantitative inconsistency causes the obligation of transposition so-called euronorms (environnorms) into the national legal order [9] and non-conceptual of the adoption of legal norms at national level.

This can be explained by the fact, that a frequent phenomenon within the – national – legislation is (unrealized) a requirement for the effective publication of legislation, allowing proper orientation in the postmodern multilingual legal order; or even the guidance in interoperable legal systems. The challenge for access to law is the postmodern complex structure of law, characterized by multicentrism of law-making, hypertrophy of legal regulation, exceptionally high rate of change of legal norms and complicated interconnection of legal norms, and their considerable refinement by the juridical decision making [10].

Eliminate or at least mitigate these arising, respectively ongoing problems, must the authorities, which have been given powers (competences) for adopting functional legislation. In the European community at supranational level, but also at the level of the Member States, they should have in their decision-making activities to set up the highest priorities of objectives and policies, reflecting clearly defined principles of environmental protection [11].

### III. Conclusion

With regard to an interdisciplinary and in particular cross-border dimension, extending beyond national legislation, respectively national economic interests at the level of the (progressive) environmental policy of the state in relation to the creating of legal norms, contained in the European Union law, we have attempted to interpret the relevant theoretical and legislative way outs of the analyzed problem [12].

With the emphasis on topic of this article, we need to point out, that to the issues (questions) of cross-border cooperation, needs to be given the appropriate attention. In the area of legal and economic disciplines, this can be a significantly stimulus for the development of legislation, in the wider context for the benefit of the national economy, in particular with the effect on the development of certain (less developed) regions [13].

Markedly support can also be provided by the enlightenment from competent state institutions (such as the ministries), but mainly through higher education institutions – Universities. The content of these activities is the organization of international conferences, seminars, symposiums and other scientific events [14], with the participation of a wider professional as well as lay public. The purpose is to get know with the need to solve long-standing, or even extremely urgent

environmental problems, in the broader sense of the human being, which is an integral component of it, as well as instructively outline the ways of life, how to mitigate the undesirable consequences of environmental pollution by its activities. For example, educating about need for separation of municipal waste at the place of residence, etc.

Environmental protection gives to the scientific research an importance.

Some suggestions presented in this article are to be understood only in terms of academic opinions and de lege ferenda proposals.

### References:

1. Provision under Section 2 of Act № 17/1992 Coll. on the environment.
2. GETMAN A. P. – ZUIEV, V. A.: Formation of ecological and legal science: resource aspect and its integration problems. In: Problems of legality. Collection of Scientific Works. Yaroslav the Wise National Law University. Issue № 132, 224 s., 2016, str. 104-123, Kharkiv, ISSN 2224-9281.
3. LISÝ J.: Ekonomický rast a teórie ekonomického rastu. In: LISÝ, J. a kol.: Ekonomía. Prvé vydanie. Wolters Kluwer, a. s., Praha, 624 s., 2016, str. 394, ISBN 978-80-7552-275-7
4. More: PALINCHAK M. M. – DYACHENKO I. B. – ROSHKO S. M.: Evolution and Formation Features of the Nature-Conservation Territories of the Zaccarpathian Region. In: Naukovyj visnyk UzhNU. Séria: Medzinárodné hospodárske vzťahy a svetová ekonomika. Vedecký časopis. Užhorodská Národná Univerzita v Užhorode. Fakulta medzinárodných hospodárskych vzťahov. Vydavateľstvo Helvetica. Užhorod. 2018, č. 18, časť 2, str. 130 a nasl., ISSN 2413-9971.
5. Necessity of legislative adjustment we can also observed in the provision of Section 44 (1) of the Constitution of the Slovak Republic, where is declared, that everyone shall have the right to favorable environment. Similarly the provision of Section 55 (1) of this Act contained, that the economy of the state is based on the principles of a social and environmentally oriented market economy.
6. More: MAREK K. – ZÍTEK, A.: K obchodným korporacím (1. časť). In: Justičná revue. Ministerstvo spravodlivosti Slovenskej republiky. Roč. 70, č. 6-7, 2018, str. 824 a nasl., ISSN 1335-6461.
7. To the legal aspects of criminal liability of corporate entities, see the scientific study: BURDA, E.: Rozsah trestných činov, za ktoré možno vyvodit' trestnú zodpovednosť právnických osôb s dôrazom na ekonomické trestné činy. In: Acta Facultatis Iuridicae Universitatis Comenianae. Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta, Bratislava, Roč. 35, č. 2, 2016, str. 25 a nasl., ISSN 1336-6912.
8. Also: BLAŽEK R.: Potrebujeme trestnú zodpovednosť právnických osôb ? In: Trestná politika štátu a zodpovednosť právnických osôb. Bratislava: Univerzita Komenského, Právnická fakulta, 2013, str. 7 a nasl., ISBN 978-80-7160-359-7.
9. To this see: HODÁS M.: Dopady normotvorby Európskej Únie na normotvorbu členského štátu Európskej Únie z hľadiska legislatívnej techniky a normotvorných procesov. 1. vydanie. Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta. Bratislava, 2018, 238 s., ISBN 978-80-7160-452-5.
10. KUKLIŠ P. – HODÁS, M.: O súčasnej situácii v slovenskej právnej normotvorbe. Právny obzor. Roč. 99, č. 6, 2016, str. 486, ISSN 0032-6984.
11. Especially: VRABKO, M.: Princípy európskej úpravy starostlivosti o životné prostredie. In: Environmentálne právo. Všeobecná a osobitná časť. Plzeň: Aleš Čeněk, 2015, str. 25 a nasl., ISBN 978-80-7380-560-9.
12. Compare: GETMAN A. P.: Environmental and legal science: current state and prospects of development. In: Problems of legality. Collection of Scientific Works. Yaroslav the Wise National Law University. Issue No. 131, 190 s., 2015, str. 79 – 88, Kharkiv. ISSN 2224-9281.
13. LAZUR Y. V. – FEŤKO, Y. I.: Formation of a system of cross-border cooperation according to european standards. In: SAVCHYN M. V. – MENDZHUL M. V. (eds.): Fundamentálne problémy jurisprudencie. Zborník vedeckých prác. Užhorodská Národná Univerzita v Užhorode. Vydavateľstvo Olexandra Harkuša, Užhorod, str. 5, 2016, 260 s., ISBN 978-617-531-154-7.
14. In wider context: BURDOVA K. – BURDA E.: Letná škola a možnosti jej využitia v študijnom odbore právo. In: Inovácie pre moderné právnické vzdelávanie – cudzojazyčný študijný program a právne kliniky. Bratislava: Univerzita Komenského, Právnická fakulta, str. 90 a nasl., 2015, ISBN 978-80-7160-400-6.

**Кравець І. М., к.е.н., доцент,**

**Шульган Д. І., студент,**

*Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький, Україна*

## **СУТНІСТЬ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ**

Поняття «потенціал» увійшло в науковий обіг на рубежі 80-х років ХХ ст. і означає «приховані можливості, потужність, сила», тобто те, що може бути чи є в наявності, однак, можливо, ще не розкрило себе. Термін «потенціал» можна розуміти як джерело можливостей, засобів, запасів, які можуть бути приведені в дію, використані для вирішення певного завдання чи досягнення певної мети.

Трудовий потенціал характеризує накопичені знання, вміння, здібності, які можуть бути реалізовані в процесі праці.

Трудовий потенціал вміщує в собі сформовані якості, які вже дозволяють людині займатися конкретною трудовою діяльністю, а також ті здібності, знання, навички, які будуть розвинуті та застосовані в процесі праці в майбутньому. Це робить людину активним творцем як матеріальних, так і духовних благ суспільства. При цьому фундаментом прогресивного розвитку суспільства є зростаючі потреби людини та необхідність їх задоволення, які спонукають людину постійно розвивати та удосконалювати свої трудові якості, що є можливим за певних соціально-економічних та екологічних умов.

Трудовий потенціал є мірою втілення в людині якісних характеристик (природних здібностей, таланту, рівня освіти, кваліфікації, професійного досвіду, стану здоров'я, духовних цінностей), котрі долучаються або можуть бути залучені до процесу виробництва матеріальних та духовних благ з метою задоволення існуючих і формування нових потреб і цінностей людини, і які мають здатність до динамічного розвитку в екологічно чистих умовах життєдіяльності. В даному випадку під екологічно чистими умовами розуміється не тільки збереження екологічної рівноваги в навколишньому природному середовищі, але й безпека соціально-економічних умов життєдіяльності населення [1, с. 67].

Трудовий потенціал є самостійною, динамічною соціально-економічною категорією, яка характеризує трудову здатність та потенціал людини, колективу, регіону, країни до продуктивної праці і служить інтегральною оцінкою участі людини у суспільно-корисній праці [2, с. 422].

Трудовий потенціал – це наявні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства.

Реалізація та використання трудового потенціалу відбувається лише за умов зайнятості, підприємницької активності людини. Для найманих працівників рівень ефективності реалізації власного трудового потенціалу визначає матеріальні, соціальні, професійні можливості, ступінь задоволення фізичних, духовних, емоційних потреб. Для роботодавця важливим є етап використання трудового потенціалу, оскільки від рівня його ефективності залежать кінцеві результати трудової діяльності, рентабельність виробництва загалом.

Актуальним сьогодні є забезпечення ефективного управління трудовим потенціалом в межах регіонів, що викликано, як мінімум, чотирма обставинами:

1) населення, як основа формування трудового потенціалу, закріплюється і веде життєдіяльність у рамках певного регіону (хоч і присутня міграція);

2) забезпечення умов, які впливають на розвиток людини як працівника і як особистості, її залучення до праці, використання її здібностей в процесі виробництва, а також задоволення її потреб здійснюється в межах конкретного регіону;

3) управління процесами загального відтворення трудового потенціалу, вирішення соціально-економічних завдань виконується, перш за все, регіональними органами;

4) в умовах функціонування ринкової економіки трудовий потенціал регіону відіграє визначальну роль, а напрями використання його якісних характеристик визначають регіональну специфіку соціально-економічного та інноваційного розвитку.

Формування сучасної системи управління трудовим потенціалом в Україні – це процес складний і тривалий, який потребує низки перетворень, таких як інституційні перетворення в усіх сферах життєдіяльності суспільства (економічній, соціально-політичній, духовній), що відповідають цілям і завданням сучасного розвитку, які виявили б людський капітал та вивели країну до високорозвинених держав світу; трансформація економічної системи в напрямі забезпечення нового типу економічного зростання, створення високоефективного, соціально орієнтованого ринку, в центрі якого була б людина зі своїми життєвими інтересами, потребами і трудовим потенціалом; трансформація індустріальної та постіндустріальної систем виробництва в інформаційну систему з переважанням високотехнологічних, наукоємних виробництв, зі змінами змісту праці, розширенням у ньому творчих, інтелектуальних складових, духовності; зміни в рівні освіти, професійної підготовки і високої кваліфікації робочої сили як визначальної характеристики трудового потенціалу нової епохи [3, с. 8].

Управління трудовим потенціалом передбачає формування системи взаємовідносин організаційно-економічних, соціальних заходів щодо реалізації прав людини шляхом створення умов для функціонування, розвитку й ефективного використання потенціалу робочої сили як на макро-, так і мікрорівнях. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку систему управління трудовим потенціалом необхідно розглядати в поєднанні економічної, соціальної, організаційної ефективності системи управління [4, с. 120].

Розвиток трудового потенціалу тісно пов'язаний із демографічним, соціальним, інтелектуальним, інноваційним розвитком суспільства і є найвагомішою метою соціально-економічного управління.

Шляхи підвищення ефективності використання трудового потенціалу обумовлені розвитком ринкових реформ.

В умовах економічної нестабільності актуальним є застосування прогресивних методів формування, підтримки, розвитку та раціонального використання трудового потенціалу шляхом організації ефективної системи профорієнтації, професійного навчання та перенавчання вивільнюваних працівників; допомоги та сприяння у працевлаштуванні безробітних громадян на підприємствах, в організаціях і установах різних форм власності; сприяння розвитку підприємництва, і, як наслідок, створенню нових робочих місць; організації громадських робіт; розвитку Державної служби зайнятості та підвищення якості її роботи в усіх напрямках; здійснення контролю за додержанням законодавства про зайнятість населення; забезпечення соціального захисту безробітних і членів сімей, які перебувають на їх утриманні.

У контексті відтворення якісних характеристик трудового потенціалу України та її регіонів важливе значення має покращення демографічної ситуації шляхом реалізації механізмів державного управління, основними серед яких є економічний механізм – надання прямої грошової допомоги (допомоги на дітей, одноразової допомоги в разі народження дитини, оплачуваної відпустки вагітним жінкам та післяпологової відпустки, пільгових позик молодим сім'ям), дотації з Держбюджету або місцевих бюджетів (обслуговування немовлят, забезпечення місцями у дитячих садках на пільгових умовах тощо), непрямих грошових допомог (знижок і пільг переважно багатодітним сім'ям при одержанні житла, встановлення нижчої квартплати), податкові пільги багатодітним сім'ям, сім'ям, які виховують дітей-інвалідів; підвищення заробітної плати та рівня доходів; створення ємного та привабливого внутрішнього ринку праці.

Загалом, завданням держави на сучасному етапі розвитку є розроблення нового курсу розвитку України, зрозумілого та прийняттого для людей, що реалізуватиме національну ідею побудови «сильної» держави та ідею розвитку громадянського суспільства на засадах гуманістичних європейських цінностей.

### **Література:**

1. Кравець І. М. Управління трудовим потенціалом: навчальний посібник / І. М. Кравець. – Хмельницький, ФОП Цюпак. – 2015. – 424 с.
2. Ладунка І. С., Буркова М. С. Підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємств / І. С. Ладунка, М. С. Буркова // Економіка і суспільство. Випуск № 14. – 2018. – С. 421-425.
3. Ганіч Л. В. Формування сучасної системи управління трудовим потенціалом в Україні / Л. В. Ганіч // Вісник соціально-економічних досліджень, 2014 рік, випуск 1 (52). – С. 8-12.
4. Ратушенко О. І. Ефективність управління трудовим потенціалом в сучасних умовах / О. І. Ратушенко // Інноваційна економіка. – № 11. – 2013[49]. – С. 114-121.

# ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT: NATIONAL CHARACTERISTICS AND GLOBAL TRENDS

**Болгар Т. М., д.е.н., доцент,**  
*Університет імені Альфреда Нобеля*  
*м. Дніпро, Україна*

## **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ АКТИВІВ ЯК ЕЛЕМЕНТА МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ РЕЗЕРВАМИ**

Діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання у всіх сферах економіки, а особливо, у банківській, супроводжується різноманітними ризиками. Тому питання розвитку й удосконалення теоретико-методологічних підходів до недопущення і мінімізації ризиків є одним із актуальних і важливих. Вирішенню зазначених проблем присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема Т. Бедер (Т. Beder), М. Блосс (М. Bloss), О. Дзюблук, С. Козьменко, Л. Кузнецова, І. Чмутова та ін. Питання формування резервів у діяльності суб'єктів господарювання досліджували такі вчені, як Ф. Бутинець, А. Герасимович, Л. Кіндрацька, Я. Крупка, Л. Примостка, В. Ткач.

Банківська діяльність супроводжується різноманітними ризиками, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Практично всі операції, що виконують банківські установи є ризиковими. Найбільші проблеми і, як результат реалізації, – збитки приносять кредитні операції.

Світова фінансово-економічна криза 2008–2009 років підтвердила наявні прорахунки у врахуванні та оцінюванні активів у частині формування резервів під зниження їх корисності. З метою модернізації обліково-аналітичного забезпечення та удосконалення процесу формування й використання резерву банків, Радою Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standards Board) запропоновано методику оцінювання вартості активів через формування резервів за моделлю очікуваних збитків [1].

Іншим нормативним документом Міжнародними стандартами фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти», визначено, що обсяг резерву є різницею між валовою балансовою вартістю активів і теперішньою вартістю очікуваних платежів [2]. Тому, при зміні балансової вартості активів необхідно корегувати обсяги сформованих резервів. За чинною методикою обліку ці різниці відображаються як кредитний залишок на рахунку нарахованих доходів або за рахунками премій чи дисконтів. Одночасно, обліковими нормами положень та інструкцій Національного банку України передбачено поступове перенесення результатів від проведення операцій з формування резервів переоцінки на рахунки нерозподілених прибутків для окремих видів резервів.



Отже, за методичними підходами оцінювання вартості активів через формування резервів за моделлю очікуваних збитків, можемо зробити висновок щодо вартості активів, котрі обліковуються за справедливою ціною з урахуванням переоцінки в іншому сукупному доході, що таке регулювання балансової вартості активів проходить з використанням двох резервів – резервів очікуваних збитків та резервів переоцінки.

У Положенні Національного банку України № 351 «Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» наведено модель ризик-менеджменту для розрахунку резерву очікуваних або зазнаних збитків від кредитних операцій [3]. Необхідно відмітити, що саме цим нормативним документом рекомендовано використання якісних критеріїв, це може бути макроекономічна, галузева ситуація, форс-мажорні обставини, добропорядність і досвід управлінського персоналу банку та ін. Тобто на сукупну оцінку розміру кредитного ризику впливають не лише внутрішні фінансові ризики, а й зовнішні функціональні.

У рисунку 1 надамо наочне зображення чинників, що впливають на обсяг формування банками резервів при проведенні активних операцій.



**Рис. 1. Чинники, що впливають на обсяг формування банками резервів при проведенні активних операцій**

Отже, систематизація, аналіз і порядок проведення оцінки кредитних ризиків, що передбачено вітчизняними нормативно-правовими актами дає можливість підвищити точність розрахунку обсягів резервів і удосконалити теоретико-методологічні аспекти обліку та аналізу резервів при проведенні активних банківських операцій.

### **Література:**

1. Документи Ради з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (IASB). Режим доступу: <https://docs.dtki.ua/list/1014.1.207>.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 9 «Фінансові інструменти» від 30.06.2017 р. Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/MU17021?an=47>.
3. Положення Національного банку України № 351 від «Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями». Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>.

**Вітер С. А., к.пед.н., старший викладач,  
Житомирський національний агроекологічний університет  
м. Житомир, Україна**

## **ЕКОЛОГІЧНИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИРОДООХОРОННОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Масштабність екологічних проблем сьогодення спонукають до усвідомлення суб'єктами господарювання важливості екології, яке проявляється в збільшенні витрат на охорону і відновлення навколишнього середовища, впровадження дієвих систем контролю за дотриманням екологічних вимог. Особливої актуальності ці проблеми набувають в лісовій галузі України в умовах надмірної експлуатації лісових масивів, антропогенному переформуванні лісових ландшафтів, зниженню їх природної продуктивності та інших несприятливих факторах.

Останніми роками посилюється акцент на визначенні контролінгу як системи спостереження за природоохоронною діяльністю та інформаційного забезпечення ефективного управління витратами на природоохоронні заходи підприємств.

Екологічний контролінг в лісовому господарстві розглядається нами як концепція управління природоохоронною діяльністю лісогосподарських підприємств, яка охоплює функції екологічного планування, контролю, аналізу та аудиту на основі даних бухгалтерського обліку з метою прийняття оптимальних управлінських рішень оперативного і стратегічного характеру, спрямованих на підвищення еколого-економічної ефективності управління лісогосподарюванням.

Наразі можна виокремити дві групи науковців, погляди яких щодо об'єктів контролінгу різняться. З позицій першої групи до об'єктів контролінгу зараховують практично всі сфери діяльності підприємства, що ідентифікує контролінг із системою менеджменту. Друга позиція, при якій основним об'єктом контролінгу є визначення витрат, фактично ототожнює його з управлінським обліком. На нашу думку, до об'єктів екологічного контролінгу в лісовому господарстві можливо віднести:

– фінансові ресурси – власні, позичені та залучені кошти, що спрямовуються на поточні екологічні витрати і капітальні вкладення, спрямовані на фінансування завдань та заходів з ведення лісового і мисливського господарства та охорону і захист лісів;

– витрати на охорону навколишнього природного середовища (поточні та капітальні), до яких відносяться всі види витрат, спрямовані на запобігання, скорочення чи ліквідацію забруднення, інших видів шкідливого впливу господарської та іншої діяльності на навколишнє природне середовище, при наданні послуг чи використанні продукції, а також на збереження біорізноманіття та середовища існування [1]. Згідно затвердженого Переліку видів діяльності, що належать до природоохоронних заходів [3] до таких витрат в лісовому господарстві можна віднести витрати на спорудження установок для утилізації відходів лісозаготівлі, попередження та ліквідацію наслідків лісових пожеж, буреломів, сніголамів, вітровалів, негативних наслідків техногенного впливу на лісові насадження, витрати на створення станцій і лабораторій біологічного та хімічного захисту лісових насаджень, тощо;

– екологічні зобов'язання, під якими розуміємо заборгованість підприємства перед державою і третіми особами, яка виникла у результаті здійснення основної діяльності (плата за використання природних ресурсів), недотримання норм екологічного законодавства і тягне за собою компенсацію завданої шкоди, виплату штрафів щодо усунення негативних впливів на навколишнє природне середовище [2];

– еколого-економічний ефект як економія або дохід у зв'язку з веденням природоохоронної діяльності (від створення захисних насаджень та полезахисних лісових смуг, поліпшення санітарного стану лісових масивів, перехід на екологобезпечні технології лісозаготівель і транспортування лісу і т. і.).

Від правильного визначення екологічних витрат і їх реального вимірювання залежить організація поточного фінансування природо-охоронної діяльності, формування і витрачання коштів екологічних фондів, індексація екологічних платежів підприємств. Однак, практика ведення бухгалтерського обліку у лісогосподарських підприємствах України показує, що облік природоохоронних витрат проводиться безсистемно, у складі різних витрат виробництва та контролюються на різних рівнях управління. Так, за статтею «Сировина і матеріали» відображається вартість лісопродукції від рубок догляду за лісом, отриманої внаслідок лісогосподарської діяльності, відпущеної на кінцеві склади. Поточні природоохоронні витрати обліковуються у складі загальногосподарських витрат. Ряд заходів, які мають чітко виражений природоохоронний характер, не відносяться до таких і витрати по них відносяться на інші види діяльності, наприклад, охорону праці (до прикладу, установка засобів з відведення шкідливих викидів (скидів) на робочих місцях [5]. Таке розпорошення витрат ускладнює формування точних показників звітності про витрати на охорону довкілля та екологічні платежі за їх видами.

Зарубіжний досвід обліку екологічних витрат розкриває позицію фахівців на те, що екологічна ефективність може бути виміряна лише через спеціально розроблену систему обліку – *environmental accounting* (екологічний облік). При цьому вони вказують на необхідність чіткого розподілу екологічних витрат та

наводять причини актуальності питань щодо впровадження такого обліку на підприємствах. Зокрема, рахунки обліку повинні відображати ставлення підприємства до навколишнього середовища, його вплив, витрати, зобов'язання та ризики щодо фінансової позиції у цьому відношенні; інвестори потребують інформації про екологічну ефективність підприємства аби приймати зважені та обдумані інвестиційні рішення та ін. [6].

Для чіткого планування і контролю витрат екологічного призначення доцільно до типової номенклатури статей калькуляції ввести спеціальну статтю «Витрати на охорону навколишнього природного середовища». Виділення спеціальної статті калькуляції або окремої статті у складі загальноновиробничих витрат зніме проблему розпорошеності витрат природоохоронного призначення у складі кошторисів інших витрат і надасть їм власного статусу, а не складової витрат на охорону праці; дасть можливість планувати поточні витрати на природоохоронну діяльність залежно від виділених обсягів витрат і використовувати їх чітко за призначенням, а також буде сприяти вдосконаленню їх розподілу між виробленою продукцією [4].

Екологічний контролінг в системі управління лісогосподарським підприємством спрямований на безперервний моніторинг стану навколишнього середовища та техногенних об'єктів, що впливають на нього; планування (поточне, довгострокове) заходів щодо зменшення навантажень на довкілля та відповідних екологічних витрат за видами, належний їх облік і відображення у звітності, оцінку впливу екологічних витрат на рентабельність підприємства та собівартість лісопродукції; доступ до екологічної інформації органів влади, підприємств та населення; координацію і контроль фінансових аспектів екологічної діяльності тощо.

Система екологічного контролінгу для реалізації завдань має враховувати специфіку діяльності лісогосподарських підприємств. Наприклад, витрати на проведення лісозаготівельних і лісовідновлюваних робіт мають різний економічний зміст та різні часові періоди. Багатогранність природоохоронних заходів, що полягає у поєднанні лісогосподарської діяльності з різними видами технології та залежність природоохоронної діяльності від основного технологічного процесу потребує виокремлення конкретних її видів (охорона лісових насаджень, ґрунтів, тварин). Отже, для побудови ефективної екологічної інформаційної системи екологічний контролінг потрібно узгодити з елементами загальної виробничої інформаційної системи лісогосподарських підприємств.

### **Література:**

1. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження N 1-екологічні витрати «Звіт про витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі», затверджена Наказом Державного комітету статистики України від 24.10.2006. № 494. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1194-06>.
2. Костишин Н.С. Сутність екологічних зобов'язань як об'єкт екологічного обліку. URL: <http://dSPACE.tneU.edu.ua/bitstream/316497/11364/1/eko%20зобовязання.pdf>.
3. Перелік видів діяльності, що належать до природоохоронних заходів, затверджений постановою КМУ від 17.09.96 р., № 1147. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-96-п>.

4. Сахно Л.А. Облік і аудит екологічної складової в діяльності агропромислового підприємства. Молодий вчений. № 1.1 (41.1), 2017 р. С .73-77.

5. Цюга М. Класифікація природоохоронних витрат лісового господарства в бухгалтерському обліку. Галицький економічний вісник. 2012. № 3(36). С. 136-145.

6. Accounting and Financial Reporting For Environmental Costs and Liabilities. URL: <http://isar.unctad.org/isar32/wp-content/uploads/sites/4/2015/10/Accounting-and-Financial-Reporting-for-Environmental-Costs-and-Liabilities.pdf>.

**Михальська О. Л., к.е.н, асистент,  
Київський національний університету  
імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна**

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ НА ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Головною умовою раціональної побудови управлінського обліку витрат є обґрунтоване визначення на кожному олійно-жировому підприємстві об'єктів обліку витрат і об'єктів калькулювання. Від того, наскільки здійснено це визначення, залежить ефективність організації і побудови обліку, аналізу та контролю витрат, а також їх вплив на ефективність управління підприємством.

В сучасних умовах для управління витратами на олійно-жирових підприємствах, необхідно мати інформацію не тільки в цілому по підприємству, але й по інших, більш деталізованих, об'єктах обліку витрат, наприклад, таких, як витрати виробничих підрозділів, що допомагає оцінити ефективність роботи цих окремих підрозділів та їх менеджерів та матиме можливість проаналізувати об'єкти обліку витрат в різних розрізах і з різним ступенем деталізації або укрупнення.

Олійно-жирове виробництво за технологією є передільними – (до 8 переділів), результатом кожного є напівфабрикат, який передається на наступний переділ (стадію виробництва). Тому і виникає необхідність контролювати витрати, що формують виробничу собівартість напівфабрикату на кожному переділі. Щоб контролювати рівень здійснювальних витрат необхідно вести їх управлінський облік в розрізі операцій технологічного процесу.

В управлінському обліку поопераційний облік витрат, забезпечує пряме віднесення витрат на конкретні види продукції (напівфабрикат), кожного технологічного переділу. Переділами є окремі цехи (дільниці), які виступають в ролі «центрів відповідності витрат», які деталізуються за «центрами витрат» і «місцями виникнення витрат», що робить можливим оперативне планування та управління поведінкою витрат. Вказаний облік витрат за «місцями виникнення», «центрами витрат» і «центрами відповідальності» є ідеальною базою впровадження їх бюджетування.

Облік за функціями технологічних процесів олійно-жирового виробництва, за якими стоять витрати, дає можливість, шляхом аналізу, виявити вузькі місця

в його технології, виявити зайві технологічні функції-операції, що забезпечить дотримання доведених кожному «центру відповідальності» встановлених бюджетів витрат, з деталізацією за «центрами витрат» та «місцями виникнення витрат».

Облік виробничих витрат в умовах бюджетування повинен відповідати наступним основним вимогам управління олійно-жирових підприємств:

1. надати інформацію для контролю за виконанням бюджетів за кожним «центром відповідальності»;

2. забезпечити детальною інформацією для аналізу «поведінки витрат» в розрізі «центрів витрат» і «місць виникнення витрат».

Бюджет виробничого підрозділу олійно-жирових підприємств це поопераційна технологічна карта витрат, яку потрібно контролювати. Тому на підприємстві необхідно побудувати таку систему управлінського обліку, яка реєструє факти господарської діяльності, що необхідні для забезпечення процесу складання, контролю і аналізу розробленого бюджету. Управлінський облік є основною складовою облікового бюджетного процесу а, в свою чергу, бюджетний процес реалізується через відповідну організаційну структуру та систему управління підприємством.

Бюджетуванням олійно-жирових підприємств, які за технологією є переділами виробництва, ми розуміємо складання кошторисів, облік, контроль та аналіз за цехами-переділами, що виступають «центрами відповідальності». Тобто, це система, яка вимірює та оцінює відповідність досягнутих результатів певного бюджетного цеху-переділу.

Синтез бюджетування та обліку витрат за «місцями виникнення» та «центрами відповідальності» утворюють специфічні об'єкти управлінського обліку витрат, а саме, «бюджетні центри відповідальності». Оцінка «витрат за центрами відповідальності», «центрами витрат» та «місцями виникнення витрат» допомагає визначити економічну ефективність основних циклів виробничої діяльності в розрізі виробничих структурних підрозділів як бюджетних «центрів відповідальності».

Виокремлення «центрів відповідальності» з деталізацією по «центрах витрат» і «місцях виникнення витрат» дозволяє суттєво підвищити ефективність внутрішньогосподарського обліку та контролю, а також оцінювати та контролювати результати діяльності кожного «центру відповідальності» та визначати їх внесок в досягненні загальної мети підприємства.

**Наумова Т. А., к.е.н., доцент,**  
**Кирильєва Л. О., к.е.н., доцент,**  
**Шеховцова Д. Д., к.е.н., старший викладач,**  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*  
*м. Харків, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ ТОРГІВЛІ ЧАСОМ В АНТИКАФЕ**

Ресторанна справа в світі є однією з найприбутковіших. За статистикою, середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається в 5-6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені, наприклад, у магазин одягу. Смаки, уподобання та платоспроможність споживачів безпосередньо диктують зміни щодо різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одного, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат – збільшенню прибутку. Вільні простори (каворкінг-кафе, «антикафе», «тайм-кафе» або «тайм-клуби») – абсолютно новий формат закладів на сучасному етапі розвитку ресторанного господарства в Україні.

Досліджуючи історичну еволюцію послуги коворкінгу в світі можна зазначити що, перший простір для спільної роботи створив програміст Бред Ньюберг у 2005 году. Місце мало назву The Hat Factory і було розташоване у Сан-Франциско. І хоча мода на коворкінги прийшла до нашої країни не так давно, вони набирають все більшої популярності [1, с. 5]. Точно визначити кількість та місця розташування антикафе саме в Україні досить складно. Найбільш вони розповсюджені, звісно, в Києві, де вперше і з'явилися. Також вільні простори є в Харкові, Дніпропетровську, активно конкурують між собою подібні заклади в Запоріжжі, популярні вони й в Одесі, хоча тут більш активно розвиваються ідеї коворкінгу. На початку 2013 року перше антикафе було відкрите й у Львові. І вже скоро, як обіцяють власники, такий заклад появиться і в Коломиї [2].

Ми дослідили розвиток та напрями діяльності антикафе у м. Харкові. Слід відмітити що, антикафе в м. Харкові має якийсь свій формат. Наприклад, «Обломовь» зробив ставку на натхнених театральних дівчатах, читців віршів (поетами їх назвати складно) і музикантах. «Уровень» зробив ставку на настільні ігри, але при цьому там проводяться і майстер-класи з барабанного бою (забавно грати в «манчкінів» під такий саундтрек), розташоване біля станції метро ім. Бекетова. Антикафе Циферблат – це світова мережа закладів. Це місце відоме в Україні, Англії, Словенії, Празі. Антикафе Циферблат є і в Харкові. Він знаходиться в самому серці Харкова – біля метро Пушкінська. Як в годинах, так і в кафе Циферблат час неповторний, і кожна хвилина тут по-своєму особлива. Навіть кожен день тижня має свою особливість. Єдине, що їх об'єднує – це англійська традиція, а саме чаювання в 17.00. Фішка «Liberty» в тому, що засновники розділили всю площу на зони, щоб хтось міг працювати, хтось грати,

хтось читати, а хтось дрімати і всім було комфортно. Дійсно, заклад відрізняється від інших розмірами, підходом і якістю наповнення. Всього побільше, все найкраще. Знаходиться антикафе на вулиці Пушкінська, 54. Офіціантів в антикафе немає, своєрідна кухня – відкрита для самообслуговування. Чай, кава та солодощі тут безкоштовні, алкоголь – заборонений – це головне правило закладу. Деяких відвідувачів «сухий закон» відлякує, втім бажаючих поспілкуватися на тверезу голову вистачає. Розважають відвідувачів настільними іграми, їхня колекція чимала – від традиційних до сучасних, книгами і кінопоказами.

Щоденний потік в закладах нового формату в середньому становить приблизно 25 осіб, та середня тривалість перебування одного клієнта в антикафе – 3 години. Вікова категорія відвідувачів антикафе в середньому коливається в межах 16-40 років. Зазвичай такі люди ведуть активний спосіб життя, бо приходять не просто поїсти, як у звичайні кафе. За статистикою, 85% відвідувачів, котрі прийшли вперше, повернуться знову. Тому дуже важливо якісно їх «обслужити», адже чим якісніше буде рівень обслуговування у закладі, тим більше відвідувачів можна привабити – за належного обслуговування більшість клієнтів порадить заклад своїм друзям [3, с. 103].

У ході дослідження нами визначено, що, як в Україні так і в світі існує ряд закладів ресторанного бізнесу, які позиціонуються як антикафе не відповідаючи зазначеному вище критерію. У таблиці 1. нами зроблено порівняльна характеристика форматів кафе.

Одним з найважливіших стратегічних завдань управління антикафе є формування облікової політики. Ми вважаємо, що коворкінг – це фактично «оренда» робочих місць (офісів та/або офісного обладнання).

Дослідження роботи закладів нового формату у м. Харкові показало, що строки такої «оренди» можуть коливатися у діапазоні від кількох годин до кількох років, залежно від потреби конкретного «орендаря». Нами запропоновано чітке визначення таких понять як «орендодавці» (коворк-центри) – це власники коворк-офісів, які надають коворкерам робочі місця на певний строк і за плату та «орендарі» (коворкери) – це фізичні або юридичні особи, які орендують коворк-офіси, аби виконувати в них свою роботу.

На нашу думку оренду робочих місць цілком можна оформляти за допомогою договору оренди. Тому предметом договору оренди може бути річ, яка згідно ч. 1 ст. 760 Цивільного Кодексу України визначена індивідуальними ознаками і яка зберігає свій первісний вигляд при неодноразовому використанні [4].

Ми вважаємо, що у системі бухгалтерського обліку орендні операції стосовно здачі необоротних активів – приміщення, комп'ютерів, столів, стільців тощо, відображати на рахунках бухгалтерського обліку класу 1 «Необоротні активи» та користуватися основними положеннями П(С)БО 14 «Оренда» [5]. Передачу майна в оренду слід відображати тільки в аналітичному обліку. Така форма організації праці дозволяє коворкерам оптимізувати свої витрати.



## Основні відмінності антикафе від звичайного кафе

№ з/п	Ознака	Формат закладу	
		Кафе	Антикафе
1	Визначення	Заклад громадського харчування та відпочинку, схожий на невеликий ресторан, але з обмеженим, у порівнянні з рестораном, асортиментом.	Відвідувачі оплачують час свого перебування в ньому, до вартості якого включені додаткові сервіси: частування, розваги, wi-fi, ТВ, ігри, заходи.
2	Дизайн та загальна атмосфера	Залежать від концепції закладу, цінової політики та цільової аудиторії. Створюється і відповідна атмосфера (діловий стиль, романтичний, тематичного спрямування тощо).	Дизайн: один великий зал або кілька різнопланових зон із затишним, простим інтер'єром, в якому відвідувачі вільно переміщуються. Атмосфера домашнього затишку.
2	Цільова аудиторія	Чоловіки та жінки усіх вікових груп. Рівень заробітку – середній, високий. Відвідують кафе на обідніх перервах, у свята, під час вихідних прогулянок, для проведення побачень, відпочинку з друзями, роботи.	Чоловіки та жінки віком від 17 до 45 (молодь). Рівень заробітку низький-середній. Відвідують анти-кафе після навчання / роботи з друзями для спілкування, ігор, навчання, роботи.
3	Місце знаходження	Стаціонарні – в окремих будівлях, частіше всередині (на перших поверхах) або ж прибудови до них; вуличні – в окремих будівлях чи біля доріг; сезонні кафе – біля моря, гір, ін. Кафе на відкритому повітрі.	Анти-кафе розташовують за межею центру міста, поблизу цільової аудиторії (студентські містечка), біля освітніх закладів.
5	Система лояльності	В залежності від типу кафе (можливо розпивати алкогольну продукцію, яку купують у закладі або приносять з собою). Є спеціальні міста для куріння.	Свою їжу приносити не забороняється, тому можна святкувати день народження. Але розпивати алкогольну продукцію і курити заборонено.
4	Оплата послуг	Оплата здійснюється за замовлені страви. Цінова політика залежить від специфіки та класу закладу.	Оплачується тільки час перебування в закладі У вартість входить чай, кава та солодоці до чаю. Немає знижок, навіть якщо приходить сім'я. У деяких закладах є морозиво, піца, пиріжки за додаткову плату

Джерело: складено за [1-3]

## Література:

1. Дорош Ю. С. «Антикафе – місце, де володієш часом» / Ю.С. Дорош // Матеріали зібрані та впорядковані: Лабораторія інноваційних технологій в туризмі. Львівський інститут економіки і туризму. – Львів:, 2014. – С. 12. (на 5-ой).
2. Каталог коворкінгів України коворкінга [Електронний ресурс] – 2017. – Режим доступу: <http://www.coworking.com.ua>.
3. Семененко К. Ю., Кухта К. А., Скригун Н. П., Капінус Л. В., Методи стимулювання відвідувачів антикафе. Управління розвитком. 2016. № 2 (184). С. 102-107.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/go/435-15](http://zakon.rada.gov.ua/go/435-15).
5. П(С)БО 14 «Оренда» [Електронний ресурс]: від 28.07.2000 № 181 (затверджено Міністерством фінансів України)]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

**Pavelko O. V., PhD in Economics, Associated Professor,**  
*National University of Water and Environmental Engineering*  
*Rivne, Ukraine*

## **RESEARCH OF THE ESSENCE OF PROFIT BY SCIENTISTS OF THE PAST**

Effective management of any entity is characterized by a positive financial result, presented in the form of profit. We fully agree with the statement of V. Kuz, who notes that «the earned profit fulfills a number of important functions for the further effective operation of the enterprise» [1, p. 51]. The existence of profit proves the positive image of the company, affects the growth of employees' welfare, outlines its positive strategic goals.

Financial result is an important object of scientific research in the field of general economics and accounting, in particular, and the definition of its essence involves comparison of income of the reporting period and the expenditures. The concept of financial results, their essence, classification, theoretical and methodological principles of accounting, analysis and audit are researched in scientific works of O. Garaschenko, O. Kostiukova, Ya. Lebedzewicz, L. Lezhnenko, M. Lomonos-Chankseliani, O. Mazina, T. Melnik, O. Osadcha and others. The largest number of dissertations (5 units) on this topic was defended in 2009 in Ukraine. According to O. Ostapenko [2, p. 92], financial results can also be seen from the point of view of tax and management accounting. We think that in the current circumstances, considering the definition of income tax, based on the object of taxation, determined by the rules of accounting, it's not truth.

Nowadays there is a considerable number of interpretations of the economic essence of the profit. According to Lebedzevich Ya., profit is the excess of the income of economic activity over the amount of expenses for its implementation [3]. S. Cervinskaya argues that profit is the difference between cash receipts and cash payments [4]. According to V. Shvets, profit – is the main indicator of the efficiency of the enterprise [5]. V. Kuz points out that profit is a result of the use of knowledge and skills of employees, the effective interaction between them under the influence of institutional changes.

The analysis of scientific works in part of the definition of the essence of financial results gives grounds to state that they are understood by scientists as the results (results) of enterprise activity, increase (decrease) of own capital, profit (loss) of the enterprise. It is advisable to distinguish the approaches to the interpretation of profit that were observed at different stages of human development, taking into account the need to rethink theories of market economy, in particular profit, theory of interests as a basis for the modern motivation of enterprises to conduct active business activities.

Even in ancient India (IV century) the increase in treasury revenues at the expense of the royal economy was proclaimed the goal of state administration. Profit was considered to be an incentive for trading and was fixed at 5% for local products and 10% for imported goods. The Thinker of Ancient Greece, Xenophon of Athens,

in the work of Ojokonomiya, argued that «it is necessary to live having an excess». Excess of the received income over the resources was treated as a way of enrichment and accumulation of money for the expansion of natural production. The well-known thinker of the Arab East, Ibn Khaldun, interpreted the profit of an industrialist or landowner as follows: «The rich hire someone because these people do not get anything equivalent to their work.» He explained the trading profit in the following way: «The trader buys at a cheap price, and sells it on the road» [6, p. 30].

From the position of the Italian monk Thomas Aquinas (1125–1274), the receipt of trade profit is justified only when the trader has made certain efforts (transportation, storage of goods, material costs incurred). Mercantilists in the 16th and 17th centuries believed that profit appears in the sphere of circulation, in foreign trade as a result of the sale of goods at a price significantly higher than the purchase price. Physiocrats in the 18th century managed to transfer the problem of obtaining profit from the sphere of circulation to the sphere of production and agriculture.

According to one of the approaches to the interpretation of the value proposed by A. Smith, profit, wages and rent form an exchangeable (natural) cost. Profit was treated as income from capital, while A. Smith rightly pointed to the existence of an entrepreneur's interest in the labor contract of the worker, since he hoped to obtain a certain benefit, except the invested initial capital. The scientist, referring to the labor theory of value, defined the profit as deductions from the product of labor, linking the emergence of profit with the emergence of hired labor and capital.

From our point of view, it is indisputable that the profit is formed under the influence of a number of factors, the decisive role among which is given to the ability of the individual to work and the functioning of the capital invested in the business, and therefore, the theory of profit generation, formed by representatives of the classical political economy, contain rational grain.

A. Smith's ideas were further reflected in the writings of D. Ricardo, who, under the profit, understood the surplus of excess wages, and believed that the profit depends on its size. D. Ricardo tried to outline other factors that affect the size of profit. Instead, J. Mill did not agree with D. Ricardo that increasing wages diminishes profit, emphasizing that profit is a reward for indirect labor, and wages are used to reproduce exclusively live labor. Scientists have formed the conclusion of the existence of antagonistic contradictions between profits and rent.

In interpreting the essence of profit J. Mill pointed out that the profit must meet the three goals and «to make a sufficient equivalent for maintenance, reimbursement for risk, remuneration for work and art necessary for the control of production». Supporting the ideas of J. Mill, J. McCulloch, in his analysis of profit, regarded him as a reproduction of the prescribed labor and the gift of nature. So, we can conclude that the scientists J. Mill and J. McCulloch identified the profit with wages that is not objective. K. Marx brought significant progress in the study of profit. In the third volume of fundamental labor «Capital», the scientist justified the reduction of the rate of return depending on the organic structure of capital invested in various branches of production, in contrast to A. Smith, who explained the decline of profits by the impact of competition, and D. Ricardo, who considered wage growth due to increase in land rent the main factor in the decline of profit.

According to K. Marx, the trend of profit margins to decline is a historical phenomenon of the mechanism of self-destruction of capitalism due to the inevitable pursuit of a stable profit rate for the change of the organic structure of capital in favor of an increase in its total volume of a part of a constant and, accordingly, a reduction of the variable capital in the part that is a source of added value.

K. Marx proved the thesis that the rate of profit has an impact on the value added (is an external form of expression of the rate of value added, calculated as the ratio of added value to production costs (amount of fixed and variable capital), transforming it into a qualitatively new form of profit, which is the first stage of the transformation of value into the price of production. K. Marx argued that «in the scale of society, considering all the branches of production as a whole, – the sum of prices of manufactured goods is equal to their value» [6, p. 164]. The economist had the opinion that profit is the payment for services rendered or simply income stolen from the worker and formed the conclusion that profit «is a kind of legalized robbery».

E. Tugan-Baranovsky defined profit firstly, as a purely social phenomenon that arose as a result of the existence of a class of capitalists; and secondly, as a historical category, the social basis of which is the ownership of the means of production; and thirdly, as an income based on the exploitation of labor by the capitalists. E. Tugan-Baranovsky successfully noted that «profit is the cornerstone of the capitalist economic system, and proving its uselessness, we contribute to the fluctuation of the foundations of modern social order».

Consequently, all economic doctrines of profit have had a significant impact on the formation of the theoretical foundations of its accounting.

### References:

1. Kuz V.I. System of enterprise profit distribution: problems of identification / V.I. Kuz // Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Series «Economic Sciences». – Zhytomyr: ZhSTU, 2009. – № 2 (48). – Pp. 51-56.
2. Ostapenko O.A. The essence of the concept of «financial result» and the peculiarities of its formation / O.A. Ostapenko, O.V. Deineka // Youth Scientific Bulletin of the UBS NBU. – 2013. – № 1 (9). – Pp. 90-95.
3. Lebedzevich Ya.V. Financial results and their control in the accounting system: methodology and practice: the author's abstract of the dissertation on obtaining a scientific degree of the candidate of economic sciences, specialty. 08.06.04 – accounting, analysis and audit, Kyiv: National Agrarian University, 2006. – 21 p.
4. Chervinskaya S.L. Definition and account of financial results of activity of agrarian enterprises: the author's abstract of the dissertation on obtaining a scientific degree of the candidate of economic sciences, specialty. 08.06.04 – accounting, Analysis and Audit, Kyiv: National Agrarian University, 2006. – 20 p.
5. Shvets V.G. Theory of accounting / Shvets V.G. – K.: Knowledge, 2008. – 535 p.
6. Yuhimenko P.I., Leonenko P.M. History of Economic Studies. – K.: Knowledge-Press, 2001. – 514 pp.

## **АНАЛІЗ СКЛАДУ, СТРУКТУРИ І ДИНАМІКИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПРИКЛАДІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ІМ. М. І. КУТУЗОВА АРЦИЗЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Сьогодні уся економіка аграрних підприємств в Україні займає не досить вигідне економічне становище. Нажаль, це пов'язано з конкретними зовнішніми та внутрішніми факторами, які у свою чергу впливають на весь господарський процес підприємств аграрної сфери. Цими факторами можуть бути: природно-кліматичні, економічні, біологічні та соціальні фактори, тобто висока інфляція, конкуренція на ринку товарів тощо.

Оборотні активи для аграрного підприємства є основним ресурсом для забезпечення його діяльності. Це зумовлюється тим, що від їх кількості, якості та порядку формування залежить рівень розвитку аграрного підприємства.

Оборотні активи – це наймобільніша частина капіталу, від стану та раціонального використання якого багато в чому залежать результати господарської діяльності і фінансовий стан аграрного підприємства. Оборотні активи мають досить велику частку в загальній валюті активу балансу. До складу оборотних активів входять грошові кошти, виробничі запаси, готова продукція, незавершене виробництво, дебіторська заборгованість, поточні біологічні активи [1, с. 126-127].

У свою чергу, аналіз оборотних активів є важливим інструментом для забезпечення управління оборотними активами аграрного підприємства, що залежить, в першу чергу, від економічної політики цього підприємства.

Основна мета аналізу – вчасне виявлення й усунення недоліків керування оборотним капіталом і виявлення резервів підвищення інтенсивності та ефективності його використання [2, с. 37].

Аналізуючи структуру оборотних активів, слід мати на увазі, що стабільність фінансового стану значною мірою залежить від оптимального розміщення засобів за стадіями кругообігу: постачання, виробництво і збут готової продукції.

Аналіз оборотних активів на аграрному підприємстві полягає у продуктивному їх використанні, збільшення кругообігу оборотних активів та перетворення у власні ресурси цього підприємства [3, с. 19].

Тому саме з вищесказаного випливає, що дослідження аналізу оборотних активів є досить актуальним питанням, тому, що за рахунок оборотних активів формується основна частина активу балансу підприємств аграрної сфери. Їх потрібно обов'язково примножувати за рахунок власних або залучених коштів.

Вихідною інформацією обґрунтування нормативів по окремих елементах оборотних активів є дані відповідних форм бізнес-планів, річного звіту аграрного підприємства Форма № 1 (Баланс) за 2017 рік тощо.

Методика вивчення складу та структури оборотних активів розглядається на основі даних балансу Державного підприємства «Дослідне господарство ім. М. І. Кутузова Одеської державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України» Арцизького району Одеської області за 2017 рік (табл. 1). За даними, наведеними в табл. 1, проводиться аналіз структури і динаміки оборотних активів.

Таблиця 1

**Аналіз змін складу, структури та динаміки оборотних активів  
(тис. грн.)**

Показники	На початок звітного періоду		На кінець звітного періоду		Зміна, відхилення (+, -)	
	абсолютні величини, тис. грн.	відносні величини (частка в оборотних активах), %	абсолютні величини, тис. грн.	відносні величини (частка в оборотних активах), %	в абсолютному виразі, тис. грн.	в структурі, %
Виробничі запаси	1132,00	7,74	642,00	5,92	-490,00	-1,82
Незавершене виробництво	6751,00	46,15	8200,00	75,67	1449,00	29,52
Готова продукція	4547,00	31,08	34	0,31	-4513,00	-30,77
Поточні біологічні активи	1366,00	9,34	1308,00	12,07	-58,00	2,73
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	796,00	5,44	596,00	5,50	-200,00	0,06
Гроші та їх еквіваленти	36,00	0,25	57,00	0,53	21,00	0,28
Усього оборотних активів	14628,00	100,00	10837,00	100,00	-3791,00	0,00

Джерело: Форма № 1 (Баланс), ДП «Дослідне господарство ім. М. І. Кутузова Одеської державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України» [4]

Як впливає з таблиці 1, найбільша питома вага в структурі оборотних активів аграрного підприємства припадає на незавершене виробництво (75,67% на кінець року). На поточні біологічні активи припадає 12,07%, на виробничі запаси – 5,92%, а на дебіторську заборгованість – 5,50% тощо.

З таблиці 1 видно, що загальна сума оборотних активів за 2017 рік зменшилась на 3791,00 тис. грн. При цьому зменшилась частка оборотних активів у структурі цього підприємства. Це свідчить про згортання виробництва у досліджуваному підприємстві.

Найбільший внесок у формування оборотних активів на ДП «Дослідне господарство ім. М. І. Кутузова Одеської державної сільськогосподарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України» зробило

незавершене виробництво (75,67%), збільшившись на кінець звітнього періоду на 1449,00 тис. грн.

Як відомо, фінансовий стан аграрного підприємства значною мірою залежить від стану грошових коштів, які є наймобільнішою частиною оборотних активів. Сума грошових коштів повинна бути такою, щоб її вистачало для покриття усіх першочергових платежів. Збільшення коштів на рахунках у банку свідчить про зміцнення фінансового стану аграрного підприємства і в майбутньому вони будуть використані для розширення виробництва. На кінець звітнього періоду ця балансова стаття у структурі оборотних коштів має незначну питому вагу і її частка становить 0,53% або 21,00 тис. грн., що є позитивним показником, тому, що це свідчить, що аграрне підприємство не втрачає певну частку своєї платоспроможності.

У свою чергу, інформація про грошові кошти показує керівництву аграрного підприємства поточну інформацію про те, на якому платіжному рівні знаходиться це підприємство, направляє його до прийняття правильного управлінського рішення. Акціонери також переглядаючи інформацію про грошові кошти, можуть оцінювати фінансовий стан аграрного підприємства (чи воно є фінансово стабільним), і після цього приймати рішення чи потрібно надалі залишатися акціонером даного підприємства, чи потрібно вчасно «виходити з гри» [5, с. 194].

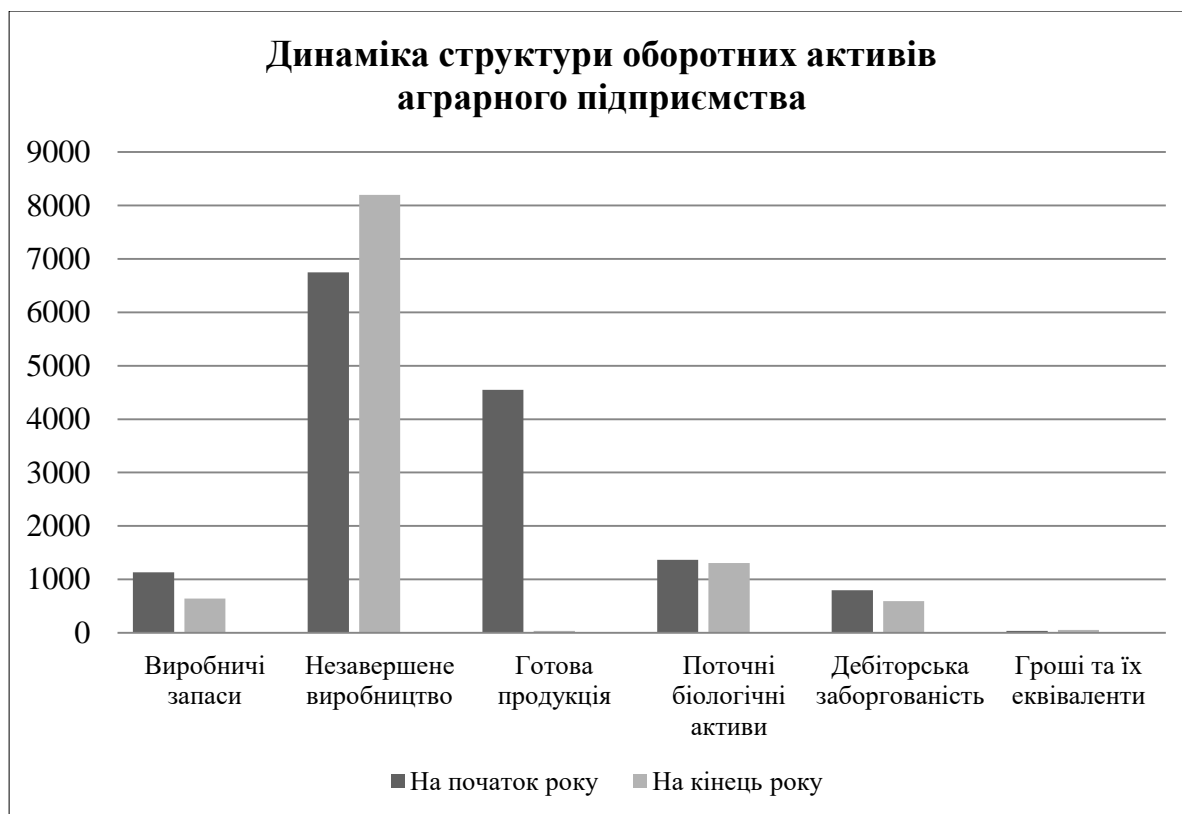
На досліджуваному аграрному підприємстві залишки готової продукції дуже зменшились аж на 4513,00 тис. грн., це свідчить про те, що продукція аграрного підприємства користується попитом. Сьогодні аграрному підприємству, зважаючи на економіку в цілому, потрібно збільшувати обсяги готової продукції, враховуючи фактори впливу, наприклад, такі як: ціни, інфляційні процеси, ринки збуту, економічну ситуацію в країні тощо.

Що стосується аналізу дебіторської заборгованості, то тут слід зазначити наступне. Якщо аграрне підприємство розширює свою діяльність, то зростає і кількість покупців, вартість й дебіторська заборгованість. З іншого боку, аграрне підприємство може скоротити реалізацію продукції, тоді рахунки дебіторів зменшаться. У нашому випадку, дебіторська заборгованість зменшилась на 200,00 тис. грн., що є досить позитивним показником для самого підприємства, так як частину коштів було повернено та залучено в обіг аграрного підприємства.

Певний вплив на фінансовий стан аграрного підприємства має стан виробничих запасів. Для того, щоб виробництво та збут продукції відповідали нормальним умовам, запаси повинні бути оптимальними. Накопичення запасів понад норму свідчить про спад активності аграрного підприємства, уповільнення оборотності оборотного капіталу. Водночас недостатня кількість запасів також негативно впливає на фінансовий стан аграрного підприємства, бо скорочується виробництво продукції, зменшується сума прибутку. У нашому випадку вартість виробничих запасів за звітний період зменшилась на 490,00 тис. грн., це є негативним значенням, так як аграрному підприємству треба швидше їх поновити для подальшого використання та для забезпечення безперебійної роботи виробництва на складах аграрного підприємства.

Поточні біологічні активи зменшились на 58,00 тис. грн., що є також негативною зміною, так як аграрне підприємство у звітному періоді їх втратило і не зможе отримувати з них прибуток при реалізації.

Для подальшої деталізації загальної картини зміни структури оборотних активів з кожного елемента оборотних коштів необхідно зробити відповідний аналіз динаміки структури оборотних активів аграрного підприємства ДПДГ ім. М. І. Кутузова НААН (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка структури оборотних активів аграрного підприємства ДПДГ ім. М. І. Кутузова НААНУ за 2017 рік [4]**

Таким чином, аналіз оборотних активів – важливий напрям підвищення фінансового стану аграрного підприємства. Аналіз оборотних активів повинен починатися з розгляду динаміки загального об’єму оборотних активів, які використовуються, адже не всі складові оборотних активів є однаково ліквідними, а також своєчасно повідомити керівництво аграрного підприємства про збільшення частки менш ліквідних оборотних активів у загальній їх кількості.

Отже, аналізуючи оборотні активи, можна організувати їх правильне використання спрямовуючись на контроль, економію матеріальних ресурсів, по можливості мінімізувати витрати. За рахунок правильного використання та аналізу оборотних активів, залежить рентабельність аграрного підприємства та його платоспроможність, а якщо брати глобально, то й економіки України в цілому.



### **Література:**

1. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
2. Отенко І.П. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / І.П. Отенко, Г.Ф. Азаренков, Г.А. Іващенко. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 156 с.
3. Дробишева О.О. Роль оборотних засобів у виробничому процесі підприємства. / Дробишева О.О. // Науковий журнал «Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії» – 2016 – Випуск № 2 – С. 19-24.
4. Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2017 року (Форма № 1) ДПДГ ім. М.І. Кутузова НААНУ.
5. Костецький Я.І. Аналіз складу і структури оборотних активів / Костецький Я.І. // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2014 [50]. – № 1. – С. 188-192.

**Хохлова І. А., магістр,**

*Запорізький національний технічний університет  
м. Запоріжжя, Україна*

### **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ**

Для успішного функціонування в умовах ринкової економіки підприємству необхідно мати такий тип економічної поведінки, що дозволяв би адаптуватися до динамічних умов зовнішнього середовища. При цьому особливу роль відіграє застосування ефективних методів управління працею, які б забезпечували зацікавленість працівників у високопродуктивній праці й поліпшенні кінцевих результатів діяльності підприємства. На сучасному етапі основним засобом формування такої зацікавленості є оплата праці.

Питання обліку праці та її оплати займають одне з чільних місць у всій системі бухгалтерського обліку на підприємстві. Належна організація бухгалтерського обліку розрахунків за виплатами працівникам сприяє ефективному управлінню та контролю за своєчасним здійсненням розрахунків, ефективністю використання трудових ресурсів.

Дослідження проблем бухгалтерського обліку розрахунків за виплатами працівникам завжди були і залишаються у центрі уваги науковців та практиків. Окремі теоретичні та методологічні аспекти обліку праці та її оплати знайшли своє відображення у працях К. Безверхих [1], О. Золотухін [2], Т. Г. Камінська [3], О. П. Савицька [4], П. Л. Сук, Л. К. Сук [5] та інші.

При вирішенні питань розрахунків за виплатами працівникам слід керуватися Конституцією України, Кодексом законів про працю, Законами України «Про колективні договори та угоди», «Про відпустки», «Про прожитковий мінімум», Генеральною угодою, галузевими угодами, тощо.

Оплата праці та інші соціальні виплати працівникам підприємства регулюються розробленими та затвердженими внутрішніми нормативними документами: Положенням про оплату праці, Положенням про преміювання,

Положенням про надання матеріальної допомоги, Положенням про винагороди за підсумками роботи за рік та ін.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про виплати за роботи, виконані працівниками, та її розкриття у фінансовій звітності підприємствами, організаціями, іншими юридичними особами незалежно від форм власності визначені П(с)БО 26 «Виплати працівникам».

Складовими фонду оплати праці є: \*основна заробітна плата – це винагорода за виконання роботи відповідно до визначених норм праці.; \*додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці; \*інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові і матеріальні виплати. Оплата праці працівників здійснюється за однією із двох систем оплати праці: погодинною або відрядною. При погодинній системі заробітна плата залежить від тарифної ставки і відпрацьованого часу. Ця система поділяється на просту погодинну і погодинно-преміальну. При простій оплата проводиться по годинних тарифних ставках, місячних посадових окладах за фактично відпрацьованих час. Погодинно-преміальна система крім основного заробітку передбачає ще видачу премії.

Основним первинним документом з обліку відпрацьованого часу та оплати праці є Табель обліку робочого часу. Для нарахування заробітної плати, яка належить кожному працівникові, розраховують заробіток за місяць і від цієї суми здійснюють необхідні відрахування. Розрахунок на підприємствах здійснюють у Розрахунково-платіжній відомості або Книзі обліку розрахунків з оплати праці.

Загально організаційні документи: положення про оплату праці, про відпустки, преміювання, правила внутрішнього розпорядку, посадові інструкції, штатні розписи. Бухгалтерські документи: таблиць обліку робочого часу, розрахункові відомості по заробітній платі, платіжні відомості, касові документи, особові рахунки. Відповідно до Інструкції про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку за оплатою праці ведеться на рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам». Зазначений рахунок має такі субрахунки:

661 «Розрахунки за заробітною платою»;

662 «Розрахунки з депонентами»;

663 «Розрахунки за іншими виплатами».

Однією із наявних проблем в Україні є те, що більшість підприємств використовують версію «1С Бухгалтерія – 7.7», тому доцільно запропонувати автоматизацію цієї частини обліку за допомогою програми «1С: Зарплата і Управління Персоналом 8.0 для України»,

Отже, організація бухгалтерського обліку та розрахунків із заробітною платою – це комплекс заходів власника підприємства, направлених на забезпечення реєстрації фактів господарського життя, узагальнення їх з метою отримання необхідної інформації для складання звітності та прийняття управлінських рішень.

Можна виділити такі основні проблемні моменти обліку розрахунків заробітної плати працівників на підприємствах:

- недостатня автоматизація цієї ділянки обліку;
- низька стимулююча роль премій, надбавок у зв'язку з неспроможністю та нестабільністю їх виплат;
- несвоєчасність виплат заробітної плати та відпусток;
- незначна різниця в окладах різних розрядів працівників.

Отже, для вдосконалення обліку заробітної плати працівників підприємства необхідно:

- розробити систему індивідуальної заробітної плати на підставі оцінки конкретних заслуг працівника;
- для виробничого персоналу запровадити відрядну форму оплати праці;
- встановити так званий «гнучкий тариф», який сприятиме підвищенню ефективності стимулювання працівників.

### Література:

1. Безверхих К. Шляхи удосконалення первинного обліку непрямих витрат, пов'язаних із виплатою заробітної плати.
2. Золотухін О. Нарахування та виплата зарплати: документальне оформлення.
3. Камінська Т.Г. Первинна облікова документація та її інформативні властивості.
4. Савицька О.П. Сучасний стан оплати праці та рівень вартості робочої сили в сільському господарстві.
5. Сук Л. Організація обліку праці та її оплати.

**Юрченко О. Б., к.е.н., доцент,**  
*Львівський національний університет*  
*імені Івана Франка*  
*м. Львів, Україна*

## **ФОРМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ ТА ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЇХ ФОРМУВАННЯ**

З метою удосконалення системи бухгалтерського обліку і фінансової звітності у державному секторі економіки, її інформативності та прозорості, відповідно до вимог міжнародних стандартів розроблено та запроваджено національні стандарти бухгалтерського обліку, єдиний План рахунків в державному секторі; удосконалено методику складання фінансової та бюджетної звітності.

З 1.01.2017 року установи та організації державного сектору (бюджетні установи) перейшли на новий План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі [6], що дало можливість відповідно до Методичних рекомендацій зі співставлення субрахунків бухгалтерського обліку та перенесення залишків № 1127 [3] складати наступні форми фінансової звітності:

- Баланс (Форма № 1-дс);
- Звіт про фінансові результати (Форма № 2-дс);
- Звіт про рух грошових коштів (Форма № 3-дс);

- Звіт про власний капітал (Форма № 4-дс);
- Примітки до річної фінансової звітності (Форма № 5-дс).

Загальні засади формування і подання фінансової звітності в державному секторі економіки регулюються чинними законодавчими актами, зокрема: НП(с) БОДС 101 «Подання фінансової звітності» [5] (НП(с) БОДС 102 «Консолідована фінансова звітність», НП(с) БОДС 103 «Фінансова звітність за сегментами»); Порядком заповнення форм фінансової звітності в державному секторі № 307 [7], Наказом МФУ «Про затвердження типової форми № 5-дс «Примітки до річної фінансової звітності» № 977 та Порядком подання фінансової звітності № 419.

Інформативність фінансової звітності за новими бухгалтерськими стандартами очевидна. Вона дає можливість керівникам установ і організацій державного сектору аналізувати економічну ситуацію та приймати ефективні управлінські рішення.

Значення фінансової звітності полягає в тому, що вона містить багатогранний матеріал для аналізу діяльності суб'єкта державного сектору, а саме:

- 1) аналізу фінансового стану;
- 2) аналізу ліквідності активів;
- 4) аналізу дебіторської і кредиторської заборгованості;
- 5) аналізу платоспроможності;
- 6) аналізу структури, динаміки та впливу на фінансові результати кошторису / бюджету доходів і витрат;
- 7) аналізу руху грошових коштів;
- 8) аналізу стану, структури та динаміки власного капіталу тощо.

Так, баланс як звіт про фінансовий стан відображає активи, зобов'язання і власний капітал суб'єкта державного сектору та/або бюджету на початок і кінець звітного періоду (кварталу, року) на підставі звірених даних бухгалтерського обліку. В активі балансу розміщені нефінансові активи (основні засоби, нематеріальні активи, інвестиційна нерухомість, запаси та ін.), фінансові активи (довгострокова і поточна дебіторська заборгованість, довгострокові та короткострокові фінансові інвестиції, грошові кошти розпорядників бюджетних коштів, кошти бюджетів, інші фінансові активи), а також витрати майбутніх періодів. В пасиві балансу зосереджено інформацію про власний капітал та фінансові результати суб'єкта державного сектору, його довгострокові та поточні зобов'язання і забезпечення, доходи майбутніх періодів [1].

Звіт про фінансові результати призначений для забезпечення його користувачів необхідною інформацією про доходи, витрати, дефіцит / профіцит в результаті діяльності суб'єкта державного сектору та бюджету протягом звітного періоду. Зокрема, у звіті узагальнено інформацію про доходи від обмінних операцій (бюджетні асигнування; надходження від надання послуг, продажу активів, надходжень у вигляді відсотків, роялті, дивідендів тощо), необмінних операцій (трансфертів, надходжень до державних цільових фондів та ін.). Аналогічно подається інформація щодо витрат (видатків) за обмінними операціями (витрати на виконання бюджету, на виготовлення продукції; витрати, пов'язані з реалізацією майна; фінансові та ін.), необмінними

операціями (трансферти та інші витрати за необмінними операціями розпорядників бюджетних коштів). Для більш детальної характеристики витрат за обмінними операціями наводиться інформація про їх елементи: витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, матеріальні витрати, амортизацію необоротних активів та інші витрати. Також у звіті визначається фінансовий результат виконання кошторису (бюджету) установи за загальним і спеціальним фондами.

Звіт про рух грошових коштів відображає рух коштів суб'єкта державного сектору протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

Прикладом руху коштів від операційної діяльності є надходження і витрачання коштів за обмінними і необмінними операціями за статтями відповідних доходів та видатків.

Рух грошових коштів у результаті інвестиційної діяльності визначається на основі аналізу змін у статтях Балансу, за якими відображаються: основні засоби, інвестиційна нерухомість, нематеріальні активи, незавершені капітальні інвестиції, довгострокові біологічні активи, довгострокові фінансові інвестиції, поточні фінансові інвестиції [2].

Рух грошових коштів від фінансової діяльності визначається шляхом аналізу статей Балансу, пов'язаних із фінансовою діяльністю, а саме зобов'язань та забезпечень.

Звіт про власний капітал містить інформацію про суми власного капіталу на початок та кінець звітного періоду та його змін упродовж звітного періоду, пов'язаних з переоцінкою необоротних активів, збільшенням/зменшенням капіталу у підприємствах та ін.

Інформація, яка подається узагальнено у попередніх чотирьох формах фінансової звітності суб'єкта державного сектору, може бути деталізована у Примітках до річної фінансової звітності. Такі примітки стосуються основних засобів, нематеріальних активів, запасів (їх груп та видів, оцінки, руху); капітальних та фінансових інвестицій, дебіторської заборгованості за зобов'язань за термінами погашення та ін.

Фінансова звітність повинна містити інформацію про всі проведені господарські операції суб'єкта державного сектору, які відображені у бухгалтерському обліку.

Фінансова звітність подається органам Державної казначейської служби України (за місцем обслуговування) за графіками, що встановлюються ними у межах строків, визначених нормативно-правовими актами [5].

Квартальна фінансова звітність подається розпорядниками коштів державного і місцевих бюджетів не пізніше ніж 15 число місяця. Що настає за звітним кварталом, а річна – не пізніше ніж 22 січня наступного за звітним року [8].

Фінансову звітність підписують керівник (посадова особа відповідно до законодавства та установчих документів) суб'єкта державного сектору та головний бухгалтер (спеціаліст, на якого покладено виконання обов'язків бухгалтерської служби) [5].

### Література:

1. Лень В.С. Облік у бюджетних установах: Навч. посібник. – 2-ге вид., виправ. / За заг.ред. Лень В.С. – Київ: Видавництво «Каравела», 2017. – 564 с.
2. Дідик А., Лемішовський В. Бюджетні установи: облік, оподаткування та звітність: Навч. Посібник / А. Дідик, В. Лемішовський. – Львів: Видавництво «Апріорі», 2017. – 1168 с.
3. Методичні рекомендації зі співставлення субрахунків бухгалтерського обліку та перенесення залишків, затверджені наказом МФУ від 21.12.16 р. № 1127.
4. Наказ МФУ «Про затвердження типової форми N 5-дс «Примітки до річної фінансової звітності»» від 29.11.2017 р. № 977.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності», затверджене наказом МФУ від 28.12.09 р. № 1541.
6. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затверджений наказом МФУ від 31.12.13 р. № 1203.
7. Порядок заповнення форм фінансової звітності в державному секторі, затверджений наказом МФУ від 28.2.17 р. № 307.
8. Порядок подання фінансової звітності, затверджений постановою КМУ від 28.02.2000 р. № 419.

# **FINANCE, INSURANCE AND STOCK EXCHANGES: UPGRADING STRATEGIC PORTFOLIO**

**Kolomyychuk N. M., PhD in Economics,**  
*Associate Professor of the Department of Finance*  
*Ternopil National Economic University*  
*Ternopil, Ukraine*

## **FINANCIAL CONTROL AS A GUARANTEE OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES OF LOCAL AUTHORITIES**

The question of the effectiveness of financial control is extremely important today due to the need to increase the efficiency of the functioning of the system of public administration and local self-government, transparency of budget policy, rationality and efficiency of budget expenditures.

The financial resources of local authorities are in front of a set of cash flows that ensure the implementation of the functions of economic and social orientation of local government. The sources of the formation of local financial resources include the funds of local budgets, which occupy the largest share in the total volume of financial resources of local self-government, the finances of enterprises of all sectors of local economy, population income, sponsorship fees and other financial resources that are in the local economic circle.

It should be emphasized that each year the structure of local financial resources is changing, local budgets are expanding, capital expenditures are increasing. All this requires revision of approaches to the organization of state control over the formation and implementation of local financial resources.

According to many well-known scholars and economists, we agree that financial control is an indispensable element of managing local financial resources and an effective tool that will enable the financial discipline to be maintained at an appropriate level [1].

The organization of financial control at the local level should take into account the peculiarities of the functioning of local finances. In many countries, central authorities have significant control over local finance. This is primarily due to the fact that the state plays an important role in the financing of local self-government bodies, in particular to ensure the fulfillment of its delegated powers. Accordingly, there is a need to control the use of funds sent to these goals, as well as the volume and quality of services that are created at their expense.

The tasks of financial control at the local level are:

- unconditional compliance with the requirements of the current legislation in the adoption of financial decisions by local authorities;
- identification of possible reserves for expanding the resource base of local self-government;

- provision of economical and efficient use of material resources in accordance with decisions approved by representative bodies of local self-government;
- prevention and detection of facts of the use of financial resources in violation of established rules;
- ensuring the reliability of information about financial activities of local self-government bodies [2].

Realization of the set tasks promotes strengthening of financial discipline of local self-government bodies, increase of efficiency of management of public finances in general. This, in turn, is a factor that stimulates economic growth, the development of democratic relations in society and beyond.

Improving the system of state financial control over the flow of local self-government funds and seeking reserves for their increase are extremely important problems in the current context of decentralization of state power in Ukraine. But in recent years, unfortunately, there has been a negative trend towards a decrease in the share of own revenues in the structure of local budget revenues and, as a result, an increase in the amount of subsidies. It is clear that the lack of own stable income does not contribute to increasing financial autonomy and significantly limits the influence of local authorities on the socio-economic development of territories.

That is why the increase of sources of local budgets and the proper state financial control over the formation and use of budget funds is a very urgent task, the solution of which will be facilitated by both increasing the level of financial independence of local self-government bodies and qualitative fulfillment of the tasks and functions entrusted to them. Consequently, the effectiveness of public financial control can be ensured if external and internal control is timely and objective, well-regulated, focused on the final result, which will ensure the fulfillment of specific tasks and achievement of the goals of social and economic development. An important place here is the formation of institutional support, the establishment of the legal status of institutions, a clear definition of rights and responsibilities, methods and forms of control measures in the field of public finance management.

In our opinion, it should be based on the principle of financial decentralization of the system of state financial control of local budgets, which would be in line with current demands and contributed to the stable growth of the economy of Ukraine and its regions. It is necessary to clearly define the role and place of the state and local self-government bodies in this area, in particular, to differentiate competences between all levels of government at the same time, by defining the functional competences of state authorities and local governments.

### **References:**

1. Hutsalenko L., Dereviy V., Kotsupatryy M. (2009). Derzhavnyy finansovyy kontrol' [State financial control]: navch. posib. [in Ukrfinian].
2. On public internal financial control: the draft law of Ukraine [Electronic resource] – access Mode: <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/51285>.



## **MONITORING OF FINANCIAL SECURITY OF BUILDING INDUSTRY**

Dynamism and instability of environment cause turbulent changes and a number of factors in Ukrainian enterprises activity. Today Ukraine develops under the influence of international and geopolitical factors, in the face of fierce competition in financial markets and in tougher international relations. The profound changes in the state economy, the instability of the political situation, etc. have a significant impact on the domestic sector of the economy and make it difficult to adapt to these factors, break down the stability of the enterprises and industries development, threaten their further successful activity and lead to financial complications. The issues of financial security, the solution of which will eliminate and prevent the adverse effects on the building enterprises and will ensure the implementation of measures to eliminate these effects or their consequences, become urgent under such circumstances. These problems remain which need to be addressed comprehensively and make research on theoretical framework of financial security ensuring an issue of current concern.

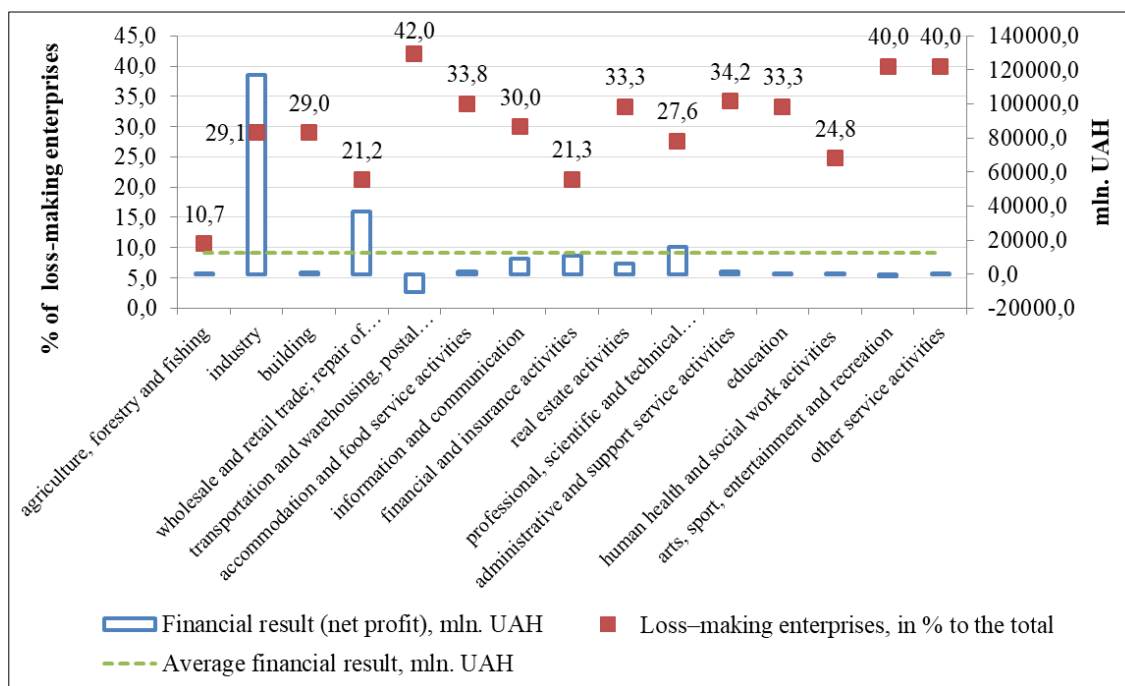
The challenge is to find instruments that will give the timely identification of negative trends in the enterprise financial security. Monitoring is a tool that ensures effective financial management. The issues devoted to the financial security monitoring discussed in the study by K. Goryachev, E. Durneva, I. Zhuravleva, A. Mykolaychuk, V. Karkavchuk, G. Kotz, I. Medvedev, S. Mishin, A. Plastun, V. Panachev, A. Felust, N. Tsikanovska etc. However, the research on financial security monitoring in the construction industry, which in 2017 formed 2.28% in the structure of Ukraine's GDP [2], requires further consideration.

Monitoring refers to general management functions [1; 6], which synthesizing management functions, are typical, stable and repetitive actions, are manifested in the individual stages of the management process. Financial security is a multidimensional characteristic of economic security and the condition of the enterprise that allows use resources of enterprise in the most effective way, fulfillment of its obligations and satisfaction of needs on the basis of a certain system of evaluation [3; 8]. The multidimensionality and dynamism of the financial security phenomenon creates the need for careful monitoring of the financial situation, as well as studying the problems arising from the reform of the national economy, regionalization and globalization of the world economy, internationalization of financial flows, permanent financial crises, etc. [4].

Research conducted in [5] allowed to reveal that it is expedient to consider the component of the financial security management system, which provides the information collection, observation, evaluation, analysis, control, comparison and forecasting of the financial security level based on the research of the internal and external environment of the enterprise, which is the informative basis for the management solutions adoption.

The analysis of scientific works of Yu. Elistratov, T. Zagorelska, Yu. Kim, T. Kuzenko, N. Marushk, A. Mykolaychuk, S. Mishina, L. Mogilina, O. Poltina, O. Chernenko, O. Kharchenko and others, allowed to determine that it is expedient to allocate observation to the initial stage of monitoring, as a process of finding information, aimed at important indicators and parameters for further analysis and forecasting. In general, the stages of monitoring financial security, according to [7], can be generalized to the needs analysis, search, processing and dissemination. A summary list of implementation stages of financial security monitoring is as follows: identification of monitoring objects; creating a database of monitoring objects conditions on the basis of the statistical information collection; express-analysis of industry financial situation; calculations of partial indicators of financial security; factors determination influencing the level of financial security; prediction of the factors which influence on the level of financial security; definition of integral level of financial security of enterprises; prediction of the level of financial security.

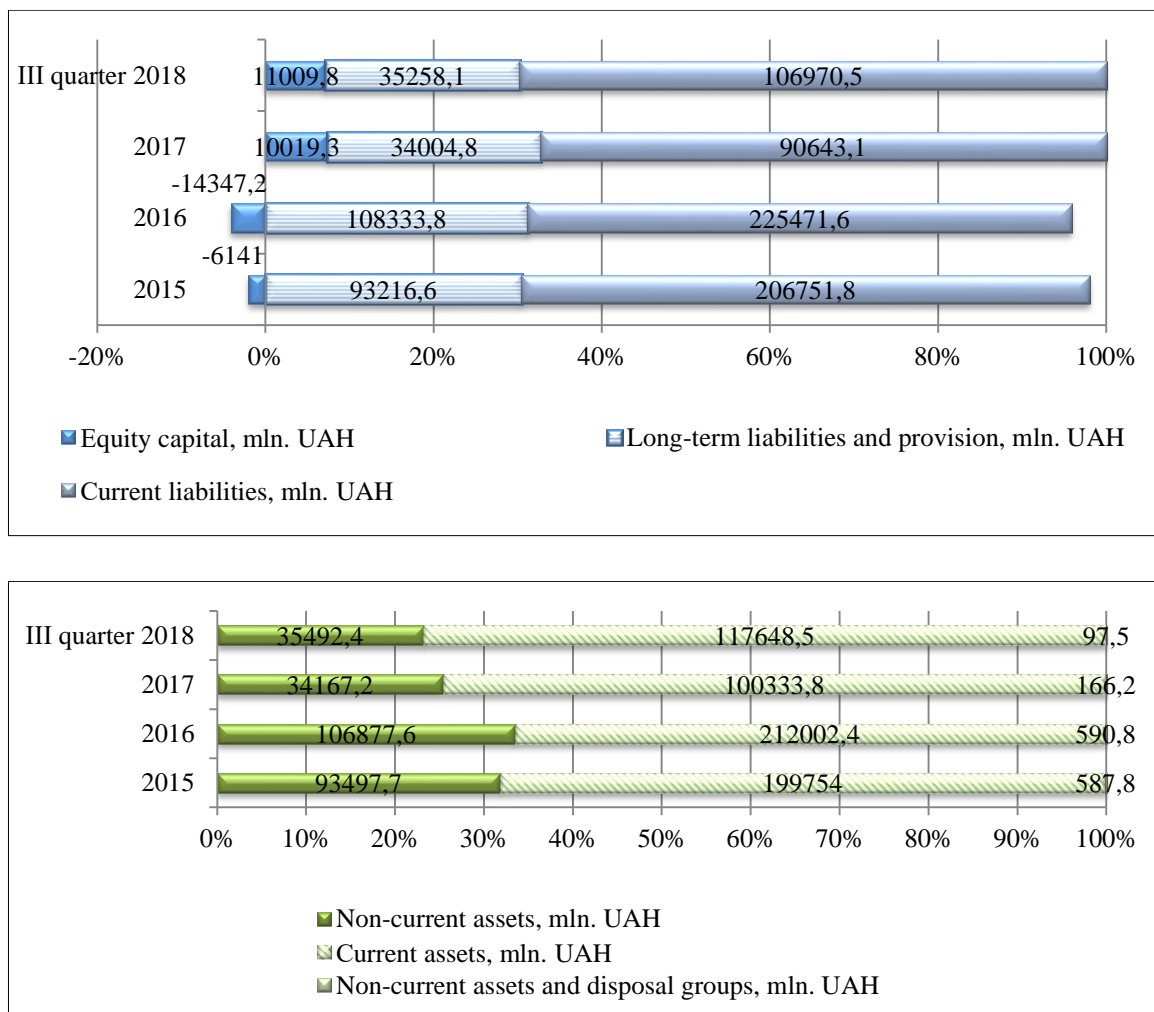
Implementation of the first stages of financial security monitoring has been tested at the enterprises of the construction industry of Ukraine. Enterprises of building industry require attention among other branches of Ukrainian economy. Because, in building industry 28,6% of companies generated losses in 2017 and 29% of companies –during the period from January to June of 2018 (see Fig. 1). Despite this, the profits of the construction industry enterprises remain below the average value for all sectors of the Ukrainian economy.



**Fig. 1. The results of comparative analysis Ukrainian economy sector's net profit and the share of its companies generated losses (January – June, 2018)**

An express analysis of the balance of construction industry enterprises was carried out at the first stage of the monitoring (see fig. 2). As the graphic shows that in 2018 (3-rd quarter) the main part of building enterprises assets (about 76%) was

formed by current assets. The share of non-current assets has been decline from 31.8% in 2015 to 23.2% in 3-rd quarter of 2018. As the structure of liabilities shows its major part is current assets, which take 68.0% in 2015, 66.4% in 2016, 74.5% in 2016 and 76.8% in 3-rd quarter of 2018.



**Fig. 2. Results of financial express-analysis of Ukrainian building industry**

The express-analysis procedures performed in this research allowed to determine the dynamics of change and structure of assets and liabilities of building enterprises. Thus further exploration needs to determine the level of partial indicators of financial safety of the building industry. The obtained results are the basis for the further study of factors and their impact nature on the level of financial safety of the construction industry enterprises in Ukraine, in particular. Also, the implementation of the following stages of monitoring should be investigated.

### References:

1. Брагинец А.Н. Эволюция предмета и задач функции управления «мониторинг» и её координация с экономическим анализом / А.Н. Брагинец // Актуальні Проблеми Економіки. – 2010. – № 10. – С. 8-21.
2. Валовий внутрішній продукт (у фактичних цінах) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Журавльова І.В. Морфологічний аналіз фінансової безпеки суб'єкта підприємництва / І.В. Журавльова, С. В. Лелюк // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 51-60.
4. Кім Ю.Г. Управління системою фінансової безпеки підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук за спец. 21.04.02 – «Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності» / Ю. Г. Кім. – Київ, 2009. – 25 с.
5. Лелюк С.В. Моніторинг фінансової безпеки в системі фінансового менеджменту підприємства / С.В. Лелюк // Щомісячний інформаційно-аналітичний журнал «Економіка. Фінанси. Право». – 2016. – № 12/4. – С. 17–20.
6. Рычихина Э.Н. Мониторинг как общая функция управления: монография / Э.Н. Рычихина. – Ухта: УГТУ, 2008. – 140 с.
7. Мониторинг и прогнозирование [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://adrianabuzdugan.files.wordpress.com/2010/11/4-d0bbd0b5d0bad186d0b8d18f.pdf>.
8. Zhuravlyova I. V. Management of enterprise financial security and its intellectual component based on creating multiagent decision support system / I. V. Zhuravlyova, S. V. Lelyuk // Actual problems of economics. – 2014. – № 7(157). – P. 163-170.

**Молдахмет М. С., докторант,  
Елубаева Ж. М., д.э.н., доцент,  
УО «Алматы Менеджмент Университет»  
г. Алматы, Республика Казахстан**

## **УПРАВЛЕНИЕ ПРОСРОЧЕННОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ**

Динамика кредитования является одной из ключевых характеристик ситуации в экономике. С одной стороны, она воздействует на совокупный спрос и экономическую активность, с другой – влияет на финансовую устойчивость субъектов экономики.

Высокий объем неработающих займов снижает возможности банковского сектора гибко реагировать на изменения макроэкономической среды, ситуации на отдельных рынках.

Просроченная задолженность возникает в том случае, если заемщик своевременно не осуществил выплаты по кредиту, предусмотренные графиком платежей.

Потери от просроченных кредитов выражаются не только в прямых убытках от невозврата ссуд и неуплаты ссудных процентов. Ущерб, связанный с просроченными кредитами, может быть более ощутим, если учесть, что их возникновение замораживает средства банка в непродуктивных активах, приводит к подрыву репутации кредитного учреждения, а также увеличивает административные расходы банка [1].

Рассмотрим динамику и структуру просроченной задолженности, как основного показателя качества кредитного портфеля БВУ Казахстана.

В целом за период с 2015 по 2017 гг. наблюдается рост удельного веса просроченной задолженности в разрезе отраслей экономики. В 2015 году удельный вес просроченной задолженности составил -7,5% в общем объеме выданных кредитов, в 2016 году -7,7%, в 2017 году 8,5%.

**Кредиты выданные БВУ в разрезе отраслей экономики, млн тенге**

Отрасли экономики	01.2016		01.2017		01.2018	
	Кредиты	Просроченная задолженность	Кредиты	Просроченная задолженность	Кредиты	Просроченная задолженность
Промышленность	1 713 658	142 348	1 775 881	117 333	1 928 943	94 130
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	2 683 249	220 970	2 622 494	203 655	1 990 985	189 481
Транспорт и складирование	640 393	28 336	547 909	22 168	556 835	26 673
Информация и связь	136 232	4 951	145 613	5 026	91 857	4092
Строительство	1 024 799	81 899	929 426	112 104	898 154	255 609
Сельское хозяйство	676 145	34 368	665 674	87 263	681 244	75789
Прочие	5970348	456746	5832881	421811	6396294	420526
Всего	12 844 824	969 618	12519878	969 360	12 544 312	1066340

Источник: [2; 3; 4]

В структуре кредитного портфеля банков преобладают займы, предоставленные сектору услуг, в частности отраслям торговли и строительства (то есть кредиты с высокой долей оборачиваемости). Кредиты отраслям оптовой и розничной торговли составили в 2015 году – 2 683 249 млн. тенге, в 2016 году – 2 622 494 и в 2017 году – 1 990 985 млн. тенге [2; 3; 4].

Недостаточная вовлеченность банковского сектора в процесс финансирования малого и среднего бизнеса отражает высокий уровень закредитованности и неустойчивое финансовое положение последних, в том числе в силу их низкой способности генерировать капитал, что приводит к концентрации кредитного риска в данных направлениях.

Рассматривая сегмент кредитования юридических лиц, безусловно, необходимо в качестве одной из первоочередных проблем отметить некачественный анализ рисков при формировании банками своих ссудных портфелей. Неверная оценка стоимости проекта, некачественная инвестиционная экспертиза банка ведет к дополнительным итерациям дофинансирования проекта.

Наиболее приемлемые последствия в таком случае – увеличение сроков окупаемости инвестиций и потеря процентных доходов. При неблагоприятном варианте это влечет потерю заемщиком способности обслуживать долг еще до начала операционной деятельности. Достаточно распространенной является проблема обслуживания долга за счет новых кредитов по принципу пирамидального финансирования. С учетом этого аспекта, требуется учитывать информацию от службы финансового мониторинга о наличии подозрительных операций и признаков связанности заемщиков.

Необходимо проводить не только проверочные процедуры по полноте и своевременности уплаты налогов, но и следует осуществлять мероприятия по повышению мотивированности предприятий в достоверном раскрытии

информации через демонстрацию реальных выгод, получаемых бизнесом вследствие повышения прозрачности [5].

Несмотря на высокий уровень спроса на кредитные ресурсы со стороны корпоративного сектора, банки все больше концентрируются на предоставлении краткосрочных высокодоходных, но одновременно высокорискованных потребительских кредитов.

За 2015–2017 годы объем потребительских займов вырос с 2586003 млн. тенге до 2915043 млн. тенге, т. е. на 13%, что вызывает определенную обеспокоенность, поскольку в перспективе может увеличивать кредитные риски населения. Агрессивный рост необеспеченных потребительских займов уже требует принятия мер по его ограничению.

Удельный вес просроченной задолженности по кредитам населению на потребительские цели в 2015 году составил 8,6%, 2016 году 7,4%, в 2017 году 7,4%.

На начало 2018 г., по данным Комитета по статистике МНЭ, отмечалась тенденция совокупного снижения уровня среднего дохода, что обусловлено снижением курса тенге, а также общего спада экономики. Экономический кризис привел к росту безработицы и сокращения рынка вакансий.

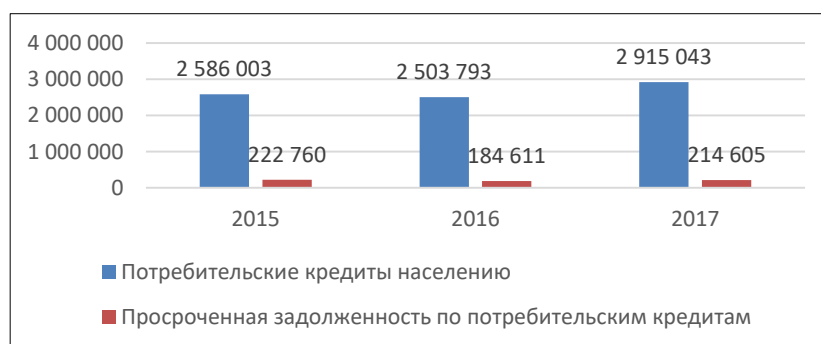
Таблица

**Кредиты банков населению и просроченная задолженность по кредитам банков на потребительские цели, млн. тенге**

№	Показатели	01.16	01.17	01.18
Кредиты БВУ населению на потребительские цели				
	Всего	2 586 003	2 503 793	2 915 043
	краткосрочные	153 339	132 634	161 049
	долгосрочные	2 432 664	2 371 159	2 753 994
Просроченная задолженность по кредитам БВУ населению на потребительские цели				
	Всего	222 759	184 611	214 605
	краткосрочные	19 541	18 258	22 710
	долгосрочные	203 218	166 354	191 895

Источник: [2; 3;4]

Самым низким уровнем зарплаты в нашей стране приходится на бюджетную сферу. При этом обратная ситуация происходила в 2014 г., когда именно бюджетный сектор был главным активатором розничного кредитного портфеля.



**Рис. 1. Кредиты БВУ населению на потребительские цели и просроченная задолженность, млн. тенге**

Источник: [2; 3; 4]

Казахстанские семьи тратят на обслуживание кредитов основную часть своей прибыли. Это приводит к тому, что заемщики вынуждены брать кредиты под большие проценты для погашения уже имеющихся кредитов. Таким образом, происходит ситуация, в которой заемщик с источниками доходов, вызывающими сомнения, должен зарабатывать деньги не только на собственные нужды, но и выплачивать огромные проценты по кредиту. Конечно, это означает, что риск просроченных задолженностей и невозврата таких долгов будет возрастать с каждым днем все больше.

Для минимизации просроченной задолженности банки используют различные методы работы, однако все эти методы имеют ряд недостатков, которые не позволяют гарантировать возврат просроченной задолженности [6].

Наиболее распространенными на данный момент методами управления кредиторской задолженностью являются самостоятельное управление просроченной задолженностью либо продажа кредитных портфелей коллекторским компаниям. Большинство банков используют несколько методов: на ранних стадиях самостоятельно работают с просроченной задолженностью, а на более поздних – передают её на аутсорсинг, коллекторским компаниям либо продают.

БВУ проводит следующую работу с просроченной задолженностью во внесудебном порядке:

1. Изменение условий кредитования, которое предусматривает:
  - отсрочку в погашении кредита – предоставляется сроком до 1 года при условии ежемесячного погашения начисленных процентов за пользование кредитом (без увеличения общего срока кредитования);
  - уменьшение размера неустойки и/или установление периода времени, в течение которого неустойка не взимается (ранее начисленные неустойки не подлежат пересмотру и корректировке);
  - увеличение срока кредитования с соответствующим пересчетом ежемесячных платежей должника по кредиту;
  - изменение периодичности погашения кредита и уплаты процентов за пользование кредитом – допускается предоставление возможности ежеквартального погашения кредита и процентов за пользование кредитом с пересчетом процентной ставки с месячного на кварталный срок;
  - составление индивидуального графика погашения кредита – допускается изменение размера ежемесячных / ежеквартальных платежей по кредиту, установленных кредитным договором, без изменения срока кредитования.
2. Перевод долга на платежеспособное физическое лицо или юридическое лицо путем заключения договора о переводе долга.
3. Уступка права требования третьим лицам.
4. Обращение взыскания на заложенное недвижимое имущество без обращения в суд.

Широкое распространение в банковской системе получила практика пролонгации ссудной задолженности. Механизм пролонгации «запускает» изменение структуры долга.

Банк может осуществлять пролонгацию уже выданных кредитов с несколькими целями. Первая и главная цель – минимизировать нагрузку на

баланс, выражающуюся в необходимости увеличения резервов на возможные потери по ссудам при реклассификации ссуд в более низкую категорию качества.

Вторая цель – нежелание показывать реальный уровень просроченной задолженности с целью получения одобрения акционеров, привлечения потенциальных инвесторов, обеспечения необходимого уровня кредитного рейтинга.

В большинстве своем банки предпочитают пролонгировать ссуды юридическим лицам, вынося на просрочку розничные кредиты. Работа с просроченной задолженностью одного корпоративного клиента обходится банку дороже (и с точки зрения затрачиваемых ресурсов, и с точки зрения объема кредита), чем обесценение ссуды физического лица.

Соглашаясь на реструктуризацию долга, кредитор подвергает себя дополнительным рискам: неисполнения или ненадлежащего исполнения нового обязательства и судебного оспаривания соглашения в случае банкротства должника.

При неудачной попытке возврата долга банк может обратиться взыскание на залоговое имущество заемщика или договориться о передаче части активов должника в счет оплаты долга. В рамках прямых методов управления долгами наиболее эффективной для банка является продажа такого долга по договору цессии. При реализации данного метода погашение задолженности происходит практически мгновенно, в результате чего высвобождаются средства, которые банк тут же вкладывает в уже новые доходные операции, тем самым увеличивая свою прибыль.

Преимущества инструментов реструктуризации очевидны: для заемщиков в максимально щадящем режиме пережить трудные времена и сохранить положительную кредитную историю, а для банков решить проблему собственной ликвидности и сохранения качественной клиентской базы.

С целью определения рисков заемщика банк должен проводить анализ не только на тех сведениях, которые предоставляет сам заемщик, но и на основе «больших данных» (Big Data). Это потребует максимальной автоматизации осуществляемых банками бизнес-процессов, а также расширение государством возможностей для финансовых организаций к широкому получению доступной информации электронного правительства [7].

На сегодняшний день не существует универсального способа регулирования просроченной задолженности. Каждый банк самостоятельно принимает решение по поводу того, какие методы целесообразнее использовать для управления просроченной задолженностью. Это в первую очередь зависит от выбранной банком стратегии развития и особенностей предлагаемых им кредитных продуктов, возможности привлечения финансирования для поддержания ликвидности, наличия свободных финансовых ресурсов, наличия времени и квалифицированного персонала для построения собственной структуры по работе с просроченной задолженностью.

### **Литература:**

1. Греф Г. Российская банковская система в условиях глобального кризиса / Г. Греф, К. Юдаева // Вопросы экономики. – 2009. – № 7. – С. 4–14.
2. Статистический бюллетень НБРК № 7 (260) / июль 2016 // <http://www.nationalbank.kz>.



3. Статистический бюллетень НБРК № 7 (272) / июль 2017// <http://www.nationalbank.kz>.
4. Статистический бюллетень НБРК № 7 (284) / июль 2018 // Internet: <http://www.nationalbank.kz>.
5. Об утверждении Концепции развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 августа 2014 года № 954.
6. Готовчиков И. Ф. Роль и место экспертных методов в системах управления банковскими рисками / И.Ф. Готовчиков // Банковские технологии. 2011. – № 2. – С. 38–43.
7. Дорожкина Н. И., Федорова А. Ю., К вопросу о роли собственного капитала коммерческого банка как гаранта его стабильности // Социально-экономические явления и процессы. 2017. Т. 12. № 3. С. 28-33.

**Okhrimenko O. O., Professor,**  
*National Technical University of Ukraine*  
*«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»*  
*Kyiv, Ukraine*

## **MARKETING TOOLS FOR THE INNOVATIVE TRANSFORMATION OF INSURANCE SERVICES**

Successful insurance companies have in their arsenal an effective marketing strategy that helps meet the demand for insurance services, based on the level of competition, the economic development of national economies, and the latest trends in the financial segment.

The theory and practice of insurance have developed approaches to the formation of marketing strategies based on the segmentation of certain parameters. There are four basic segmentation strategies according to the various characteristics of the segmentations, including:

- 1) Behavioural segmentation, which includes the variables of usage rate and patterns, price sensitivity, brand loyalty and benefits sought, etc.
- 2) Geographic segmentation, which bases on regional variables, such as the region, climate, population density and population growth rate, etc.
- 3) Demographic segmentation, which is used for the variables of age, gender, ethnicity, education, occupation, income and family status, etc.
- 4) Psychographic segmentation, which consists of the variables of values, attitudes, and lifestyle, etc. [1, p. 15-16].

The task of marketing tools is to attract the attention of the client within these segments. According to Wheelen T. L. and Hunger D. J. marketing is the primary links between companies and their customers. Therefore, managers should seriously consider marketing positions and market mixes [2, p. 22].

Commodity policy of insurers requires the development and implementation of innovative insurance service, which is a complex of systemic measures aimed at harmonizing all phases of the insurance process in order to obtain a financial, economic and socio-legal effect of insurance [3, p. 80].

Insurance innovations consist of such aspects of improvement as high quality of consumer utility characteristics; scientific and technological novelty; controllability;

risk resistance; economy; efficiency; socio-economic significance; production realization; commercial applicability [4, p. 21].

Technological development has a triple impact on the market of insurance services. Firstly, the nature of the risk changes as it becomes technological. The new technology requires new approaches to underwriting and new models for harmonizing the interests of stakeholders. Secondly, there are new distribution channels based on new technologies. Thirdly, the automation of all business processes of an insurance company allows a new look at the organization of business, management and communication between employees and policyholders.

Advantages for insurers to use modern information and software tools are: the opening of Internet-representatives that promotes geographical diversification and the introduction of innovative insurance services; reduction of operating and time expenses for the realization and accounting of insurance products; creation of own website for remote customer service; multifunctional Internet portal that increases loyalty of existing customers and expands the presence of an insurance company in the insurance market [5, p. 47].

Ernst & Young's research suggests that more and more attention will be paid to online insurance access. This will lead to new products, enhanced service components and technical support development, as well as an increase in the number of InsurTech solutions and their practical application in insurance. According to Ernst & Young, insurers will fully focus on the utility of an insurance product for a client based on the principles of a social contract, honesty and mutual respect [6, p. 18].

There are two main approaches to sales of insurance products in European markets: – Traditional personal or individual model, which includes a full range of premium brands, and focuses on the quality of top management, fair tariffs and quality customer service. A greater effect is achieved by providing a full range of financial services and individual solutions, including personalized service and a personal approach to selling products at market prices. – Direct sales and the «low-cost» segment model are focused on low-cost brand value and, mainly, are focused on low price and fair value. This model is aimed at customers for whom the price of the product is the decisive factor and includes the offer of standardized products, as well as an easy, fast and convenient way of obtaining the service (internet or phone) [7, p. 56].

Due to the high level of competition in the industry, insurers increasingly go beyond classical business models and build their strategy based on direct sales, expanding the list of services, quality of service. The main trend in the development of marketing communications is the spread of cloud and blockade technologies, digital services, artificial intelligence.

Innovative technologies have a significant impact on the strategies of insurance companies, allowing them to abandon the services of insurance intermediaries and attract customers to participate directly in choosing the components of an insurance service. Leading insurance companies are actively introducing Internet services that help pick an insurance product and provide the customer with round-the-clock support.

The insurers increasingly take into account cross-sectoral strategies based on the digital communications of «partner» ecosystems and require new forms of behavior and commercial approaches. In this environment, insurers need to respond quickly by:

– Shifting from short-term contractual relationships to long-term collaborative relationships.

– Defining their role in future ecosystems by assessing role of emerging technologies such as blockchain, identify their strengths and consequently, acquire / partner with firms that can help create an integrated digital experience for customers.

– Strengthening analytics and exploring data monetization. To play a core role in emerging ecosystems, insurers must improve their advanced analytics and predictive capabilities, which can enable dynamic pricing, risk mitigation and product innovation.

– Identifying new sources of non-insurance revenue.

To redefine customer relationships and create value in any ecosystem, insurers must look to offer allied services besides insurance [6, p. 20].

Tom Regent is the president of global banking and financial markets at BT Global Services thinks that successful financial services companies will be those that strike the right balance between automation and human interaction – whether that interaction takes place face-to-face or is delivered over the phone, video or webchat [8].

The most important prerequisite for the creation of a new insurance product is, ultimately, the need of the insured in its existence. Without changing public needs it is difficult to rely on the demand for new insurance products. Changing the needs of society may be caused by serious changes in the field of socio-economic and political relations, which can significantly accelerate and slow down the development of the insurance market [9, p. 91].

The complexity of the process of developing and shaping an insurance product is due to external and internal factors, as well as the availability of necessary information. In the process of developing it is important to determine not only the content of the insurance program, which meets the requirements of potential customers, but also the form of service.

The strategic decisions, such as entering the market or a separate market segment, introducing new technology or insurance techniques, expanding the range of new insurance services, introducing and integrating innovation into the existing insurance system operating in an insurance company, introducing a new regulation of innovation, serve as determinants for the innovation process.

### References:

1. Miao D. Strategic management and marketing strategy in insurance companies / Miao D. – Lahti University of Applied Sciences, 2012. – 61 с.
2. Wheelen T. L. Strategic management and business policy: toward global sustainability / T. L. Wheelen, J. D. Hunger. – New Jersey, USA: Pearson Education, Prentice Hall, 2012. – 913 с.
3. Денисенко М.П., Корга О.П. Інновації на страховому ринку України / М.П. Денисенко, О.П. Корга // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 21. – С. 79-82.
4. Жилкина А.Н. Инновационный подход в управлении страховым бизнесом: Монография. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. Ун-та управления и экономики, 2014. – 126 с.
5. Приказюк Н.В., Моташко Т.П. Роль Інтернету в реалізації страхових послуг / Н.В. Приказюк, Т.П. Моташко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – Київ, 2014. – № 156. – С. 45-52
6. Crawford S., Russignan L., Kumar N. Global insurance trends analysis: Pursuit of growth amid cautious optimism. – EYGM Limited, 2018, 31 p.

7. Online Insurance Trends EUROPE & COUNTRY REPORTS – Vienna/ Frankfurt/ London: UNIVERSITY of Vienna, 2018. – 350 с. – (MOUNT ONYX).

8. Carter J. Financial service providers are «too faceless»: Report.– [Electronic resource] / J. Carter. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mycustomer.com/service/channels/financial-service-providers-are-too-faceless-report>.

9. Заколюдажний В.О. Характеристика сучасних тенденцій інноваційного розвитку страхової діяльності / В.О. Заколюдажний // Економіка та держава.– № 5. – 2017. – С. 89-92

**Родченко С. С., старший викладач,**  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова  
м. Харків, Україна*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА СУТЬ ПРОЦЕСУ**

Проблеми забезпечення безпеки банків на сьогодні входять до переліку не лише найважливіших факторів національної економіки, а й міжнародної економіки [1, с. 21]. Сучасна економічна ситуація на ринку банківських послуг в Україні характеризується посиленням міжбанківської конкуренції, розширенням сфери діяльності банківських установ і збільшенням кількості банківських послуг. За таких умов банки повинні постійно відстежувати наявність загроз, можливість та шляхи їх реалізації і вживати всіх заходів протидії їм, локалізації та нейтралізації їх наслідків. Світова економічна криза й процеси побудови в Україні ринкової економіки розвиненого типу посилили вимоги до забезпечення фінансової безпеки банків. В умовах глобалізації характеру грошових потоків, характеру відносин власності та клієнтської бази перед банками постають завдання підтримки власної фінансової безпеки, що у свою чергу вимагає необхідного теоретичного і методичного забезпечення.

Розвиток національної економіки, який має відбутися спочатку на основі стабілізації фінансово-економічної системи країни, безпосередньо залежить від стану та ефективності функціонування вітчизняного банківського сектору. За словами фахівців «банківський сектор є важливою складовою національної економіки будь-якої країни, а для України – особливо» [2, с. 85]. Це пояснюється тим, що діяльність даного сектору спрямована на забезпечення єдності економічного простору шляхом здійснення відповідних функцій та вирішення нагальних завдань з підтримки руху фінансових потоків, грошового обігу, обігу капіталу, здійснення фінансування підприємств та господарств, бюджету. Банківський сектор встановлює та зміцнює важливі зв'язки між промисловістю, торгівлею, сільським господарством та населенням.

Банківський сектор є ключовим гравцем, що допомагає здійснювати розподіл та перерозподіл грошових потоків, їх концентрацію у пріоритетних галузях економіки, запобігає відпливу капіталів за кордон, забезпечує стабільність національної грошової одиниці, здійснює виважену політику

внутрішніх і зовнішніх запозичень тощо. Певна кількість фахівців зауважує, що «Банківська діяльність пов'язана з консолідацією всіх учасників ринкових відносин та щоденно ставить за мету забезпечення необхідними кредитними ресурсами суб'єктів економіки, комфортного обслуговування всіх клієнтів та збереження їх довіри до банківського сектора» [2; 3; 4]. Саме банківська діяльність несе в собі небезпеку збільшеного соціально-економічного ризику.

Виходячи із цього, перед банківською системою постає завдання досягнення фінансової стійкості кожного окремого банку та гарантування фінансової безпеки всієї системи. Наголосимо, що побудова ефективної та дієвої системи управління фінансовою безпекою комерційного банку буде сприяти удосконаленню та поліпшенню функціонуванню всієї банківської системи в цілому.

В даній роботі поставлено завдання дослідити сутність процесу забезпечення фінансової безпеки комерційного банку. Актуальність реалізації завдання забезпечення фінансової безпеки комерційних банків певні фахівці пояснюють зростаючою залежністю вітчизняних банків від кон'юнктури світових фінансових ринків; інтеграцією у світовий фінансовий простір, що призвело до підвищення рівня банківських ризиків [5, с. 200]. В роботі [6, с. 332] наголошено: «Забезпечення фінансової безпеки як банківської системи України в цілому, так і окремих її складових, виходячи з їх виключного значення для соціально-економічного розвитку держави, – складна і багатогранна проблема, якій необхідно приділяти постійну увагу». Ми підтримуємо тих фахівців, які зауважують, що «забезпечення фінансової безпеки банківського сектора має велике значення для соціально-економічного розвитку держави» [7, с. 137]. За такої великої актуальності та значущості реалізації завдання забезпечення фінансової безпеки комерційних банків виникає питання «Що саме необхідно зробити?». Поставлене запитання зумовило необхідність дослідження сутності даної діяльності.

Л. П. Гончаренко вказує: «Забезпечення безпеки – це процес реалізації функціональних складових економічної безпеки з метою запобігання можливих збитків і досягнення максимального рівня економічної безпеки на поточний момент і на майбутнє» [8]. У свою чергу колектив авторів монографії [1, с. 28] визначають забезпечення безпеки банку як «системну діяльність з переборення або зниження тягаря наслідків протиправних дій, що порушують інтереси банку». Р. Г. Сніщенко також наголошує, що забезпечення фінансової безпеки банку є безперервним і складним процесом [9, с. 137]. Результатом даного процесу є своєчасно виявлені передумови виникнення критичних ситуацій для прийняття управлінських рішень щодо їх ліквідації або мінімізації.

В роботі [3, с. 8] сказано, що «забезпечення безпеки банку – це діяльність його посадовців, спеціального підрозділу власної безпеки, державних правоохоронних органів та інших структур, спрямована на запобігання можливого порушення його нормального функціонування. Ціллю забезпечення безпеки банку є захист його власності та працівників від зовнішніх та внутрішніх загроз безпеці, запобігання правопорушень, негативних проявів та виникнення надзвичайних ситуацій». Д. В. Щербатих зауважує, що виконання та реалізація організаційно-управлінських, режимних, технічних і

профілактичних заходів, що гарантують якісний захист прав та інтересів комерційного банку, зростання статутного капіталу, підвищення ліквідності активів, забезпечення зворотності кредитів, збереження фінансових і матеріальних цінностей та оптимізації джерел коштів відображує суть фінансової складової банківської діяльності [10, с. 145]. Під процесом забезпечення фінансово-економічної безпеки банку слід розуміти сукупність заходів, спрямованих на запобігання збитку від негативних дій на їх економічну безпеку за різними аспектами фінансово-економічної діяльності. Запобігання збитку, не лише такого, що явно загрожує фінансово-економічній безпеці банку, але і потенційно можливого, являє собою зміст роботи фахівців з безпеки банку. Також існує думка, що змістом забезпечення фінансової безпеки банку є реалізація його фінансових інтересів

Проведене дослідження дозволяє представити нашу точку зору. А саме, ми вважаємо, що забезпечення фінансової безпеки банку є процесом, отже, набором, сукупністю послідовних дій (етапів), виконання яких призведе до досягнення певного результату. Процес забезпечення фінансової безпеки банку – є послідовною реалізацією комплексу встановлених політик, норм, правил, інструментів щодо захисту від зовнішніх та внутрішніх загроз, максимально ефективного використання всіх наявних ресурсів, мінімізації розривів інтересів стейкхолдерів, сприянню підвищенню вірогідності та формуванню гарантій отримання майбутнього прибутку.

Базується процес забезпечення фінансової безпеки банку на розробленій концепції, впровадженій системі, сформованому механізмі економічної безпеки комерційного банку. Включає в себе процес забезпечення фінансової безпеки банку розроблені та доведені до рівня обов'язкового виконання процедур і правил. Отже, процес забезпечення фінансової безпеки комерційного банку може бути впровадженим у життя за умови розробки концептуальних передумов та наповнення переліком практичних заходів, дій, інструментів, які виконуються суб'єктами у певній послідовності з метою досягнення конкретного результату, що у найбільш загальному вигляді може бути описаний, як а) досягнення максимальної стабільності функціонування, і навіть створення основи та перспектив зростання незалежно від об'єктивних і суб'єктивних загрозових чинників; б) усунення можливостей нанесення шкоди банку або упущення ним вигоди, забезпечення його стійкого та максимально ефективного функціонування в даний момент часу та накопичення достатнього потенціалу розвитку та зростання в майбутньому, якісна реалізація операцій і угод; в) безперервна і стійка підтримка стану, який характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз.

### **Література:**

1. Побережный С.Н. Модели и методы обеспечения банковской безопасности [Текст]: монографія / С.Н. Побережный, Б.А. Дадашев, А.Л. Пластун. – Суми: ГВУЗ «УАБД НБУ», 2010. – 239 с.
2. Фінансова безпека підприємств і банківських установ [Текст]: монографія / за заг. редакцією д-ра екон. наук, проф. А.О. Єпіфанова, [А.О. Єпіфанов, О.Л. Пластун, В.С. Домбровський та ін.]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.

3. Банківська безпека [Текст]: підручник / Корченко А.О., Скачек Л.М, Хорошко В.О. / за заг. ред. докт. техн. наук, проф. О.В.Хорошка. – К.: ПВП «Задруга», 2014 – с. 185.
4. Бородай,А.О. Методичний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки банківської установи / А.О. Бородай // Глобальні та національні проблеми економіки; Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Вип. 13, 2016. – С. 494-499. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/100.pdf>.
5. Вовк В.Я. Теоретичні засади забезпечення фінансової безпеки банку / В.Я. Вовк // Проблеми економіки. – № 4, 2012. – С. 200-204. – Режим доступу: [http://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2012-4\\_0-pages-200\\_204.pdf](http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-200_204.pdf).
6. Горалько О.В. Фінансова безпека банків у системі забезпечення фінансової безпеки держави / О.В. Горалько // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – № 2, 2011. – С. 328-337. – Режим доступу: [file:///D:/Downloads-Web/Nvldu\\_e\\_2011\\_2\\_39.pdf](file:///D:/Downloads-Web/Nvldu_e_2011_2_39.pdf).
7. Бригінець О.О. Правове забезпечення банківської безпеки держави як структурного елемента фінансової безпеки держави / О.О. Бригінець // Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2016. Серія ПРАВО. Випуск 40. Том 1. – С. 137-140. – Режим доступу: [http://www.visnyk-juris.uzhnu.uz.ua/file/No.40/part\\_1/33.pdf](http://www.visnyk-juris.uzhnu.uz.ua/file/No.40/part_1/33.pdf).
8. Гончаренко Л.П. Процесс обеспечения экономической безопасности предприятия / Л.П. Гончаренко // Справочник экономиста. – №12, 2004. – Режим доступа: [https://www.profiz.ru/se/12\\_2004/952](https://www.profiz.ru/se/12_2004/952).
9. Сніщенко Р.Г. Механізм формування системи фінансової безпеки банку / Р.Г. Сніщенко // Економіка і регіон. – № 6 (37), 2012. – С. 136-140. – Режим доступу: [file:///D:/downloads-web/econrig\\_2012\\_6\\_27.pdf](file:///D:/downloads-web/econrig_2012_6_27.pdf).
10. Щербатих Д.В. Підходи та загрози до формування фінансово-економічної безпеки банківських установ / Д.В. Щербатих, Б.В. Шпильовий // Вісник Черкаського університету. – № 1, 2016. – С. 141-148. – Режим доступу: <file:///D:/downloads-web/644-1335-2-PB.pdf>.

**Sydorchuk A. A., Associate Professor,  
PhD in Economics,  
Ternopil National Economic University  
Ternopil, Ukraine**

### **A CORRELATION ANALYSIS OF THE LINK BETWEEN THE FACTOR OF THE LABOR PAYROLL FUND IN THE ECONOMY AND THE FINANCIAL RESOURCES OF THE STATE PENSION INSURANCE IN UKRAINE**

On the basis of the correlation and regression analysis methods, we investigated the relationship between the factor indicator – the labor payroll fund in the economy – and the resulting indicator – the size of the internal financial resources of the state social pension insurance. The main task of using these methods was:  
to analyze the statistical data;

– to detect the relationship between the indicators we have investigated the form of a certain mathematical formula and the estimate of the correlation coefficient in this relationship [1, p. 59; 2, p. 78].

In the research, we observe a straightforward form of communication that characterizes the change in the average level of  $y$  depending on the change in the factor's characteristic  $x$ .

In this case, such a regression equation will characterize the change in the average level of the internal financial resources of the state social pension insurance ( $y$ ) from the change in the payroll fund ( $x$ ).

In addition, it will determine the mathematical expectation of group mean values of ( $y$ ) under the influence of different values of ( $x$ ).

In the case of a linear form of communication, the resultantly indicate varies evenly under the influence of the factor. This form of communication is expressed by the equation (1):

$$y_x = a_0 + a_1 x \quad (1)$$

Where  $y_x$  the equalized average value of the resultant indicator;

$x$  – The value of the factor indicator;  $a_0$  and  $a_1$  – parameters of the equation;

$a_0$  – The value  $y$  at which  $x = 0$ ;  $a_1$  – The coefficient of regression [3, p. 212].

The coefficient of regression  $a_1$  shows how much the resultant sign changes  $y$  when the factor sign is changed to one. If  $a_1$  there is a positive sign, then the connection in the studied set is straight, if the negative – then the connection is inverse. Parameters of the equation of communication are determined by the method of least squares of a compound and unbundled system of two equations with two unknowns:

$$\begin{cases} \sum y = na + a_1 \sum x \\ \sum yx = a \sum x + a_1 \sum x^2 \end{cases} \quad (2)$$

Where  $n$  is the number of members in each of the two comparative rows;

$\sum x$  – A sum of values of factor indicator;

$\sum x^2$  – A sum of squares of values of factor indicator;

$\sum y$  – The sum of the values of the resultant indicator;

$\sum yx$  – The sum of products of the values of the factor indicator on the value of the resultant indicator.

Having solved this system of equations, we obtain the following parameter values:

$$a = \frac{\sum y \sum x - \sum yx \cdot n}{n \sum x - \sum x^2}; \quad (3)$$

$$a_1 = \frac{n \sum yx - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - \sum x^2}. \quad (4)$$

Calculating the actual amounts of all the above amounts and substituting them in the formulas above, we find the parameters of the equation  $y_x$  (1).

Constantly substituting in this equation the value of the factor indicator, we obtain the aligned values of the resultant indicator, which will show what theoretically should be the average size of the internal financial resources of social pension insurance



(in other equal terms). Aligned (theoretical) values (with rounding to tens of hundreds) indicate the correctness of the selected parameters of the equation – equality  $\sum y$  and  $\sum yx$ . The verification of the correctness of the parameters of the researched equation is carried out in the last column of each of the tables in our study. Consider the calculation of the parameters of the linear equation of relation between the labor payroll fund in the country's economy and the internal resources of the state social pension insurance according to the data of 2002–2016 [4; 6] (Table 1).

Then the desired linear regression equation between the size of the payroll and the volume of the internal financial resources of social pension insurance will look like this:

$$y = 0,203x + 100,84$$

Table 1

**Results of calculations (1)**

Year	The labor payroll fund in the economy, billion UAH ( $x$ )	The size of the internal financial resources of the state social pension insurance ( $y$ )	$x^2$	$xy$	$y^2$	Audit
2002	103,12	19,78	10633,73	2039,14	391,05	24,91
2003	122,19	22,71	14930,40	2775,26	515,88	28,79
2004	157,45	33,11	24790,50	5212,66	1096,06	35,96
2005	216,60	43,58	46915,56	9440,48	1899,64	47,99
2006	268,63	51,58	72162,08	13855,19	2660,19	58,57
2007	355,15	71,97	126131,52	25560,04	5179,72	76,17
2008	465,49	101,95	216680,94	47456,66	10393,93	98,61
2009	444,92	111,41	197953,81	49568,54	12412,19	94,42
2010	537,88	124,82	289314,89	67138,28	15580,03	113,33
2011	634,11	150,21	402095,49	95250,21	22563,04	132,90
2012	732,44	163,63	536468,35	119848,51	26774,78	152,90
2013	759,79	168,62	577280,84	128115,10	28432,70	158,46
2014	734,74	166,93	539842,87	122650,42	27865,62	153,37
2015	777,52	172,46	604537,35	134090,95	29742,45	162,07
2016	837,25	109,9	700987,56	92013,78	12078,01	174,22
Total	7147,27	1512,66	4360725,90	915015,22	197585,3	1512,66
Average	476,49	100,84				

Consequently, with an increase in the payroll fund in the economy by 1 billion UAH the volume of the internal financial resources of the state social pension insurance grew by 0,203 billion UAH.

For the economic interpretation of the linear relationships between the two-factor, we use the elasticity coefficients calculated on the basis of regression equations,

which show how much percentage of the resultant indicator  $y_x$  will change when the factor indicator changes by 1%.

For linear dependence, the coefficient of elasticity is determined by the following formula:

$$\varepsilon = a_1 \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \quad (5)$$

Where  $\varepsilon$  – the coefficient of elasticity;  $\bar{x}$  – An average value of factor indicator;  
 $\bar{y}$  – An average value of the resultant indicator.

On the basis of data in Table 1, we will define the elasticity coefficient, which is equal to:

$$\varepsilon = 0,309 \frac{479}{180}$$

The value we get is interpreted as follows. With an increase in the payroll fund in the economy by 1%, the volume of internal financial resources of the social pension insurance will increase by 0,96%.

### References:

1. Vashkiv P. H., Paster P. I., Storozhuk V. P., Tkach Y. I. (1999), Enterprise statistics, Kyiv, Slobozhanshchyna, 1999, 660 p.
2. A. A. Spirin, O. E. Bashina (1995), General theory of statistics, Moskow, Finansy i statistika, 1995, 296 p.
3. Kulynych O. I. (1992), Theory of Statistics, Kyiv, Vyshcha shkola, 135 p.
4. Pension Fund of Ukraine, available at: <http://www.pfu.gov.ua>.
5. Ministry of Labor and Social Policy of Ukraine (2006), The compulsory state social insurance and pension provision in figures and facts, Kyiv, 42 p.
6. State Committee of Statistics of Ukraine, Gross Domestic Product, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

**Ювженко Н. М., аспірант,**  
*Київський національний університет*  
*імені Тараса Шевченка*  
*м. Київ, Україна*

### **МІСЦЕ БЮДЖЕТУВАННЯ В РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Розробка і застосування ефективної фінансової стратегії в організації є ключовим моментом успішного здійснення господарської діяльності в перспективі. Завдяки ефективно розробленій фінансовій стратегії виникає необхідний рівень цілеспрямованості, чіткого уявлення основних цілей фінансового управління підприємством. Завдяки представленим діям реалізація необхідних процедур сприяє динамічності, стабільності в діяльності підприємства та покращує його фінансову стійкість.

Методологічні і прикладні засади бюджетування підприємств висвітлюються у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких можна відзначити: Р. Аккофа, І. Балабанова, З. Варналія, Я. Догадайла, Р. Каплана, І. Немировського, В. Самочкіна, С. Онищенко, І. Лютого, В. Савчука, О. Терещенка та інших. Теоретичні та методологічні аспекти бюджетування в процесі реалізації фінансової стратегії розвитку досліджували М. Білик, М. Бойко, П. Дойль, Є. Добровольський, О. Кузьмін, Р. Науменко, В. Чубай, З. Шацька та ін.

Фінансова стратегія являє собою певну систему довгострокових цілей фінансової діяльності підприємства. Відображення фінансової стратегії підприємства здійснюється завдяки завданням його розвитку, в тому числі здійсненні вибору найбільш ефективних напрямків фінансової діяльності і основних методів її досягнення.

Фінансова стратегія є невід'ємним елементом системи управління фінансами підприємства і має на увазі необхідність досягнень цілей, які гарантують ефективність з точки зору фінансового стану підприємства. В якості одного з найбільш істотних інструментів реалізації фінансової стратегії в рамках підприємства є застосовування системи бюджетування [3].

Задача бюджетування полягає в розробці бюджету підприємства, який забезпечуватиме отримання оптимального результату для даного об'єму господарської діяльності в плановому періоді [2, с. 213].

Бюджет являє собою механізм управління, що реалізовується практично через всі етапи циклу управління, завдяки яким формується замкнутий ланцюжок і відбувається підтримка деяких функцій управління, які повністю відповідають кожному з представлених етапів. Звідси випливає, що процес бюджетування є як процес безпосереднього планування, так і процес, в рамках якого формуються умови для здійснення контролю і аналізу виконання запланованих показників.

Бюджетування – з одного боку, це безперервний процес, який характеризується стадіями складання, прийняття, виконання та аналізу бюджетів, але з іншого, це свого роду управлінська технологія, здатна перевести довгострокові плани фірми в поточні кроки [7, с. 132].

Потреба в процесі бюджетування в рамках господарюючого суб'єкта проявляється в тому, що у підприємств є гостра потреба в оптимізації внутрішніх фінансових потоків, при цьому існують складності з досягненням стійкого становища на ринку. Завдяки розумному поєднанню бюджетування з процесом реалізації стратегічних цілей здійснюється рішення представленої проблеми [1, с. 1829].

Завдяки бюджетуванню виникає налагодження двостороннього зв'язку між керівництвом і співробітниками підприємствами, відбувається зменшення ризику невизначеності стосовно подальшої діяльності підприємства.

У той же час прийняття обґрунтованих управлінських рішень має здійснюватися відповідно до визначених орієнтирів, завдяки яким є можливість здійснення оцінки потенційних проблем або передбачуваних труднощів і вироблення системи заходів, спрямованих на їх виправлення.

Процес бюджетування сприяє узгодити функціонування структурних підрозділів у рамках підприємства і підпорядкувати її загальним стратегічним цілям. Представлене свідчить про те, що за рахунок реалізації бюджетування підприємство отримує можливість формування цілісної і найбільш ефективної управлінської системи [5].

Фінансова стратегія підприємства виступає в якості ключової спрямовуючої сили підприємства. Завдяки їй відбувається відображення основних напрямків, в яких підприємство повинно здійснювати свою діяльність для досягнення намічених цілей. У той же час за рахунок використання процесу бюджетування відбувається деталізація і конкретизація представленого напрямку діяльності.

З метою вирішення стратегічних завдань для підприємства важливим моментом є визначення фактичної наявності різноманітних видів ресурсів. Фактична потреба і їх обсяги конкретизуються в рамках процесу бюджетування. У таких випадках бюджет виступає в якості найбільш дієвого інструменту, що сприяє збільшенню результативності виробничого процесу, і основним орієнтиром виступає реалізація фінансової стратегії підприємства.

До складу основних управлінських завдань, вирішення яких здійснюється за рахунок реалізації процесу бюджетування, необхідно віднести наступні [6, с. 105]:

- формування економічного обґрунтування планування операцій, які забезпечують досягнення підприємством цілей діяльності;
- здійснення координації різноманітних бізнесів і структурних підрозділів, узгодження інтересів окремих співробітників і груп в цілому в рамках підприємства;
- проведення оперативного моніторингу відхилень фактичних результатів функціонування підприємства та його окремих структурних підрозділів від поставлених цілей;
- визначення і здійснення аналізу причин відхилень фактичних результатів функціонування підприємства в порівнянні із запланованими;
- реалізація ефективного контролю за процесом витрачання як фінансових, так і матеріальних ресурсів, забезпечення використання планової дисципліни;
- здійснення оцінки виконання плану центрами фінансової відповідальності, в тому числі їх керівниками;
- реалізація заходів щодо стимулювання менеджерів центрів фінансової відповідальності до досягнення намічених цілей у власних структурних підрозділів.

Найцінніше, що дає підприємству бюджетування, – це координація всіх сторін діяльності, зусиль всіх підрозділів для досягнення кінцевого результату і, як наслідок, підвищення ефективності діяльності і фінансової стійкості. Бюджетування сприяє встановленню лімітів затрат ресурсів і нормативів рентабельності або ж ефективності по окремих видах продукції, видах бізнесу чи структурних підрозділах підприємства. Бюджетування, по суті, деталізує фінансову частину бізнес-плану, що призначена забезпечити такий потік ресурсів, який створить оптимальний рівень витрат для отримання достатнього прибутку [4].

Таким чином, процес бюджетування направлено на формування конкретної системи фінансових важелів, типових процедур і механізмів формування та реалізації фінансової стратегії підприємства. Ключовою метою формування системи бюджетування виступає управління економікою, фінансами, фінансовим станом підприємства за рахунок здійснення координації діяльності всіх структурних підрозділів підприємства на досягнення єдиної і якісно наміченої мети.

### **Література:**

1. Гасанов Г. И. Бюджетирование как инструмент финансового планирования на предприятии // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 1828-1833.
2. Добровольський Е.Ю. Бюджетирование: шаг за шагом / Добровольський Е., Карбанов Б., Боровков П. и др. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
3. Журова Л. И. Бюджетирование как инструмент реализации финансовой стратегии предприятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetrovanie-kak-instrument-realizatsii-finansovoy-strategii-predpriyatiya>.
4. Ковтун С. Є. Бюджетирование на современном предприятий или как зффективно управлять финансами. – Х.:Фактор, 2007. – 336 с.
5. Савчук В. П. Стратегические принципы бюджетирования: теория, реальность и реализация // Финансовый директор ISSN 1680-1148 (Украина) – 2004. № 9.
6. Хлевная Е. А. Бюджетирование как инструмент реализации стратегии и управления развитием предприятия // Управленческий учет. – 2009. – № 2. – С. 103-112.
7. Шиляева О. Н. От стратегического планирования через бизнес-план к бюджетированию [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.).Т. II. – М.: РИОР, 2011. – С. 131-134.

# **MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGY IN THE ECONOMICS**

**Kovalova K. O., PhD of Engineering Sciences,  
Associate Professor,**

**Martynova O. V., PhD of Economic Sciences,  
Senior Lecturer,**

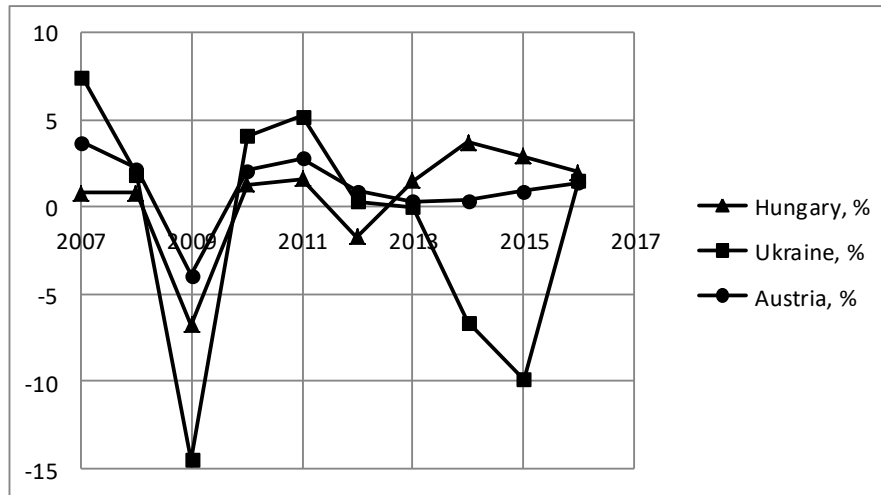
*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics  
Kharkiv, Ukraine*

## **SMOOTHING SPLINES FOR GDP GROWTH MODELS: UKRAINE AND OTHER EU COUNTRY**

Recently economic relationships have become significantly more complicated. This is happening due to different reasons mentioned in [1]. A striking example is the modeling of time series. Therefore the results of modeling time series with a high degree of uncertainty, based on the basic regression models implemented in statistical packages of applied programs (PAP), depend on the mathematical qualifications and experience of experts in subject areas [1]. In this case it is not always possible to construct adequate models that ensure the required accuracy of prediction and the correspondence of the behavior of the model to the behavior of the initial time series [2]. There is a need to improve methods of formalizing time series. After analyzing the literature sources [3-5], the authors of the article suggest to study time series using methods and models relevant to the behavior of the process. Namely, using spline interpolation. Spline interpolation by time series alone is not a new approach but – with the development of the PAP – the number of available interpolation dependencies has increased noticeably. In this work we use the Curve Fit Toolbox of the MATLAB software environment, namely the smoothing spline.

As an example of the proposed approach, the authors considered the time series – the dynamics of GDP growth (%) in Ukraine and two EU countries – Austria and Hungary (Figure 1).

From Fig. 1 it can be seen that the per capita GDP in Austria increased by 42,812.0 USD (21.9 times) to 44,857.0 USD. The average annual growth of GDP per capita in current prices is 930.7 USD or 6.9%. GDP per capita in Ukraine increased by 280.0 USD (by 15.4%) to \$ 2,099.0. The average annual growth of GDP per capita in current prices was at the level of 10.8 dollars or 0.55%. GDP per capita in Hungary increased by 12,286.0 USD (21.0 times) to 12,900.0 USD. The average annual increase in GDP per capita in current prices was 267.1 USD or 6.8%.



**Fig. 1. GDP growth rates of Ukraine, Austria and Hungary**

After the analysis of the initial data, a classic problem of modeling time series arises (Fig. 1) using the new approach of a smoothing spline. It is clear that the application of the adapted complex mathematical model can provide valuable information on the long-term dynamics of GDP behavior and the identification of space-time patterns in it.

If your data is noisy as in case of time series, you might want to fit it using a smoothing spline. Alternatively, you can use one of the smoothing methods from Filtering and Smoothing Data. The smoothing spline  $I(s; p)$  is constructed for the specified smoothing parameter  $p$  and the specified weights  $w_k$ . The smoothing spline minimizes:

$$I(s; p) = p \sum_{k=1}^n w_k (y_k - s(x_k))^2 + (1 - p) \int_{x_1}^{x_n} \left( \frac{d^2 s(x)}{dx^2} \right)^2 dx, \quad (1)$$

where  $(x_k, y_k)_k = 1, 2, \dots, n$  – approximate data;

$w_k$  – the weights of the data (if they were not specified, they are taken to be equal to one);

$p$  – smoothing parameter, varying from 0 to 1, which determines the curvature of the resulting spline.

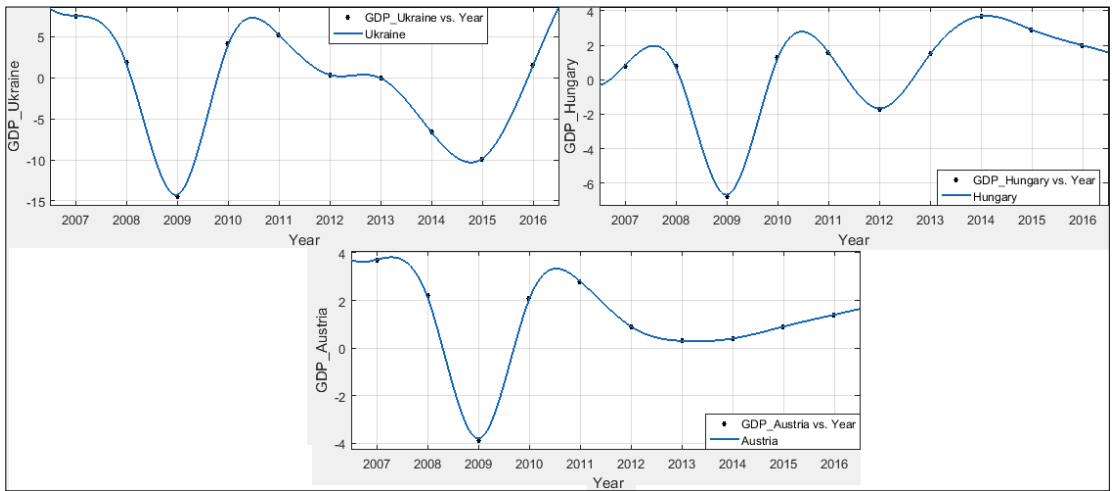
Fig. 2 shows the smoothing splines obtained by the authors. Table 1 shows the main characteristics of the computational process.

Table 1

Assessment of variability						
Fit name	SSE	R-square	DFE	Adj R-square	RMSE	Parameter
Austria	0.0163	0.9996	0.1291	0.9702	0.3553	0.99876719
Hungary	0.0321	0.9996	0.1291	0.9717	0.4990	0.99876719
Ukraine	0.1443	0.9997	0.1291	0.9775	1.0573	0.99876719

According to Fig. 2 and the data of Table. 1, the proposed method makes possible to calculate the interpolation line, however, the presence of a sum of error squares

(SSE) indicates that linear regression does not give absolute forecast accuracy, although the observation points lie on the interpolation straight line.



**Fig. 2. Interpolation of GDP point data with a smoothing spline**

On the other hand, to expect this is just as unnatural as to assume that all sample values are exactly equal to their average arithmetic mean. Therefore, the authors of the article propose to supplement the calculations by calculating the mean-square error of the estimate:

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{SSE}{n - 2}}, \tag{2}$$

where  $SSE$  – sum of error squares;  
 $n$  – number of observations.

Using the formula (2), the authors obtained the following results:

$$S_{austria} = 0,0020375, S_{hungary} = 0,0040125, S_{ukraine} = 0,0180375 \tag{3}$$

According to (3), the root-mean-square error estimates, which characterize the deviation of real data from the regression line, are quite small in all three cases. That allows to draw conclusions about the successful application of smoothing splines to the interpolation of time series.

Note that for these data sets, the default parameter  $p$  is close to 1, which indicates that the smoothing spline is almost cubic and very close to the passage of each data point. Smoothing of cubic splines and default splines are the same for internal points, but diverge at the end points. The fact that still in specific cases, like these examples, can not find a better interpolation than the cubic one. Therefore this research shows the great meaning to create new algorithms that based on main principals of interpolation.

In conclusion, the authors want to note that the countries they have chosen are not considered by chance, but are chosen by the agricultural sector. Hungary is an industrial country with highly developed agriculture. Highly developed horticulture and viticulture. In Hungarian agriculture since the early 1990s. there were often signs of a crisis, which were explained by the general decline in the economy as a whole



and by the great loss of the number of markets. Austria is an example of how an agricultural and industrial country builds an innovative economy with the predominance of the tertiary sector in the form of information technology and services with a wide dissemination of scientific and educational clusters. Ukraine has great prospects in agribusiness – it's able to influence the world's food markets, the food security of the world largely depends on Ukraine.

### **References:**

1. Li Z., Shan J., Gabbert U. Development of Reduced Preisach Model Using Discrete Empirical Interpolation Method // *IEEE Transactions on Industrial Electronics*. – 2018. – T. 65. – №. 10. – C. 8072-8079.
2. Zhang Y. et al. Study of Drillability Evaluation in Deep Formations Using the Kriging Interpolation Method // *Chemistry and Technology of Fuels and Oils*. – 2018. – C. 1-4.
3. Zhang G. et al. A node-based partly smoothed point interpolation method (NPS-PIM) for dynamic analysis of solids // *Engineering Analysis with Boundary Elements*. – 2018. – T. 87. – C. 165-172.
4. Zhu H., Gao C., Chen H. An unconditionally stable radial point interpolation method based on Crank–Nicolson scheme // *IEEE Antennas and Wireless Propagation Letters*. – 2017. – T. 16. – C. 393-395.
5. Xinhua L. et al. A novel approach for NURBS interpolation through the integration of acc-jerk-continuous-based control method and look-ahead algorithm // *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*. – 2017. – T. 88. – № 1-4. – C. 961-969.

Адаменко А. В., магістр,  
Харченко Т. О., к.е.н., доцент кафедри,  
Київський національний університет технологій та дизайну  
м. Київ, Україна

## ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

*Актуальність теми.* Обґрунтування управлінських рішень є важливим процесом, що зв'язує основні функції управління, цілі виробництва і економічні можливості. Саме рішення, що приймаються керівниками будь-якої організації, визначають не лише конкурентоздатність підприємства, але й можливість стійкого розвитку в швидко змінних умовах існування [1, с. 42-44].

При обґрунтуванні управлінських рішень, у першу чергу, аналізуються економічні умови досягнення цілей підприємства. Важлива увага при цьому приділяється матеріально-технічній базі, особливо, рівню фізичного зношення та морального старіння основних виробничих фондів з метою можливості підвищення конкурентоспроможності продукції.

*Метою цієї роботи* є дослідження обґрунтування управлінського рішення щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

*Основний матеріал дослідження.* Питанням прийняття управлінських рішень присвячено роботи багатьох вітчизняних та закордонних учених. Серед них зокрема можна виділити роботи закордонних учених С. Біра, Д. Дерлоу, Р. Л. Кіні, М. Мескона, Х. Райфа, Г. Саймона, Ф. Тейлора, О. Уайта, Р. А. Фатхутдинова, А. Фойля та ін., та українських учених Ю. А. Дайновського, М. Л. Данилович, О. Л. Єршової, Т. С. Клебанової, Л. В. Лазоренко, Т. І. Лепейко, Р. М. Лепи, Т. М. Ліхтер, О. В. Макарюка, Н. С. Орленко, Ю. Ю. Піщенко, Н. В. Піскунової, Т. В. Смачило, О. О. Солодової, Г. В. Теплінського, Н. Г. Чумаченка, та інших. В їх працях надається і розвивається понятійний апарат теорії прийняття управлінських рішень, розроблюються методики й моделі прийняття рішень в різних сферах управління підприємством (зокрема інвестиційній, фінансовій, маркетинговій, управління конкурентоспроможністю підприємства та ін.).

Управлінське рішення є основою процесу управління. Управляти – значить вирішувати. Термін «управлінське рішення» застосовується у двох основних значеннях: як процес і як явище. Як процес управлінське рішення – це пошук, переробка і аналіз інформації, розроблення альтернатив, вибір кращої з них, затвердження і реалізація. Як явище управлінське рішення – це план, наказ, програма, постанова, усне чи письмове розпорядження [2, с. 90].

Прийняття управлінського рішення – це процес вибору суб'єктом прийняття рішення на основі формалізації проблемної ситуації, акту складання сукупності

альтернатив та критеріїв оцінки їх ефективного вирішення і визначення впливових факторів його реалізації й оцінку реалізації з застосуванням методів контролю виконання й оцінки наслідків [1, с. 17]. В. М. Приймак [2, с. 11] вважає, що процес прийняття рішення – це сукупність взаємопов'язаних послідовних дій людини чи групи людей, які здійснюються з метою досягнення певних цілей і/або усунення чи запобігання проблемним ситуаціям.

Сфери прийняття управлінських рішень на підприємстві – фінансова, виробнича, кадрова та інші. І прийняття рішень в кожній сфері має свої особливості, свою специфіку. Відповідно до теми нашого дослідження проаналізуємо особливості прийняття рішень в кадровій сфері підприємства, а саме – в кадровому менеджменті.

Прийняття рішень – складова частина будь-якої управлінської функції. Необхідність ухвалення рішення пронизує все, що робить керівник, формуючи цілі і процес їх досягнення. Тому розуміння природи прийняття рішень надзвичайно важливо для всіх, хто хоче процвітати в мистецтві керування. Вдосконалення знань та вивчення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві робить вивчення цієї теми актуальним та необхідним для становлення повноцінного менеджера. Важливість управлінських рішень та й самої функції їх прийняття у процесі управління зумовлена тим, що їх ухвалення, по-перше, чітко простежується як умова виконання всіх інших функцій; по-друге, є безпосереднім продуктом діяльності керівників усіх рівнів управління; по-третє, є одним із важливих засобів формування соціальних інтересів; по-четверте, виступає однією з форм реалізації соціальних інтересів [1, с. 56-59].

Під управлінським рішенням автор розуміє процес вироблення та реалізації раціонального варіанта вирішення проблеми чи виконання завдання або як фіксований правовий акт (нормативний чи індивідуальний). Усі стадії управлінського рішення взаємопов'язані й однаковою мірою важливі як для теорії, так і для практики управління. Управлінське рішення можна розглядати як вид діяльності, яка відбувається у керівній підсистемі і тісно пов'язана з підготовкою, вибором та прийняттям певних варіантів дій, тобто це вид роботи в самому апараті управління, певний етап процесу управління. Також управлінське рішення можна визначити як певні дії керівної системи щодо керованої [3, с. 142]. Основними факторами, що впливають на якість управлінського рішення, є: застосування до системи менеджменту наукових підходів і принципів, методів моделювання, автоматизація керування, мотивація якісного рішення та ін. Звичайно в прийнятті будь-якого рішення присутні в різному ступені три моменти: інтуїція, судження і раціональність. Рішення може бути ефективним, якщо воно всебічно та науково обґрунтоване, коли під час його підготовки передбачаються, враховуються та прогнозуються всі наслідки і результати та будь-який перебіг подій.

*Висновок:* Удосконалювання процесу прийняття управлінських рішень і відповідно підвищення якості прийнятих рішень досягається за рахунок використання наукового підходу, моделей і методів прийняття рішень. Модель є представленням системи чи ідеї об'єкта. Керівнику необхідно використовувати моделі через складність організацій, неможливості проводити експерименти в реальному світі, необхідності передбачати майбутнє.

### **Література:**

1. Приймак В. М. Прийняття управлінських рішень: навч. посібн. / В. М. Приймак. – К.: Атіка, 2014. – 240 с.
2. Гевко І. Б. Методи прийняття управлінських рішень: підручник / І. Б. Гевко. – К.: Кондор, 2012. – 187 с.
3. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О. В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2016. – 496 с.

**Zaluchyonova O. M., Associate Professor,**  
*Department of Management*  
*University «Turan»*  
*Almaty, Kazakhstan*

## **THE FORMATION OF SPECIAL COMPETENCIES OF STUDENTS THROUGH THE ORGANIZATION OF PRACTICAL TRAINING**

The Council of Europe identifies five core competencies required today by any competent professionals:

1) political and social competencies related to the ability to take responsibility, participate in joint decision-making, participate in the functioning and development of democratic institutions;

2) competences relating to life in a multicultural society designed to prevent the emergence of xenophobia, the spread of a climate of intolerance and to promote both an understanding of differences and a willingness to live with people of other cultures, languages and religions;

3) competencies that determine the possession of oral and written communication, which is important in work and public life, to the extent that those who do not possess them face isolation from society. This group of communication includes knowledge of several languages, which is becoming increasingly important;

4) competencies related to the emergence of the information society. Possession of new technologies, understanding of their strength and weakness, ability to be critical of the media, Internet information and advertising;

5) competencies that realize the ability and desire to learn all life, not only professionally, but also in personal and public life [1].

How to form the Competence of students?

– Score-rating system of evaluation is made to assess the effectiveness of the student's academic work with his participation.

– It forms a subjective position, responsibility for the result of their work.

– In the cells put down the maximum score that can be earned in the current work, on the principle: how much earned – so much received.

– Together with students set the cost of work in points and the total.

Taking into account the above factors, we make a table:

<b>Topics</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>etc.</b>
<b>Educational the actions of the students</b>									
Lectures: – Visit – Note-taking									
Practical class: – Visit – Participation – Preparation of presentations – Group work									
Independent work: – On the instructions – Creative									
Participation in scientific work: – Preparation of abstract – The preparation of this article – Presentation – Participation in contests – etc.									
Execution of term papers									
etc.									
Development of communication skills: – To give advice to his classmates who missed the lesson – To obtain advice from experts outside of the University, the company – To give to each other (expert function)									
Volunteer movement (selfless help)									

After each lesson, put one point in each coordinate plane with the date. We cannot do without updating. As a result, the student self – assesses his own result: «I am a subject. I am entrusted to evaluate my own results.»

How does the system of formation of competencies, for example, for the specialty «Management» through the organization of the system of practical training? For example, after studying the subject «Management» students must master the following competencies.

*Interpersonal skills:*

- be able to make decisions in conditions of different opinions;
- know and be guided by ethical and legal norms;
- be able to work in a team;
- to carry out business communication, conduct business negotiations.

*Subject-specific competences:*

- to be able to analyze the external environment and competitiveness of the company to determine the prospects of development;
- determine the structure of the social system;
- own different ways of conflict resolution.

*Economic, organizational and managerial competences:*

– the ability to critically evaluate the proposed options for management decisions;

– develop and justify proposals for their improvement taking into account the criteria of socio-economic efficiency, risks and possible socio-economic consequences [2].

At the first practical lesson, I propose, together with students, to make the following table, in which to consider and identify in which topics are studied specifically those or other competencies.

**Methodical system of competence formation**

№	Student's competences	Topics									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	... 12
1	Generic competence: Interpersonal skills: – be able to make decisions in conditions of different opinions			V							
2	– to know and be guided by ethical and legal norms	V									V
3	– be able to work in a team		V	V							
4	Subject-specific competences: – to be able to analyze the external environment and competitiveness of the company to determine the prospects of development						V				

**References:**

1. Brian J. Robertson. Holacracy: The Revolutionary Management System that Abolishes Hierarchy. Top Business Awards, 2015. – 250 p.

2. Modular educational program specialty 5B050700 – «Management». Approved By The Institution «University «Turan», 2017.

Izdevniecība «Baltija Publishing»  
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

---

Iespiests tipogrāfijā SIA «Izdevniecība «Baltija Publishing»  
Parakstīts iespiešanai: 2018. gada 31. oktobris  
Tirāža 100 eks.