



**Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Ниредьгазький Університет (Угорщина)
Вища школа економіки і менеджменту
в публічному адмініструванні у Братиславі (Словаччина)**

**Міжнародна
науково-практична конференція**

**“УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІ І ВИКЛИКИ”**

Збірник тез доповідей



**Мукачево
18-19 квітня 2019 р.**

**Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Ніредьгазький Університет (Угорщина)
Вища школа економіки і менеджменту
в публічному адмініструванні у Братиславі (Словаччина)**

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ**

**MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC
TRANSFORMATIONS OF BUSINESS PROCESSES:
REALITIES AND CHALLENGES**

**Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції**

18-19 квітня 2019 р.

**Мукачево
2019**

УДК 338.24 (043.2)

У66

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Вченою радою Мукачівського державного університету
(протокол № 11 від 25 квітня 2019 року)*

У66

Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 18-19 квітня 2019 р.). – Мукачево: МДУ, 2019. – 361 с.

***Відповідальний за випуск:** Проскура В.Ф. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та управління економічними процесами.*

***Технічний редактор:** Товт Т.Й. – к.е.н., доцент.*

У збірнику тез за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, що проводилася кафедрою менеджменту та управління економічними процесами Мукачівського державного університету, висвітлюються погляди науковців, аспірантів, слухачів магістратури, студентів, представників державних органів влади та місцевого самоврядування, підприємницьких структур на актуальні проблеми управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів в сучасних умовах.

Матеріали структуровані в розрізі декількох напрямів досліджень: «Формування механізму управління господарськими процесами на мікро- та макрорівнях»; «Управління економікою держави в умовах глобальних перетворень»; «Управління економічними процесами суб'єктів господарювання»; «Особливості регіонального управління господарськими процесами»; «Фінансовий контроль та регулювання в системі управління господарськими процесами»; «Управління обліково-аналітичним забезпеченням діяльності підприємств»; «Управління інвестиційно-інноваційною діяльністю»; «Управління бізнес-процесами та проектами»; «Управління освітніми процесами».

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

УДК 338.24 (043.2)

Матеріали конференції доступні для перегляду на офіційному сайті університету за адресою <https://msu.edu.ua/konferencii-seminari/>

ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

Голова: **Щербан Тетяна Дмитрівна** – ректор, Мукачівський державний університет, Заслужений працівник освіти України, доктор психологічних наук, професор.

Заступники голови:

Гоблик Володимир Васильович – перший проректор, Мукачівський державний університет, Заслужений економіст України, доктор економічних наук, професор;

Проскура Володимир Федорович – завідувач кафедри менеджменту та управління економічними процесами, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

Члени програмного комітету:

Фігула Еріка – ректор, Ниредьгазький університет, Угорщина (за згодою);

Ковач Маріан – доктор філософії, начальник відділу міжнародних зв'язків, Вища школа економіки і менеджменту в публічному адмініструванні у Братиславі, Словаччина (за згодою);

Папп Василь Васильович – проректор з науково-педагогічної роботи, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор;

Стегней Маріанна Іванівна – декан факультету економіки, управління та інженерії, Мукачівський державний університет, доктор економічних наук, професор.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова: **Товт Тетяна Йосипівна** – к.е.н., доцент.

Секретар: **Хаустова Ксенія Михайлівна** – к.е.н.

Члени організаційного комітету: **Білак Георгій Георгійович** – к.е.н., доцент; **Звонар Йолана Петрівна** – к.е.н.; **Лизанець Анжела Гейзівна** – к.е.н., доцент; **Пугачевська Катерина Йожефівна** – к.е.н., доцент; **Феєр Оксана Валеріївна** – к.е.н., доцент; **Максютова Олена Володимирівна** – аспірант; **Паулик Алла Ярославівна** – аспірант.

PROGRAM COMMITTEE OF THE CONFERENCE:

Head: **Shcherban Tetyana Dmytrivna** – Rector of Mukachevo State University, Doctor of Psychology, Professor.

Deputy of the head:

Hoblyk Volodymyr Vasylovych – the first Vice-rector of Mukachevo State University, Doctor of Economic Sciences, Professor;

Proskura Volodymyr Fedorovych – Head of the Department of Management and Economic Processes Planning, Mukachevo State University, Doctor of Economic Sciences, Professor.

Members of the Program Committee:

Figula Erika – Rector, Niredhaza University (Hungary);

Kovac Marian – PhD, Head of Foreign Affairs Department, High School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava (Slovak Republic);

Papp Vasy Vasylovych – vice-rector on scientific and pedagogical work, Mukachevo State University, Doctor of Economic Sciences, Professor;

Stehney Marianna Ivanivna – Dean of the Faculty of Economics, Management and Engineering, Mukachevo State University, Doctor of Economic Sciences, Professor.

ORGANIZATIONAL COMMITTEE:

Head: **Tovt Tetyana** – cand. of ec. sc., assoc. prof.

Secretary: **Khaustova K.** – cand. of ec. sc.

Members of the Organizational Committee: **Bilak George** – cand. of ec. sc., assoc. prof; **Zvonar Yolana** – cand. of ec. sc.; **Lyzanets Anzhela** – cand. of ec. sc., assoc. prof; **Pugachevska Kateryna** – cand. of ec. sc., assoc. prof; **Feyer Oksana** – cand. of ec. sc., assoc. prof; **Maksuytova Olena** – postgraduate student, **Paulyk Alla** – postgraduate student.

«УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ: РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ»

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

1. Формування механізму управління господарськими процесами на мікро- та макрорівнях.
2. Управління економікою держави в умовах глобальних перетворень.
3. Управління економічними процесами суб'єктів господарювання.
4. Особливості регіонального управління господарськими процесами.
5. Фінансовий контроль та регулювання в системі управління господарськими процесами.
6. Управління обліково-аналітичним забезпеченням діяльності підприємств.
7. Управління інвестиційно-інноваційною діяльністю.
8. Управління бізнес-процесами та проектами.
9. Управління освітніми процесами.

«MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS OF BUSINESS PROCESSES: REALITIES AND CHALLENGES»

TOPICS OF THE CONFERENCE:

1. The formation of economic processes management mechanism at micro and macro levels.
2. The state economy management in the conditions of global transformations.
3. Economic processes management of business entities.
4. Features of regional economic processes management.
5. Financial control and regulation in the economic processes management system.
6. Accounting and analytical support in the management of the enterprise.
7. Investment and innovation activity management.
8. Business processes and projects management.
9. Educational processes management.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМИ ПРОЦЕСАМИ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Бочко О.Ю., Кузяк В.В. Взаємозв'язок маркетингових комунікації та геомаркетингу в ХХІ ст.	11
Горбань С.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність України: сучасний стан та перспективи розвитку	12
Грановська І.В., Городніченко Ю.В. Особливості податкової системи Японії	15
Зеліч В.В. SMM маркетинг як сучасний інструмент просування продукту підприємства в мережах	18
Зеліч В.В., Попик В.В. Роль корпоративної культури на соціально відповідальному підприємстві	22
Круговий В.В. Формування системи стратегічного планування економічного розвитку	26
Лизанець А.Г., Юрик М.М. Проблеми функціонування державної служби зайнятості та інноваційні підходи до їх вирішення	29
Мартиненко В.В. Теоретико-прикладні аспекти реалізації податкової політики в Україні	32
Папп В.В., Бошота Н.В. Шляхи усунення недобросовісної конкуренції в туристичному бізнесі	35
Сойма С.Ю. Особливості інтернет-маркетингу в сфері роздрібної торгівлі	38
Фількіна Б.І. Особливості конкурентного середовища підприємств сфери послуг	40

СЕКЦІЯ 2. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Fabuš M., Fejer O. Ukrajina a Slovenská republika v globálnom rebričku: porovnávacía analýza	42
Kováč M., Tovt T. Priority rozvoja ukrajinsko-slovenskej cezhraničnej spolupráce	43
Балабаниць А.В. Національні інтереси як домінуюча основа забезпечення національної безпеки країни	45
Бобровник В.М. Вплив транснаціональних корпорацій на економіку України	48
Гринів Н.Т., Гелей Ю.-О.І., Скочиляс Н.В. Потенціал і проблеми розвитку водного транспорту в Україні	51
Доценко І.О. Модернізація фінансової системи України в умовах економічних перетворень	53
Загорецька О.Я., Козевич Р.І. Державний борг – економічна загроза розвитку України	56
Звонар Й.П. Перспективи становлення економіки знань у контексті глобалізаційних процесів	58
Іванюк К.В., Родіонова Е.В. Порівняльний аналіз пенсійного забезпечення в Україні та закордоном	60
Кіндзерський Ю.В. Методологія управління суспільною модернізацією: до проблеми формування та реалізації	62
Кірносова М.В., Пахомова Д.С. Проблеми та перспективи розвитку SMM на ринку України	65
Коваль С.П. Аспекти ринку праці у формуванні креативної економіки	68
Ковальчук І.Є., Шершун В.В. Проблеми трудової міграції з України	71

Кудлай В.Г. Експорт української агропродукції: стан та перспективи	73
Москвіна О.Д. Структурні особливості розвитку сектору домогосподарств в умовах спрямованості на інклюзивний розвиток економіки України	75
Пугачевська К.С. Пріоритети експорту України в умовах євроінтеграції	78
Стасюк О.М. Щодо стану імплементації європейських формальних інститутів в залізничну галузь України згідно угоди про асоціацію	80
Стегней М.І., Лінтур І.В., Архангельська А.-М.І. Зайнятість населення та пріоритети стратегії економічного розвитку України	83
Суханова Д.Ю. Діяльність з торгівлі цінними паперами: сучасний стан та перспективи розвитку	85
Федяй Н.О. Поняття “інтеграційний імператив” у теорії управління національною економікою	87
Фішер Н.В. Банківське кредитування в Україні: проблеми та перспективи	90
Черничко С.С. Фінансово-економічні переваги діяльності офшорних юрисдикцій	92
Шабранська Н.І., Щукін Б.М. Моделювання залежності інфляції від валютного курсу та макроекономічного середовища	94
Ярошук В.О. Сучасні тенденції державного регулювання ринку фінансових послуг України	97

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Demyan Y., Tokar Y., Markova E. Features of management development of enterprises personnel	99
Dorochov D., Popovics O. Možnosti zlepšenia motivácie práce personálu v spoločnostiach	101
Kravchenko S.A. Network model of management of efficiency of working capital with use of scheme factoring	104
Proscura V.F., Lyzanets A.H., Shelepa M.I. System approach to commercial enterprise profit management	107
Vishnevskaya O. Aspects of management of competitiveness of retail trade enterprises	110
Бисага В.М. Роль маркетингу в діяльності підприємства	112
Волот О.І., Роднєв Д.В. Концепції побудови управлінських інформаційних систем	114
Ємельянов О.Ю. Концептуальні засади оцінювання потенціалу економічного розвитку підприємств	116
Звонар Й.П., Пиріг В.Г. Формування конкурентних переваг туристичних підприємств у сучасних умовах	118
Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю. Розвиток малих підприємств агробізнесу та удосконалення систем їх оподаткування	121
Клюс Ю.І., Никитюк О.В. Роль управління операційними витратами підприємства у досягненні його сталого розвитку	123
Кундеус О.М. Історичний розвиток ідей кооперації для кластеризації фермерської діяльності	125
Лендел О.Д., Ярема А.В. Маркетингові дослідження в діяльності промислового підприємства	127
Лизанець А.Г. Роль засобів комунікацій в управлінні персоналом	130
Лихолат С.М., Лозинський В.Т. Оцінка конкурентного середовища підприємств малого бізнесу на вітчизняному ринку	133
Мармуль Л.О., Кучеренко С.Ю. Удосконалення управління розвитком виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств	135

Мігай Н.Б., Серeda О.О. Особливості управління економічним потенціалом промислових підприємств в сучасних умовах	137
Пилипчук В.П., Лендел О.Д., Бундзяк Л.В. Особливості ціноутворення в банківській сфері	140
Пігош В.А. Експлуатаційні витрати в контексті орендних правовідносин з бюджетними установами	143
Попфалуші В.Я. Управління підприємствами малого та середнього бізнесу в Україні	145
Проскура В.Ф., Павлишинець І.В. Досвід країн ЄС щодо організації служби економічної безпеки підприємства	147
Пугачевська К.Й., Балабан С.С. Підходи до оцінки ефективності використання виробничих ресурсів підприємства	149
Пугачевська К.Й., Полянська В.Е. Управління системою просування товарів на зовнішні ринки	151
Ринкевич Н.С. Клієнтоорієнтований підхід до формування організаційної культури підприємств	153
Рожко Н.Я. Застосування маркетингових інструментів в межах ланцюга вартості Портера	156
Росола У.В. Необхідність оптимізації каналів розподілу сільськогосподарської продукції	158
Рубіш М.А. Імідж підприємства сфери послуг: його роль та етапи формування	159
Рябко А.В. Проблемні аспекти розвитку сільськогосподарських підприємств	161
Товт Т.Й., Дрозд Н.В. Теоретичні підходи до визначення сутності потенціалу підприємства як економічної категорії	163
Удова Л.О. Кластерна модель залучення господарств населення до інтеграційних відносин в аграрному секторі України	166
Федорович І.В. Стратегія підприємства як засіб досягнення конкурентної позиції	169
Феєр О.В., Медвідь С.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект	171
Феєр О.В., Русин К.І. Необхідність використання засобів маркетингових комунікацій підприємствами	173
Хаустова К.М., Медвідь І.М. Теоретичні підходи до визначення ресурсного потенціалу підприємства	174
Хаустова К.М., Попович О.К. Стратегічне управління персоналом в умовах сучасного розвитку ринку робочої сили	176
Черничко Т.В., Черничко С.Ф. Особливості торговельної логістичної діяльності посередників	178
Шевченко Ю.С. Теоретичні аспекти поняття оборотних коштів будівельного підприємства	180
Ющенко Н.Л. Статистичне забезпечення управління діяльністю комерційних банків	182

СЕКЦІЯ 4. ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМИ ПРОЦЕСАМИ

Арзянцева Д.А. Перспективні інструменти управління соціальною сферою об'єднаних територіальних громад на засадах взаємодії влади, бізнесу та громадськості	186
Гегедош К.В. Проблеми транскордонного економічного співробітництва в Карпатському Єврорегіоні	189
Іванов С.В., Трушкіна Н.В. Пропозиції щодо створення логістичного кластеру в Слобожанському економічному районі	192

Костик Є.П. Економічний розвиток регіону як запорука його ефективного управління (на прикладі Київської області)	196
Кулик Т.П. Участь громадськості в процесі стратегічного планування розвитку громади	199
Кучінка Т.В. Інституційний розвиток на рівні регіону	202
Максютова О.В. Нові підходи до інформаційного забезпечення розвитку туристичної галузі регіону	204
Мельниченко Г.М., Гончарук В.В., Лаглер К. Передумови функціонування регіональної господарської системи: інвестиційно-інноваційний аспект	205
Микуланинець С.І. Логістичне управління розвитком регіону	208
Музиченко-Козловська О.В. Методичний підхід до економічного оцінювання туризму на засадах сталого розвитку	210
Паулик А.Я. Характеристика основних підходів до розуміння конкурентоспроможності економіки регіону	212
Пугачевська К.Й. Особливості формування торговельних кластерів	214
Пчелинська Г.В. Сучасний стан розвитку промисловості Луганської області	216
Радіонова О.М. Подієвий туризм як новий напрямок розвитку регіону	218
Чередниченко В.А. Децентралізація ринку суспільних благ в Україні	221
Чучка І.М. Практика функціонування євро регіону «Земплін»: угорський досвід	224
Шепетюк Л.В. Проблеми та перспективи економічного розвитку регіону (за матеріалами Тернопільської області)	226
Шовкун І.А. Промисловий розвиток і зайнятість у контексті децентралізації	228

СЕКЦІЯ 5. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ТА РЕГУЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМИ ПРОЦЕСАМИ

Ігнатишин М.В., Шершун В.В. Класифікаційні ознаки грошових потоків та методи оцінювання їх руху	232
Левчук Ю.Л. Сутність поняття «фінансовий контроль»	234
Лизанець А.Г., Лиходій Т.В. Логістичні аспекти удосконалення операційної діяльності банку	237
Михальчинець Г.Т. Інноваційні інструменти фінансового ринку	240

СЕКЦІЯ 6. УПРАВЛІННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Бержанір І.А. Особливості формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення управлінського обліку	242
Волот О.І., Кошова В.О. Моделювання та класифікація моделей бухгалтерського обліку	245
Волот О.І., Солдатова І.К. Інформаційна технологія розв'язання задач з бухгалтерського, управлінського та податкового обліку	247
Зарудна Н.Я. Управління бізнес-процесами підприємства в системі стратегічного обліку	250
Проскура В.Ф., Гобан Л.В. Методи та методика економічного аналізу рентабельності	253
Яременко Л.М., Макарчук І.М. Особливості формування облікової інформації в управлінні дебіторською заборгованістю	255

СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Бойко О.М. Китайський досвід створення індустріальних парків: проблеми та перспективи	259
Братюк В.П. Інноваційно-інвестиційні процеси страхових організацій	263
Гришина Л.О., Коломієць Є.В. Фактори формування інвестиційного потенціалу регіону (на матеріалах Миколаївської області)	265
Дідковська Л.І. Державно-приватне партнерство у зрошуваному землеробстві	268
Коледіна К.О. Інноваційний розвиток промислових підприємств та шляхи його досягнення	270
Ларіонова К.Л., Возовик І.А. Економічна сутність проблемних кредитів банку	273
Ларіонова К.Л., Томчишина Г.М. Сучасний стан та перспективи розвитку страхування життя в Україні	276
Пила В.І. Щодо стимулювання розвитку економіки України	279
Подвальна Г.В., Нагла М.Т. Яку роль упаковка відіграє у маркетингу та реалізації продукту	282
Прокопенко К.О. Державно-приватне партнерство як інструмент сільськогосподарської інноваційної політики	284
Ткаченко П.В. Проблеми управління інноваційною діяльністю на підприємствах агробізнесу	287
Чмирьова Л.Ю. Державно-приватне партнерство на транспорті в Україні	290
Шпортюк Н.Л. Інноваційна діяльність як механізм підвищення конкурентоздатності підприємств АПК	293

СЕКЦІЯ 8. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТА ПРОЕКТАМИ

Бондаренко В.М., Бутусов О.Д., Герзанич В.М. Суть та класифікація бізнес-процесів в сучасній науковій парадигмі	295
Ким А.А. Управление бизнес-процессами как средство оптимизации распределения доходов организации	298
Полулях О.В. Сучасні канали DIGITAL маркетингу в Україні	301
Пугачевська К.Й., Деркач К.В. Smart-менеджмент як спосіб ефективного управління в організації	303
Хаустова К.М., Равлінко О.М. Управління реалізацією стратегічних змін на підприємстві	305

СЕКЦІЯ 9. УПРАВЛІННЯ ОСВІТНІМИ ПРОЦЕСАМИ

Bondar N., Boyko V., Sanduyk Ye. Niezbędne kompetencje dla skutecznej realizacji na rynku pracy absolwentów instytucji szkolnictwa wyższego	308
Kupriyenko I.V., Tarahonich A.M., Popovych O.P. Foreign language as the mean of international trade	311
Rusyn O.I., Popovych O.P., Zaulychna O. The role of a foreign language for tourism manager	313
Гоблик В.В., Феєр А.Є. Роль університету в соціально-економічному розвитку міста	315
Живко З.Б., Мартин О.М., Кухарська Л.В. Процес управління якістю освіти в Україні: проблеми та шляхи вирішення	316
Кобаль В.І., Герлі Р.М. Окремі аспекти управління спеціальною загальноосвітньою школою-інтернатом	320
Кобаль В.І., Щадей О.М. Стан організації превентивного виховання учнів закладу загальної середньої освіти	322

Козик В.В., Петрушка Т.О., Мусійовська О.Б. Підготовка фахівців та вимоги ринку праці	324
Лавриненко Л.М. Світовий досвід професійного навчання та розвитку персоналу	326
Ліба Н.С., Головачко В.М. Педагогічний менеджмент як сучасна теорія управління освітою	329
Ліба Н.С., Сочка Т.І. Управління діяльністю педагогічним колективом закладів дошкільної освіти	331
Малишко В.В. Механізм державного управління фінансового забезпечення освіти	333
Надрага В.І. Проблеми модернізації професійної підготовки та післядипломної освіти управлінських кадрів місцевого самоврядування	336
Реслер М.В. Механізм управління інноваційним розвитком вищого навчального закладу	338
Рогульська О.О. Викладання навчальних дисциплін: методологія, теорія та практика	341
Синюра-Ростун Н.Р. Децентралізації управління системою освіти: переваги та можливості реалізації	343
Слатвінська Л.А. Синергетичний ефект академічного підприємництва для України	345
Слюсар С.Т. Проблеми галузі освіти у формуванні лідерського потенціалу молоді об'єднаних територіальних громад (ОТГ)	348
Товканець Г.В. Формування організаційно-управлінських компетентностей майбутнього вчителя	350
Товканець О.С. Соціально-педагогічні умови інтенсифікації освітнього процесу у вищій школі	352
Товт Т.Й., Пірчак О.І. Імідж закладу освіти як економічна категорія	354
Ящук Т.А. Управління інноваційними процесами у закладах вищої освіти	357

СЕКЦІЯ 1.
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМИ
ПРОЦЕСАМИ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНЯХ

УДК 339.138

О.Ю. БОЧКО
доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу і логістики,
В.В. КУЗЯК
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА
ГЕОМАРКЕТИНГУ В ХХІ СТ.

В сучасних умовах одне із завдань, яке ставлять перед собою маркетингові комунікації – розповсюдження інформації про послуги/товари фірми. При цьому обидві сторони (виробники товару і його споживачі) контактують не безпосередньо, а в межах певного геосередовища, за допомогою маркетингових комунікацій. В процесі такого взаємозв'язку маркетингової інформації, поступово формується особливий вид географічного простору - геомаркетинговий. Таким чином геопростір є певне середовище, де безпосередньо реалізовується основна маркетингова функція, існують економічні суб'єкти в рамках ринкової економіки та функціонують маркетингові комунікації. Будь-який маркетинголог буде прагнути до того, щоб геомаркетинговий простір мав максимальну інформативність при мінімальній протяжності (тобто передбачало б безпосереднє контактування виробника зі споживачем при найменшій територіальній віддаленості один від одного), а, отже, приносити прибутки фірмі.

Геомаркетинг є інструментом для використання знання про місцезнаходження, з метою проведення маркетингового аналізу, використовуючи цифрове відображення (карту) і візуально, в режимі реального часу показати дані для огляду і прийняття рішень. Як частина цифрової стратегії, гео-маркетинг використовує географічні інформаційні системи (ГІС) та дані з географічним контекстом, щоб вивести на ринок підприємства та їх веб-сайти за допомогою пошуку в Інтернеті, мобільних пошуків та соціальних медіа. Більшість гео-маркетингових послуг сумісні з багатьма платформами для смартфонів, планшетів і ПК. Скажімо, надсилання електронних листів або текстових повідомлень щодо відкриття нового комерційного комплексу в межах розширення певної мережі. Чим ближче до події нагадування буде спливати на телефоні інформуючи про неї.

Отже, сьогодні цифрові технології дозволяють не тільки візуально побачити переваги тієї чи іншої територіальної зони і об'єкта, а й провести аналіз, сформувати звіти, автоматично опублікувати результати в соціальних мережах або інших веб-ресурсах. Загалом, геомаркетинг здатний вирішувати проблеми пов'язані із територіальним плануванням, аналізом ризиків розміщення об'єктів, планування маркетингових акцій і т.д. Основною проблемою становлення цього напрямку є відсутність єдиної сформованої школи. Основні напрацювання в даній області проводяться всередині компаній і є «ноу-хау», оскільки будь-яка отримана і правильно оброблена інформація є конкурентною перевагою, і цими знаннями ніхто не збирається ділитися.

Крім того за допомогою геомаркетингових досліджень можна:

- розрахувати цільову аудиторію на досліджуваній території (люди, легковий автотранспорт, вантажний автотранспорт і ін.);
- провести аналіз даних з генерування людських і автомобільних потоків;
- оцінити конкурентне середовище;
- розробити/поліпшити існуючу просторово-параметричну модель розвитку;
- визначити найбільш вигідне розташування для потенційного об'єкта;
- визначити потенціал об'єкта в досліджуваному сегменті;
- здійснити інші дослідження.

Відмітимо, що у гео-маркетингу дані про клієнтів з онлайн-транзакцій, мобільних пристроїв та інших джерел зберігаються в базах даних компанії. Ця інформація застосовується до цифрових карт, наприклад, на карті zip-code або на карті вулиць. Загалом, аналіз даних гео-маркетингу допомагає маркетологам визначити, де перебувають їхні клієнти, пов'язувати дані з цифровою картою, щоб зрозуміти, де їхні клієнти знаходяться в географічному контексті, знайти щось на цифровій карті, створити підсумкову інформацію для певних місць і вибрати клієнтів у певних районах. Гео-маркетинг також може допомогти маркетологам вибрати клієнтів, подібних до певного типу в іншій країні або вирішити проблеми, пов'язані з розташуванням нового офісу або магазину. Гео-маркетинг може бути використаний для вибору веб-сайту для нового бізнесу або філії, визначення ключових місць для реклами, відображення вмісту веб-сайту, який відрізняється від походження користувача, і пропонує рекламу в Інтернеті на основі місцезнаходження користувача. Інші програми включають показ того, як сегмент клієнта може бути розподілений в певному регіоні та налаштування мереж обслуговування

Отже взаємозв'язок геомаркетингу та маркетингових комунікацій є нерозривним та комплексним при проведенні маркетингових досліджень, незалежно від сфери їх практичного застосування. Доцільно відмітити, що розповсюдження інформації є необхідним, оскільки споживач, який не володіє інформацією не може об'єктивно та правильно приймати потрібні рішення.

Список використаних джерел:

1. Singh S., Diamond S. *How to use geomarketing to drive traffic to your location.* URL: <https://www.dummies.com/business/marketing/how-to-use-geomarketing-to-drive-traffic-to-your-location/>
2. Hendricks B. *What is geomarketing? - definition, tools & analysis.* URL: <https://study.com/academy/lesson/what-is-geomarketing-definition-tools-analysis.html>

УДК 339

С.Ю. ГОРБАНЬ

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Артем'єва О.О.,

Університет державної фіскальної служби України,

м. Ірпінь, Україна

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

На даному етапі розвитку процес глобалізації постає тенденцією функціонування світового економічного простору та охоплює майже всі сфери суспільного життя. Для того щоб досягнути високого рівня соціально-економічного розвитку країнам необхідно

брати участь у даному процесі в тому чи іншому ступені. Це пояснюється відсутністю, недостатньою кількістю або надлишком певних ресурсів всередині держав. Дана особливість компенсується завдяки вступу країн до експортно-імпортних відносин.

Для держави, такої як Україна, яка обирає вектор реалізації зовнішньої політики, дуже важливим постає закріплення своїх позицій на світовому ринку, а саме, інтеграція до економічного простору. Для формування подальших стратегічних цілей та орієнтирів досить актуальним є дослідження макроекономічних показників зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) держави.

Дослідженням ЗЕД України займалися вчені та дослідники, такі як: А.В. Вороніна, М.О. Карп'як, В.В. Касьян, М.П. Матвеева, К.М. Ніколаєва, Н.М. Попадинець, Н.Ю. Пустовар, А.В. Чегейда, які у своїх наукових працях розглянули основні проблеми, фактори і стратегії розвитку експортного потенціалу, питання зовнішньоекономічної діяльності держави в цілому та окремих підприємств.

Метою даного дослідження є проведення оцінки макроекономічних показників України та визначення стратегічних кроків, направлених на вирішення проблем у зовнішньоекономічній діяльності держави.

Після отримання незалежності, Україна почала орієнтуватися на ринок, а відкритість її економіки почала зростати. На сьогоднішній день Україна стала частиною світового господарства. Для кращого розуміння місця України на світовому ринку потрібно провести аналіз показників обсягу та структури експорту та імпорту. Отже, розглянемо дані показники у таблицях 1 та 2.

Таблиця 1

Аналіз обсягу експорту України за 2012-2018 рр.

Роки	Експорт, тис. дол. США	Абсолютний приріст, тис. дол. США		Темп зростання, %		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту
		базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	ланцюговий
2012	68809810,6	-	-	-	-	-	-	-
2013	63312022,1	-5497788,5	-5497788,5	92,0	92,0	-8,0	-8,0	688098,1
2014	53901689,1	-14908121,5	-9410333,0	78,3	85,1	-21,7	-14,9	633120,2
2015	38127149,7	-30682660,9	-15774539,4	55,4	70,7	-44,6	-29,3	539016,9
2016	36361711,2	-32448099,4	-1765438,5	52,8	95,4	-47,2	-4,6	381271,5
2017	43264736,0	-25545074,6	6903024,8	62,9	119,0	-37,1	19,0	363617,1
2018	47339935,2	-21469875,4	4075199,2	68,8	109,4	-31,2	9,4	432647,4

Джерело: Розраховано автором за даними [1].

Провівши аналіз обсягу експорту, можна сказати, що за базисним абсолютним приростом експорт постійно зменшується у відношенні до 2012 року. А от за ланцюговим приростом можна побачити, що протягом 2012-2016 років було скорочення виручки від експорту товарів з одночасним скороченням експорту агропромислової продукції. Не дивлячись на загальний негативний тренд, у 2017 році спостерігалось зростання експорту, в тому числі і на сільськогосподарську продукцію. За 2017 рік загальний експорт продукції склав 43,3 млрд дол. США, що на 19% більше ніж за 2016 рік. Станом на 2018 рік загальний експорт продукції з України становив 47,4 млрд дол. США, що на 9% більше порівняно з минулим роком. Але порівняно з 2012 роком обсяг експорту України значно зменшився, аж на 45%. Це безпосередньо пов'язано з тим, що у статистичних даних наведеного року не враховано тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, а у наступних роках і частини зони проведення антитерористичної операції. Слід також зазначити, що у абсолютному вимірі

обсяг експорту та імпорту у 2018 р. скоротився майже у півтора рази у порівнянні з 2012 р. Причиною цього є відповідне зниження курсу української гривні майже у три рази.

Таблиця 2

Аналіз обсягу імпорту України за 2012-2018 рр.

Роки	Імпорт, тис. дол. США	Абсолютний приріст, тис. дол. США		Темп зростання, %		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту
		базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	ланцюговий
2012	84658059,9	-	-	-	-	-	-	-
2013	76963965,4	-7694094,5	-7694094,5	90,9	90,9	-9,1	-9,1	846580,6
2014	54428716,9	-30229343,0	-22535248,5	64,3	70,7	-35,7	-29,3	769639,7
2015	37516443,0	-47141616,9	-16912273,9	44,3	68,9	-55,7	-31,1	544287,2
2016	39249797,2	-45408262,7	1733354,2	46,4	104,6	-53,6	4,6	375164,4
2017	49607173,9	-35050886,0	10357376,7	58,6	126,4	-41,4	26,4	392498,0
2018	57141041,5	-27517018,4	7533867,6	67,5	115,2	-32,5	15,2	496071,7

Джерело: Розраховано автором за даними [1].

Провівши аналіз обсягу імпорту України, можна сказати, що за базисним ланцюговим приростом показник постійно зменшується відносно 2012 року, але за ланцюговим видно що спад імпорту був лише до 2016 року, далі ситуація трішки покращується. Дивлячись на діапазон років, який обраний для аналізу, варто відмітити що у 2012 році показник імпорту був майже у півтора рази більшим ніж у 2018 році.

Україна як європейська держава здійснює відкриту зовнішню політику і прагне рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма заінтересованими партнерами, виходячи насамперед з необхідності гарантування безпеки, суверенітету та захисту територіальної цілісності України [2]. Зовнішня політика держави є експортноорієнтованою, отже основою здійснення ЗЕД має бути якісне та кількісне нарощення обсягів експорту. На жаль, виходячи з даних, наведених у табл.1, даний показник щорічно зменшується. Позитивним є пропорційне зменшення обсягів імпорту.

Розглянемо показник торгівельного сальдо, розрахований у таблиці 3. З наведеної таблиці видно, що лише у 2015 р. спостерігалось перевищення експорту над імпортом. Це є позитивним фактом, але причини даного явища є вкрай несприятливими для соціально-економічного стану держави. Насамперед, це неспроможність населення України придбавати споживчі товари, які імпортуються, що пов'язано з пониженням курсу гривні без відповідного підвищення доходів громадян [3].

Таблиця 3

Торгівельне сальдо України за 2012-2018 рр., тис. дол. США

Роки	Експорт, тис. дол. США	Імпорт, тис. дол. США	Сальдо
2012	68809810,6	84658059,9	-15848249,3
2013	63312022,1	76963965,4	-13651943,3
2014	53901689,1	54428716,9	-527027,8
2015	38127149,7	37516443,0	610706,7
2016	36361711,2	39249797,2	-2888086,0
2017	43264736,0	49607173,9	-6342437,9
2018	47339935,2	57141041,5	-9801106,3

Джерело: Розраховано автором за даними [1].

Отже, в цілому можна сказати, що зовнішньоекономічна ситуація України має досить проблем, які потрібно вирішити, а особливо досягнення позитивного торговельного сальдо. На нашу думку, це можливо шляхом:

- підвищення конкурентоспроможності певних груп товарів відносно імпортованих для продажу всередині країни;
- захист вітчизняних виробників шляхом обмеження імпорту;
- створення сприятливого інвестиційного клімату всередині держави з метою активного залучення іноземних інвестицій;
- модернізація транспортної інфраструктури для більш активного використання переваг транзиту.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Карп'як М. О. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів України в умовах російської агресії: структурні особливості // Регіональна економіка. 2016. № 1. С. 51-58.
3. Вороніна А. В. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності України // Молодий вчений. 2017. №1(1). С. 66-69.

УДК 336.22(520)(043.2)

І.В. ГРАНОВСЬКА

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Ю.В. ГОРОДНІЧЕНКО

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний

педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,

м. Переяслав-Хмельницький, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ ЯПОНІЇ

В сучасних умовах розвитку суспільства особливої актуальності набуває питання ефективного використання податків та зборів з метою задоволення постійно зростаючих потреб населення. Одним із шляхів розвитку вітчизняної податкової системи є адаптація позитивного зарубіжного досвіду, що зумовлює необхідність подальшого дослідження основних ланок розвитку податкової системи економічно розвинутої країн. Особливої уваги заслуговує Японія – одна з найрозвиненіших країн світу, за розмірами валового національного продукту, обсягу промислового виробництва і низкою інших макроекономічних показників.

Податкова система Японії має виїняткову гнучкість та високу адаптивність до соціально-економічних процесів, які відбуваються в межах країни. Характерний помірний рівень податкового тягаря (частка податків в національному доході 26%). Податкова система Японії характеризується множинністю податків. Усього в країні нараховується близько тридцяти державних і стільки ж - місцевих податків. Вони поділяються на три основні групи: I. Прямі прибуткові податки з юридичних та з фізичних осіб; II. Прямі податки на майно (земельний податок, податок на спадщину та дарування, податок на нерухомість та ін.); III. Прямі і непрямі споживчі податки (гербовий збір, податок на споживання та ін.) [1, с.89].

В Японії налічується 47 префектур, що об'єднують 3045 міст, селищ, районів, кожен з яких має самостійний бюджет. Вагому роль в його наповненні відіграють префектурні та муніципальні податки та збори.

До переліку префектурних платежів входять: податок на проживання в префектурі; податок з підприємців на кількість співробітників; податок на придбання власності; податок на видовища; податок з транспортних засобів та деякі інші входять.

Муніципальні ж податки включають: податок на проживання в конкретному населеному пункті; майновий податок; податок «на легкі» транспортні засоби; податок на землю, що знаходиться у власності; податок на розвиток міст та ін. При цьому місцеві податки не домінують у місцевих бюджетах, складаючи менше половини їхньої дохідної частини. Це відрізняє японську податкову систему від північно-американської, де місцеві податки перевищують 2/3 бюджету муніципалітетів. Закон про місцеві податки визначає їхні види і граничні ставки, регулювання ж ведеться місцевими органами влади.

Основу всіх податкових надходжень в держбюджет Японії – близько 70% - складають прибутковий податок (income tax) та корпоративний податок (Corporate income tax).

Фізичні особи (наймані працівники та самозайняті особи) сплачують державний прибутковий податок по прогресивній шкалі, що має шість ставок – 5, 10, 20, 30, 40 і 50%, які нараховуються залежно від суми отриманого доходу. Сплачується він щорічно на всі види доходів, отриманих протягом календарного року [1, с.89].

Громадяни Японії, а також постійні резиденти (громадяни, що проживали на території держави щонайменше 5 років і мають намір постійного проживання) сплачують прибутковий податок на всі доходи отримані як в Японії, так і закордоном. Нерезиденти сплачують податки лише в частині доходів, отриманих на території Японії.

Індивідуальні ставки податку на прибуток

База оподаткування (сна)	Ставка податку
1 – 1 950 000	5%
1 950 001-3 300 000	10%
3 300 001 – 6 950 000	20% від базової перевищує 3300000
6 950 001-9 000 000	23% від базового перевищує 6950000
9 000 001 – 18 000 000	33% від базового перевищує 9000000
18 000 001 і більше	40% від базового перевищує 18000000

Базою оподаткування в рамках системи прибуткового податку є: заробітна плата, доходи осіб вільних професій, оплата працівників мистецтв, професійних спортсменів, офіціантів у барах, допомога при звільненні, доходи, отримані від нерухомості, дивіденди, пенсії, авторські гонорари, винагороди за різноманітні особисті заслуги, прибуток від продажу акцій, зареєстрованих на фондових біржах тощо.

В Японії податкові ставки на доходи фізичних осіб, включаючи місцеві податки, одні із найвищих світі. Навіть після податкової реформи 1988р., що спростила шкалу та зменшила процент податку, найвища гранична ставка податку становить 50% доходів, що перевищують 30 млн. єн. Нараховується у випадку отримання громадянином надприбутку, тобто доходу, що перевищує 30 млн. єн. Наприклад, якщо японець за рік заробив більше 50 млн. єн (близько 4 800 000 грн.), то половину доведеться віддати на користь держави. Якщо до цього додати 15% податок на проживання, то в сумі отримаємо 65%, в той час як в США максимальна ставка складає лише 28% [2].

Мінімальними ставками можуть скористатись тільки «найбідніші» громадяни, чий дохід складає менше 163 000 єн (приблизно 15 600 грн.).

Фізичні особи також сплачують прибутковий префектурний податок за ставками 5, 10, 15% у залежності від суми доходу. Крім цього, кожен громадянин Японії незалежно від величини доходу сплачує податок на проживання у сумі 3 200 єн на рік .

Попри велику кількість доходів, що підлягають оподаткуванню законодавством також встановлено багато пільг та підстав для податкових кредитів. Законом

встановлений досить значний неоподатковуваний мінімум, що враховує родинний стан платника податків. Наприклад податкові відрахування для подружжя зменшуються на 380 000 єн (якщо дохід до 10 млн. єн), передбачено додаткове зменшення на відрахування для молодих членів родини, що перебувають на утриманні (віком 16-22 роки) в сумі 250 000 єн. Також від сплати податку звільнюються кошти, витрачені на медичне обслуговування (лікування), страхування життя та пенсійне страхування. Ряд пільг мають багатодітні родини. У середньостатистичного японця може вивільнитися від прибуткового податку більш як 30% його доходів.

Серед непрямих податків в Японії основним виступає податок на споживання, що стягується за ставкою 5% (4% національного та 1 % податку префектур). Цей податок включається в ціну товару та сплачується споживачем, тому схожий на податок на додану вартість, ним обкладається більшість товарів і послуг, що надаються в Японії.

Податком на споживання не обкладаються: операції з купівлі-продажу землі та продаж нерухомості, операції в іноземній валюті, продаж поштових марок, послуги комунальних служб, плата за вступ до школи та плата за навчання, також медичні послуги, наприклад - оплата профілактичного огляду у лікаря, плата за поховання та деякі інші.

Існує також місцевий податок на споживання, що спрямовується до муніципальних бюджетів. Ним обкладається проживання в готелях та користування закладами громадського харчування. Так, у випадку, якщо плата за проживання одної особи протягом доби перевищує 10 000 єн (960 грн) або плата з особи за одне відвідування ресторану чи бару перевищує 5 000 єн (480 грн), стягується податок в розмірі 3%. За один день відвідування гарячих джерел з особи беруть податок в розмірі 150 єн, а за один день використання поля для гольфу – 800 єн. Ці податки стягуються додатково до звичайного 3% податку на споживання [2].

До непрямих податків також відносяться акцизи - на спиртне, тютюнові вироби, нафту, газ, бензин, які сплачуються споживачами при купівлі товару. До цієї ж групи відносяться також мита.

З 1 жовтня 2010 року в Японії введено 40% ставку податку на тютюнові вироби. Ціна популярних видів цигарок зросла на сьогодні до 410 єн (близько 40 грн) за пачку, надалі передбачено подальше підвищення ціни цигарок до 700 єн за пачку. Новий податок спрямований на заохочення японців до відмови від паління.

Серед прямих місцевих податків слід зазначити майнові, а саме: Податок на нерухомість. Це муніципальний податок, який сплачується щорічно особами, що володіють земельними ділянками, житлом та іншими видами активів, що підлягають амортизації. Податок на спадщину. Громадяни Японії та постійні резиденти сплачують податок на всю спадщину, в тому числі, отриману з закордонних джерел. Для іноземних громадян податкові зобов'язання існують лише відносно активів Японії. Ставки податку від 10% до 50%, залежно від вартості майна. Податок на дарування. Податкові ставки на дарування від 10% до 50%, залежно від вартості активу. Слід зазначити, що дарування від корпорації фізичній особі обкладається податком на прибуток, а не податком дарування. Податок на транспортні засоби. Взагалі власники транспортних засобів в Японії змушені платити чимало податків: 3% споживчого податку при купівлі, окремий податок на придбання транспортного засобу (сплачується до префектури), податок на бензин (включений в його вартість), щорічний податок на сам засіб і навіть на його вагу.

Японська податкова система зорієнтована на специфічні особливості місцевого населення. У країні традиційно високо розвинуті правосвідомість та законослухняність, і переважна більшість громадян просто не в змозі порушити законодавство. Та сила цієї системи не в суворості покарання, а в існуючій системі контролю за платниками, при якій практично неможливо ухилитися від заповнення декларації. Безумовно, є й такі, хто ухиляється від сплати податків. Але відповідно до закону про державний контроль за

податковими порушеннями, до них можуть застосовуватися різні санкції, від штрафів до карних переслідувань. Японська податкова поліція працює жорстко, послідовно і принципово, незважаючи на особи і посади [2].

Унікальність податкової політики Японії забезпечується сполученням таких факторів, як високі темпи економічного зросту і помірний у порівнянні з іншими країнами рівень державних витрат (цьому в чималій мірі сприяла майже повна відсутність військового бюджету). Аналіз сучасної податкової системи Японії дозволяє виділити наступні її особливості: помірний рівень податкового тягаря (щонайнижчий серед розвинутих країн: частка податків у національному доході Японії - 26%, тоді як, наприклад, у Великобританії – 40%, Франції – 34%); високий рівень місцевих податків; висока частка прямих (Direct Tax) і низька непрямих (Indirect Tax) податків; найвища серед розвинутих країн частка прибуткових податків (Incom Tax) - близько 50%; стабільно високий рівень податків на прибуток корпорацій (Corporation Income Tax) - близько 40%; помітна роль податкових пільг (Tax Incentives) у підвищенні ефективності економіки і досягнення цілей економічної політики; низький рівень податку на споживання. Цей податок був уведений лише в 1989р. як аналог ПДВ. Його ставка лише 5% - найнижча серед розвинутих країн. Наприклад, у Франції відповідний податок становить 19,6%, у Великобританії, Австрії та Італії – 20%, Данії, Норвегії, Швеції – 25%; високий рівень податків на власність(15,8%);централізований збір податків (на відміну, наприклад, від США, Канади й ін.).

Отже, Японія займає серед розвинутих країн перше місце за рівнем оподаткування доходів і останнє – за рівнем оподаткування споживання.

Для наслідування в сучасній Україні найбільш вартим уваги є досвід осмислення і творчого застосування якісної податкової політики, що проводиться в Японії, а також практика вирішення проблем у частині взаємоповаги держави і громадянина.

Список використаних джерел:

1. Мельничук Ю.М. *Особливості розвитку податкових систем зарубіжних країн в сучасних умовах. Наука та освіта : ключові питання сучасності. №6. 2018. С. 86-90*
2. *Податкова система Японії. Державна фіскальна служба України : веб-сайт. URL: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/print-56582.html> (дата звернення: 14.04.2019)*

УДК 339.138

В.В. ЗЕЛІЧ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна

SMM МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВА В МЕРЕЖАХ

Споживачі починають поступово втрачати довіру до традиційних медіа та ігнорувати їх. Усе більшого значення для них набувають рекомендації та поради друзів, знайомих та рідних. На зміну звичайній рекламі приходить таке явище, як «сарафанне радіо» («world-of-mouth»), що часто використовується в мережі Інтернет. Тому соціальні медіа можуть бути корисними не лише для користувачів, а й для підприємств як простір для просування брэнда, товарів та послуг. Соціальні медіа як новий простір існування споживачів мають власні особливості, що відрізняють їх від решти медіа, відповідно

методи роботи в них також відрізняються від традиційних. Тому питання щодо особливостей застосування маркетингу в соціальних медіа є актуальним як для користувачів, так і для підприємств [1].

Дослідженням проблем формування та розвитку використання соціального медіа маркетингу в бізнесі, можна виділити наступних науковців Башинської І.О., Баран Р.Я., Бергоф Дж., Вишлінського Г., Гунеліуса С., Грассі М., Діке Ф., Ілляшенка С.М., Кабочан К., Камбрії Е., Лесидренської С., Лерча Б., Мура С., Олексин Т., Радіцейна Р., Сохацької О., Супе М., Стелзнера М., Хавасі К., Холліса Н., Хусейна А., Шмітта Г.. Актуальність теми полягає у її новизні, а також немає системного пояснення у праця як вітчизняних так і зарубіжних вчених, що обумовлює можливість систематизації нового поняття, та формування практичних механізмів створення та функціонування маркетингу соціальних мереж в Інтернет середовищі.

Соціальний медіа маркетинг або маркетинг соціальних мереж (SMM) є порівняно новою сферою діяльності для сучасних підприємств, яку вони активно опановують незалежно від масштабу та специфіки їх діяльності. Єдиного та загальноприйнятого визначення цього поняття на часі не існує, проте, проаналізувавши публікації різних авторів, можна сформулювати таке визначення: соціальний медіа маркетинг – особливий інструмент Інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів. Запускаючи механізми вірусного маркетингу, вони збільшують не лише кількість інформації, висвітленої на сайті, а також підвищують його рейтинг у пошукових системах[1].

Стрімкий розвиток і соціалізація інтернету є головним трендом сучасного онлайн-середовища. Сьогодні існують десятки тисяч найрізноманітніших соціальних мереж і сервісів: комунікаційні, професійні, графічні, блогові, новини, відео та багато інших. Але все ж щодня в цій ніші з'являються нові проекти. Сумарна аудиторія соціальних мереж перевищує мільярд користувачів і за деякими оцінками найближчим часом перевищить аудиторію пошукових систем [2].

Оскільки завданням маркетингу є пошук аудиторії та просування продукції, увагу маркетологів звернули на себе соціальні мережі, де присутня активна та цікава аудиторія. Після появи соціальних мереж та сервісів, почали з'являтися і перші рекламні акції та компанії. Аудиторії у соціальних мережах, дали можливість маркетологам сегментувати та індивідуалізувати своє звернення, яке призвело до створення специфічного механізму взаємодії соціального медіа маркетингу – певного комплексу заходів та механізмів щодо просування продукту, товару чи бренду в соціальних мережах, який завжди готовий адаптуватися до змін будь – якого бізнесу.

Згідно з даними звіту “2015 Social Media Marketing Industry Report”, 96 % з-поміж опитаних експертів із маркетингу у всьому світі здійснюють маркетинг у соцмережах (причому 56 % вже впродовж щонайменше двох років) і 92 % зазначили, що він є надзвичайно важливим для їх бізнесу.

Крім того, це дослідження показало, що:

– Twitter, YouTube і LinkedIn займають перші позиції в маркетингових планах: більшість (66 %) маркетологів планують збільшити використання цих соціальних мереж.

– 93 % маркетологів вже використовують Facebook, 68 % хочуть дізнатися більше про нього і 62 % планують активізувати діяльність у Facebook.

– 57 % маркетологів активно використовувати в маркетингу відео, 72 % хочуть дізнатися більше про відеомаркетинг і планують активніше його застосовувати.

– Лише 10 % маркетологів залучені в подкастинг, але 26 % планують активізацію подкастингу і 43 % хочуть дізнатися про нього більше.

– Facebook і LinkedIn є двома найважливішими соціальними мережами для маркетологів. Вибираючи між ними, 52 % маркетологів вибрали Facebook, 21 % - LinkedIn.

– Тільки 45 % маркетологів вважають свій маркетинг у Facebook ефективним.

– 91 % маркетологів хочуть вивчити найефективніші соціальні тактики і найкращі шляхи залучення своїх аудиторій до соціальних медіа [3].

Одними із перших потенціал соціальних мереж усвідомив великий та середній бізнес, почавши активно використовувати для просування своїх товарів та бренду. За допомогою даного механізму, можна легко вирішувати стратегічні маркетингові завдання, а саме: шукати та створювати свою цільову аудиторію, вчасно та якісно її інформувати, впливати на брендинг, збільшувати лояльність покупців, за допомогою механізму відстеження думок та настроїв своєї аудиторію, проводити опитування, акції, розігруючи для досягнення маркетингових цілей. Сьогодні, малий бізнес активно використовує SMM для просування своєї продукції на ринку, інтегрує бізнес у соціальні мережі використовуючи при цьому спільноти, блоги, додатки у соцмережах. Також, серйозну увагу компанії та бізнесмени звертають увагу на роботу по нейтралізації негативних впливів на свій бренд, захист продукції, моніторинг та рейтинг репутації і продукту. Щоб інтегрувати маркетингові стратегії в соціальні мережі потрібно сформулювати почергові ступені чи етапи її реалізації.



Рис. 1. Модель використання соціальних мереж у маркетинговій діяльності

Доопрацьовано автором, з використанням джерела [4].

Високу активність в соціальних мережах виявляють представники таких сфер бізнесу: 1) девелопери і забудовники; 2) виробники; 3) банки та інші фінансові структури; 4) кіностудії; 5) мережеві оператори послуг; 6) торговельні мережі. Останніми роками в SMM-роботі різко знизилася бар'єри входу, і масовий приплив у соціальні мережі компаній малого та середнього бізнесу триває досі. Здебільшого для них актуальніші інструменти, які дають змогу оперативно вирішувати тактичні завдання: підвищення продажів, анонсування знижкових акцій, стимулювання користувачів до повторних покупок. Для цього зазвичай вдаються як до створення власних мереж, так і до роботи з уже існуючими, близькими за тематикою. У SMM представлені такі категорії бізнесу цього сектору: 1) рекламні послуги; 2) IT-рішення; 3) фінансові та юридичні послуги; 4) HR-агентства. [4].

Маркетинг у соціальних мережах має багато методів. Найкраще з них працюють такі:

– створення спільного бренда (представництв компанії в соціальних медіа) – для ефективної взаємодії з лояльною аудиторією. Це дає змогу швидко поширювати інформацію, запрошувати споживачів на спеціальні заходи компанії, анонсувати вихід нових продуктів, проводити дослідження цільової аудиторії, виявляти потреби споживачів тощо;

– робота з блогсферою – найефективнішими інструментами є корпоративний блогінг, twitter- маркетинг та робота з “лідерами думок” (популярними блогерами);

– репутаційний менеджмент – комплекс заходів із формування репутації, підтримки та захисту лояльності аудиторії до бренда;

– персональний брендинг – паралельно з підтримкою корпоративного блогу потрібно вести й просувати блоги найкращих працівників компанії, тобто робити з них бренд-спеціалістів;

– Social Media Optimization (SMO) – це оптимізація власного ресурсу (форуму, блогу, сайту) під параметри соціальних мереж. Це комплекс технічних заходів, спрямованих на таке конструювання і моделювання контенту сайту, щоб його було максимально просто використовувати в мережевих співтовариствах;

– нестандартне SMM-просування – це ті види робіт, які не передбачають створення соціальних спільнот. Йдеться про медійний та інтерактивний елемент соціальних мереж, що приносить надзвичайно хороший маркетинговий ефект і, як результат, – прибуток для фірми[2].

Одна з особливостей спілкування в соціальних мережах полягає в тому, що людей дуже складно вводити в оману. У традиційних засобах масової інформації людина, як правило, не має можливості оперативного поділитися своїми враженнями з іншими глядачами або читачами. У соціальних мережах варто тільки одному з користувачів виявити, що просуваний товар або послуга мають серйозні недоліки, як він відразу ж розповість про це в коментарях або в сторонніх спільнотах, в блогах, на форумах. Просування продукту, який очевидно нецікавий, неякісний або має істотні вади, може спровокувати ефект, зворотний до очікуваного – викликати потужну хвилю негативу [1].

Соціальний медіа маркетинг є потужною рушійною силою для розвитку бізнес середовища, компанії, брендингу, та просування будь-якого продукту, це доводить світовий досвід просування товарів. Практика та світовий досвід доводить, що лідерами бізнесу стають ті компанії, які вміють вміло та ефективно впроваджувати сучасні маркетингові стратегії управління. Сьогодні гостро та актуально стоїть питання, застосування соціального медіа маркетингу на українських підприємствах, що і є перспективою подальших досліджень.

За умов вдалого використання методів та інструментів соціального медіа маркетингу, він може стати одним із ключових чинників успішного просування бренду, продукції чи товару на ринку.

Список використаних джерел:

1. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства / Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2013. - Випуск 4 - С. 86-98.

2. Халилов Д. *Маркетинг в социальных сетях* / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 263 с.

3. *2015 Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses* by M. Stelzner [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialmediaexaminer.com/SocialMediaMarketingIndustryReport2015.Pdf>

4. Романишин С.Б., Греськів І.Р. *Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах* / Романишин С.Б., Греськів І.Р. // *вісник національного університету «Львівська політехніка»*. – 2015.

УДК 658:330.87

В.В. ЗЕЛІЧ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту,

В.В. ПОПИК

студентка ОС «бакалавр»,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Проблеми управління вітчизняними підприємствами в умовах політичної та економічної кризи на фоні глобалізаційних перетворень пов'язані, перш за все, з невідповідністю інструментарію управління цілям та завданням у довгостроковій перспективі. Одним з важливих важелів, який дозволяє підприємствам пристосовуватися та адаптуватися до змін є корпоративна культура, яка сприяє досягненню стратегічних орієнтирів через зміни в культурі управління. Саме тому актуальними є дослідження питань корпоративної культури в системі управління підприємством з метою створення гармонійного балансу інтересів власників та працівників.

В сучасних умовах господарювання ефективність діяльності підприємств багато в чому визначається рівнем розвитку їх корпоративної культури. Необхідність формування корпоративної культури підприємства в умовах розвитку ринкових відносин не викликає сумнівів. Корпоративна культура складається з ідей, основоположних цінностей і поглядів, які поділяють усі члени організації [7, с.28].

Дослідженням проблем формування та розвитку корпоративної культури присвячені праці таких видатних вчених, як Благова Ю. Е. [1], Богатирьова М.Р., Євтушевського В.О., Клейнера Г.Б., Томпсона А.А. [5], Хаєта Г.Л. та інші. Зазначені науковці внесли вагомий внесок у розвиток теорії корпоративної культури підприємства, так зокрема, ними були досліджені елементи корпоративної культури, роль корпоративної культури в розвитку організації, взаємозалежність організаційної культури та організаційних перетворень.

Метою даних роботи є визначення ролі та особливостей корпоративної культури на соціально відповідальних підприємствах для подальшого їх уникнення і покращення ефективності діяльності в ринкових умовах.

В даний час не існує однозначного трактування терміна «корпоративна культура», різні фахівці визначають його по-різному. А.Я. Кибанов визначає корпоративну культуру («організаційну культуру», «фірмову культуру») як «набір найбільш важливих положень, які застосовуються членами організації і одержують вираження в заявлених організацією цінностях і нормах, що дають людям орієнтири їх поведінки і дій» [1].

Світова теорія та практика корпоративного управління приділяють велике значення проблемам формування корпоративної культури. Дослідження ведучих американських компаній, яке було проведене американськими вченими Пітерсом і Робертсом, показали, що роль корпоративної культури у досягненні ефективного управління досить велика [2].

Посткризові явища в економіці України, в техногенній сфері, в культурі суспільства породжують ряд серйозних проблем: нестача фінансів, нестабільність зайнятості та доходів, відсутність політичної безпеки та безпеки для навколишнього середовища [3]. На сучасному етапі розвитку суспільства розвиток корпоративних інститутів може бути використаний як для вирішення найважливіших економічних, соціальних, екологічних проблем, так і виступати загрозою національному суверенітету,

поглинання національної економіки. Україна сьогодні поставила перед собою завдання сформувати якісно нове інституціональне середовище, яке сприятиме підприємницькій активності та економічному зростанню на базі структурно-інноваційних перетворень і запровадженню механізмів соціально-ринкової економіки за умови подолання протиріч між державою і суб'єктами господарювання.

У процесі дослідження впровадження ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві А.А. Томпсон запропонував застосовувати п'ять етапів[4]:

1. Аналіз внутрішніх організаційних процесів підприємства.

Склад роботи: аналіз стратегій розвитку підприємства, стиль керівництва та прийняття рішень, наявність та поточний стан елементів корпоративної культури, виявлення проблем та невирішених питань тощо. Очікуваний результат: рекомендації щодо вирішення виявлених проблемних питань, розроблення концепції новітньої моделі корпоративної культури.

2. Аналіз психологічного клімату на підприємстві.

Склад роботи: анкетування та інші види досліджень співробітників підприємства. Очікуваний результат: розроблення рекомендацій щодо усунення конфліктів та інших проблем співробітників підприємства.

3. Формування моделі корпоративної культури.

Склад роботи: формалізація кожного елемента корпоративної культури, а саме: власна історія, місія, стратегічне бачення, фірмовий стиль, етичний кодекс та традиції. Очікуваний результат: формування положення щодо корпоративної культури конкретного підприємства.

4. Впровадження моделі корпоративної культури.

Склад роботи: інформування співробітників підприємства щодо впровадження корпоративної культури, пояснення їм доцільності та ефекту від даного методу мотивації. Очікуваний результат: прийняття заданої моделі корпоративної культури та всебічна її підтримка.

5. Підтримка моделі корпоративної культури.

Оцінка корпоративної культури вимагає врахування її особливостей, визначення можливих резервів та напрямків удосконалення. Розробка ефективної методики діагностики корпоративної культури дозволяє використовувати її як активний механізм формування трудового потенціалу фірми. Практика свідчить, що для будь-якого підприємства немає єдиної, найкращої моделі корпоративної культури. Це обумовлено динамічністю корпоративної культури, чие визначення та структура постійно змінюються під впливом науково-технічних, суспільних, етичних та ментальних факторів. Корпоративна культура впливає на кінцеві результати та ефективність діяльності підприємств, на стан фізичного та емоційного здоров'я співробітників [5].

Основними складовими корпоративної культури підприємства є: культура виробництва; культура персоналу і соціально-психологічного клімату; культура управління; культура організації праці; культура комунікацій; культура взаємовідносин з контрагентами; культура взаємовідносин із споживачами, соціальна культура (рис. 1) [6].

Дана схема дає можливість узагальнити та визначити місце та роль корпоративної культури як в зовнішньому, так і внутрішньому середовищі, виділити її елементи формування, які впливають на розвиток підприємства загалом.

Національний характер також є важливою складовою будь-якої національної культури, у тому числі й корпоративної. Він являє собою не стільки сукупність психологічних явищ, скільки буття, форми самоусвідомлення народу. Національний характер здійснює суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток суспільства, корпоративної культури та свідомості. У національному характері українців, їх

ментальності існувала та існує низка рис характеру, які не вписуються в норми корпоративної культури.

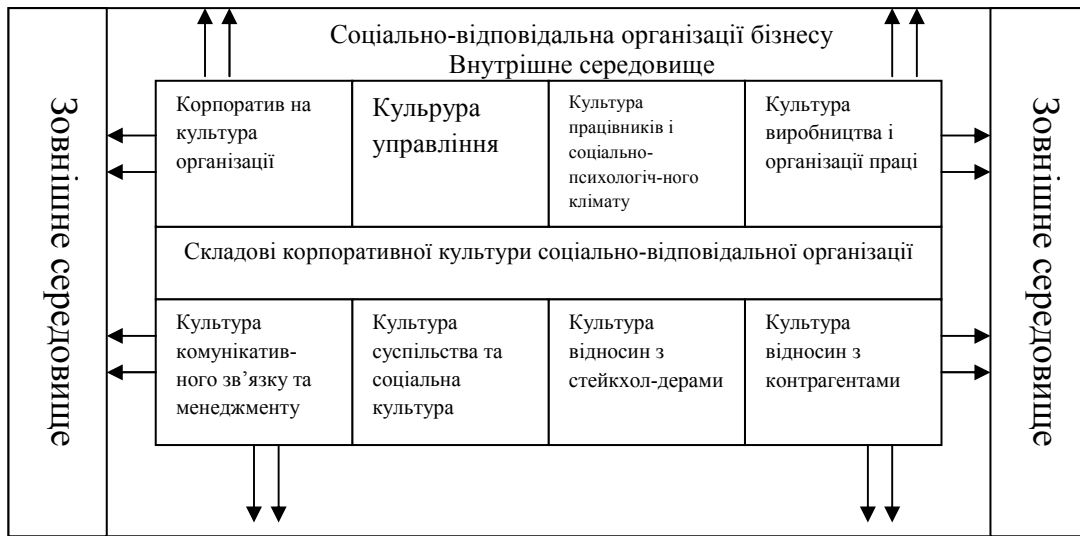


Рис. 1. Місце корпоративної культури у структурі соціально-відповідальної організації
Джерело: [6].

Крім того, існують певні переваги та недоліки корпоративної культури. Проблему переваг та недоліків корпоративної соціальної відповідальності досліджувало багато іноземних та вітчизняних науковців. Ковалевим О.І. було встановлено переваги, а Кузьмін О.Є. виділив також певні недоліки на рівні підприємства. Ми запропонували та сформуваємо основні позитивні та негативні наслідки корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємства

Переваги	Недоліки
можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;	порушення принципу максимізації прибутку. (направлення частини ресурсів на соціальні потреби знижує вплив даного принципу);
забезпечення суспільної репутації організації, поліпшення іміджу;	витрати на соціальну залученість (засоби, що направляються на соціальні потреби, є для підприємства витратами);
зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг;	недолік уміння вирішувати соціальні проблеми (персонал підприємств, як правило, позбавлений досвіду роботи з даними питаннями).
зростання професіоналізму і утримання кадрового потенціалу на підприємстві;	не відповідність цінностей на підприємстві запитам окремих індивідумів
забезпечення лояльності персоналу компанії;	
можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці;	покладання суспільства багато надій на соціальну відповідальність підприємства
зростання вартості нематеріальних активів;	
скорочення оперативних витрат;	
відповідність нормам і стандартам світової спільноти.	

Джерело: сформовано та розроблено авторами.

Як бачимо з таблиці, кількість недоліків значно менша ніж кількість переваг, при цьому їх вплив можна знизити або нівелювати. Саме тому роль корпоративної культури на підприємстві досить вагома.

Таким чином корпоративна культура – це потужний інструмент, що дозволяє об'єднати трудову ініціативу всіх співробітників. Своєчасна діагностика і спостереження за станом лояльності співробітників організації – така ж необхідна задача в управлінні, як і звичний підбір і розвиток персоналу. Корпоративна культура виступає ефективним інструментом мотивації персоналу підприємства та підвищення якості виробництва. Корпоративна культура покликана формувати внутрішню мотивацію співробітника, надавати ґрунт для його творчої реалізації, що тільки позитивно буде впливати на ефективність діяльності організації та надасть можливість для подальшого динамічного розвитку.

Корпоративна культура повинна знаходитися в центрі постійної уваги менеджерів. Вона має сприяти досягненню ефективних результатів діяльності підприємства на основі наближення інтересів адміністрації і персоналу. Формування корпоративної культури дасть змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств та їх продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Практична цінність корпоративної культури полягає в тому, що вона: піднімає вартість акцій і чистий прибуток, тим самим збільшує капіталізацію компанії, створює високі виробничі показники і знижує витрати, забезпечує низьку текучість кадрів, створює згуртованість співробітників. Необхідність корпоративної культури виявляється в тому, що без сформованої культури починають гальмувати бізнес-процеси і комунікації на різних рівнях [8].

Список використаних джерел:

1. Персікова Т.М. Міжкультурна комунікація та корпоративна культура / Т. М. Персікова. – М.: «Логос». – 2002. – 224 с.
2. Забелін П.В. Основи корпоративного управління концернами. Навчальний посібник М.: ПРИОР, 1998
3. Благов Ю. Е. Генезис концепції корпоративної соціальної відповідальності / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербурзького університета. – 2006. – Сер.8., Вип. 2. – С. 3–24.
4. Томпсон А.А. Стратегічний менеджмент. Концепції ситуації для аналізу / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Вільямс, 2004
5. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: Монографія / За заг. ред. проф. А.Е. Воронкової. – Х. – 2006.; Управление персоналом организации / Под ред. А.Я. Кибанова. – М., 2002; Посылкина О.В., Яремчук А.А., Братишко Ю.С. Научно-практические подходы к оценке и формированию корпоративной культуры фармацевтических предприятий / Зб. матер. наук.-практ. конф. «Економічна освіта та наука: досвід та перспективи розвитку». – Х. – 2007.
6. Зеліч В. В. Роль та місце корпоративної культури та її вплив на розвиток підприємства: Інфраструктура ринку / Зеліч В. В. // Інфраструктура ринку. – 2017. - Випуск 6 - С. 64 - 69 [Електрон. ресурс].
7. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О.В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. - №3 (19) / 2013- с. 28 -32.
8. Зеліч В. В., Балко О.Ю. Корпоративна культура організації її роль та вплив на управління розвитком підприємства. Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: електронний збірник матеріалів XXIV міжнародної наукової інтернет-конференції (м. Переяслав-Хмельницький, 28 квітня 2017 р.). - Переяслав-Хмельницький, 2017. - Випуск 24. – 394 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Українська економіка потребує більш високих темпів економічного зростання, ніж досягнуті у 2017-2018 рр. 3-3,5 відсотка на рік. Одним з напрямів вдосконалення державної системи управління економічним розвитком країни є модернізація системи державного планування та регулювання економічного розвитку, впровадження в цій сфері ефективних методів стратегічного планування розвитку, прийнятих і ефективно працюючих, наприклад, на корпоративному рівні. Практично в усіх сферах державного регулювання має бути поставлена ціль досягнення нового рівня ефективності. За рахунок відомих, але поки що недостатньо ефективних методів державного програмно-цільового планування, антикризових і стимулюючих заходів промислової, інвестиційної, соціальної політики, реалізації проектно-орієнтованої політики, бізнес-планування розвитку галузей, технологій проектного менеджменту.

Стратегічне планування є технологією розроблення і реалізації системи прогнозно-програмних документів, орієнтованих на досягнення стратегічних цілей за рахунок раціональної системи управління наявними ресурсами. Стратегія забезпечує кращі результати за рахунок переваг добре спланованої системи управління процесом. Розвиток без стратегічного плану програватиме в темпах і якості економічного зростання. Практично весь період з 1992 року можна вважати розвитком без стратегії і системи стратегічного планування.

Стратегічне планування має охоплювати всі періоди (короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий) та рівні економіки (макро, галузевий, регіональний). З політикою децентралізації виникає нова сфера для впровадження стратегічного планування- рівень територіальних громад, де, як і на національному рівні, має розроблятися і діяти система бізнес-планів розвитку. Типовий зміст стратегії як технології і організації досягнення поставленої мети наведено на рис. 1 [1, 3, 4].

Головна складність організації якісного стратегічного планування полягає у практичній реалізації довгострокових цілей і напрямів розвитку через: поточні плани дій; цільові програми; функціональні можливості центральних та регіональних органів влади; моніторинг і контроль виконання програм і планів; оперативне управління процесом реалізації.

Стратегічне планування в сфері державного регулювання як система спирається на достатньо відпрацьовані методики довгострокового прогнозування і розроблення цільових програм, макроекономічного моделювання поведінки економічних об'єктів на макроекономічному, регіональному і галузевому рівнях в залежності від заходів центральних органів виконавчої влади. Модернізація потребує використання всіх технологій планування розвитку в комплексі, з особливою увагою на довгострокові.

Базовим документом стратегічного планування розвитку економіки є Національна стратегія розвитку (далі Стратегія), в якій встановлюються наявні проблеми, цілі (обмежена кількість реальна для досягнення), ресурси, технології досягнення, організація державного впливу на керовані Урядом процеси. Стратегія своїми механізмами впливу охоплює всю економіку, незалежно від форм власності. Різняться тільки форми впливу на державний і приватний сектори економіки.

В залежності від поточного стану та проблем соціально-економічного розвитку країни Стратегія, як програмний документ вищого рівня, має структурні розділи

(проблемно-, ресурсо- чи проектноорієнтовані), показники, цілі, пріоритети і завдання економічної політики, ресурсне обґрунтування, забезпечення механізмів реалізації.



Рис. 1. Зміст базових елементів стратегії розвитку

Джерело: складено на основі [1, 2, 3, 4]

Орієнтовний типовий склад функціональних частин стратегії, які потенційно мають системний вплив на всю економіку України, але залежать від організаційної спроможності виконавчих органів влади реалізовувати свої функції наведено на рис. 2.

Важливу роль в стратегічному плануванні відіграють довгострокове прогнозування розвитку, планування схем розміщення продуктивних сил (обидва компоненти зараз відсутні), в тому числі щодо реального сектору економіки, регіональне вирівнювання економічного розвитку, науково-технічне прогнозування основних напрямів технічних і технологічних зрушень в продуктивних силах країни.

Рекомендується Національну стратегію розвитку України розробляти як мінімум на десять років, і коригувати один раз на 5 років.

Стратегічні плани на всіх рівнях (національний, регіональний, галузевий) мають бути зорієнтовані на обмежену кількість (до 7-8 першочергових) реальних для досягнення в плановому періоді цілей. Програмно-цільовий характер стратегії підтримується обґрунтуванням ресурсного забезпечення. Досягнення попередніх цілей дає можливість визначити нову ціль і переорієнтувати на неї вивільнені ресурси.

Також, повинен бути суттєво модернізований програмно-цільовий, а за окремими проблемами і планово-цільовий підхід, що передбачає досягнення річних цілей, як результату виконання планових завдань та програмних орієнтирів суб'єктами господарювання різних форм власності. Програмні документи щодо розвитку економіки потрібно реально спрямувати на кінцевий результат і ефективне використання ресурсів, доцільність досягнення запланованих показників.

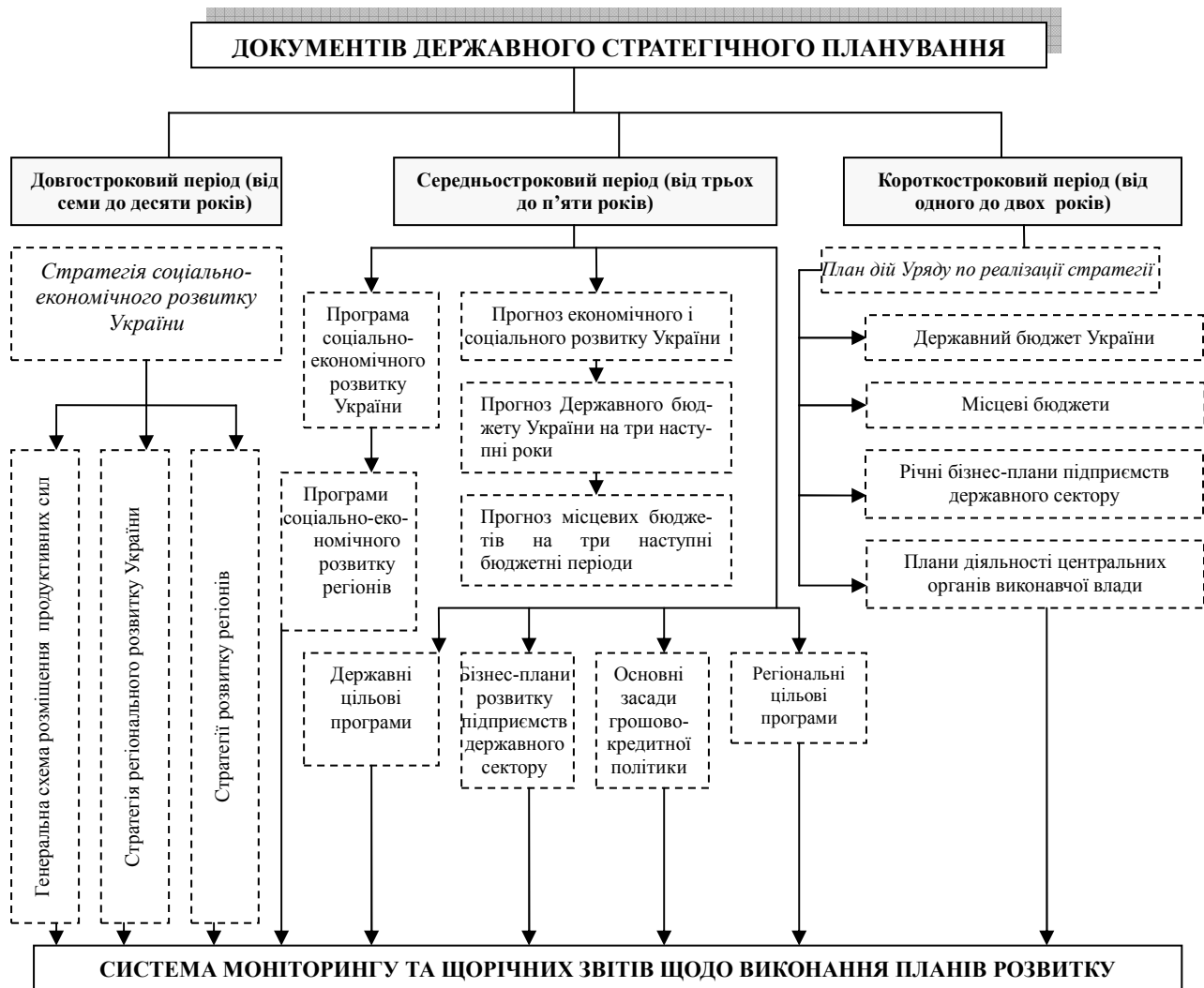


Рис. 2. Структура системи документів стратегічного планування

Джерело: складено авторами на основі [1, 3]

Основою стратегічного розвитку є вдосконалення форм поєднання зусиль державного і приватного секторів економіки (зараз це найбільш слабке місце) через використання механізмів:

- державних закупівель та державного замовлення;
- державної підтримки через надання пільг, державних гарантій, субсидування, реструктуризацію податкової заборгованості, спеціальних квот, митно-тарифних умов;
- організаційно-виробничої інтеграції підприємств приватного та державного секторів, вертикально та горизонтально орієнтованих моделей державного управління, науково-виробничих і регіональних кластерів;
- науково-технічної підтримки підприємств реального сектору, в т. ч. з боку бюджетних науково-дослідних установ;
- маркетингової державної підтримки та преференцій щодо експорту товарів та послуг;
- державно-приватного та соціального партнерства для виконання запланованих показників в межах визначених пріоритетних напрямів економічного розвитку реального сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» від 23.03.2000 р. № 1602-III // Відомості

Верховної Ради. - 2000. - № 25.

2. *Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]: Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 р. — Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.*

3. *Прогнозування і розробка програм: Метод. посіб. / В.Ф.Беседін та інші; За ред. В.Ф.Беседіна — К.: Наук. Світ., 2000. - 468 с.*

4. *Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: монографія. - К.: НІСД, 2009. - 336 с.*

5. *Свистович М.Б. Сутність та основні поняття стратегічного планування/ М.Б.Свистович // Державне управління: теорія та практика. - 2013. - № 2. - С. 37-43. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2013_2_6.*

УДК 331.5.021:005.21:005.591.6(043.2)

А.Г. ЛИЗАНЕЦЬ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

М.М. ЮРИК

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

Ситуація на ринку праці виступає визначальним чинником поступального розвитку економіки будь-якої країни. Ефективність функціонування ринку праці залежить від наявного механізму його регулювання. Ключова роль у регулюванні процесів на ринку праці належить державній службі зайнятості (ДСЗ), яка, згідно з Законом України «Про зайнятість населення», займається реалізацією державної політики зайнятості населення, професійною орієнтацією, підготовкою і перепідготовкою, працевлаштуванням та соціальною підтримкою тимчасово не працюючих громадян [1].

Постійне нарощування обсягів реального та прихованого безробіття, структурні диспропорції на ринку праці, інтенсифікація внутрішніх та зовнішніх міграційних процесів, актуалізують необхідність удосконалення роботи ДСЗ як основних суб'єктів вирішення проблем зайнятості на мезо- та макрорівнях.

Аналізу питань організації та ефективності діяльності ДСЗ присвячені праці таких вітчизняних науковців, як Л.В. Бондарчук, О.В. Діденко, Б.С. Казановський, Л.С. Лісогор, О.В. Шепетін та ін. Не применшуючи значення наукового внеску праць зазначених авторів, вважаємо, що вагомість даної проблеми значно підвищується в умовах економічної кризи, що й обумовлює доцільність проведення подальшим досліджень за обраним напрямком.

На сьогодні державна служба зайнятості виступає активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи. Це структура, яка об'єднує 583 центри зайнятості по всій Україні [2]. Її головними завданнями є: розвиток активних програм сприяння зайнятості населення; підвищення конкурентоспроможності безробітних на ринку праці; адресна допомога у працевлаштуванні соціально незахищених категорій населення; запровадження нових партнерських відносин з роботодавцями, стимулювання їх до створення нових робочих місць.

Кардинальні зміни попиту та пропозиції робочої сили на загальнодержавному та регіональних ринках праці України вимагають коректив у діяльності державної служби зайнятості з метою приведення їх у відповідність до потреб часу. Мова йде про потребу адаптації традиційних методів та технологій обслуговування суб'єктів-учасників ринку праці до сучасних реалій.

Проте ефективність діяльності ДСЗ залежить не тільки від здатності вчасно адаптуватися до тих економічно-соціальних змін, що відбуваються в країні, а перш за все від досконалості нормативної бази, яка регулює питання зайнятості населення. Поточна неузгодженість законодавчої та практичної сторін діяльності щодо регулювання ринку праці призводить до значної кількості нормативних невизначеностей та колізій, що ускладнює роботу не тільки ДСЗ взагалі, а й інших органів та установ, які впливають на ситуацію на ринку праці.

До основних чинників, які формують перепони для ефективного функціонування ДСЗ та місцевих центрів зайнятості, слід віднести:

- високу залежність економічної сфери від політичної кон'юнктури;
- короткострокову орієнтованість економічної діяльності;
- негативні демографічні тенденції;
- територіальні диспропорції попиту та пропозиції на ринку праці;
- незбалансованість існуючих трудових ресурсів та робочих місць;
- невідповідність сфери професійної освіти потребам ринку праці;
- низький рівень заробітної плати у більшості секторів економіки;
- нарощування темпів трудової міграції;
- розвиток неформальної зайнятості.

Постійний вплив відповідних чинників є свідченням того, що ДСЗ потребує не тільки організаційного перетворення, а й перегляду всіх форм діяльності на предмет поліпшення ефективності їхньої дії на ринок праці.

Деякі заходи інноваційного плану, які позитивно впливають на діяльність ДСЗ, вже починають втілюватись.

Головним серед них є впровадження ЄТОНН (єдиної технології обслуговування незайнятого населення), яка реалізується через ЄІАС – єдину інформаційно-аналітичну систему [3]. Функціонування ЄІАС сприяє формуванню і підтримці всеукраїнської бази оперативних вакансій і резюме шукачів роботи.

Переваги ЄІАС порівняно з існуючою раніше в ДСЗ системою оперативного реагування на потреби шукачів роботи та роботодавців:

- 1) створено можливості комплексного підбору пропозицій роботи в режимі «on-line» не тільки в межах регіону, а й по всій Україні, як за основним фахом, так і за суміжними професіями, спеціальностями;
- 2) можливим є пошук інформації про особу у загальнодержавній базі даних, що дозволяє посилити адресний підхід до особи та індивідуалізацію послуг, а також сприяє проведенню якісного контролю за обґрунтованістю матеріальних виплат;
- 3) розширились можливості організації професійного навчання безробітних за необхідними, в т. ч. унікальними професіями та спеціальностями в навчальних закладах ДСЗ;
- 4) у ЄІАС якісно автоматизована функція планування перерахунків матеріального забезпечення безробітним, що сприяє своєчасному упередженню переплат;
- 5) впроваджено “аудит” персональної картки особи;
- 6) для створення можливостей для носіїв робочої сили і роботодавців використовувати Інтернет як джерело інформації про вакансії ДСЗ на Інтернет-медіа-порталі “Труд” (www.trud.gov.ua) надала можливість скористатись загальнодержавною базою даних вакансій і резюме шукачів роботи;

7) система забезпечує електронний міжвідомчий взаємообмін даними з Пенсійним Фондом України, ДПА, Державним Казначейством, що дозволяє уникнути розбіжностей даних при призначенні матеріального забезпечення.

До інших інновацій у діяльності ДСЗ, покликаних вирішити проблеми організації роботи з незайнятим населенням та підвищити якість надаваних послуг, слід віднести:

— для прозорості на ринку праці запрацювало «Єдине соціальне середовище зайнятості» (www.dcz.gov.ua);

— «Електронний кабінет роботодавця» (www.dcz.gov.ua/cabinet) скорочує витрати часу для відвідування центру зайнятості та сприяє взаємодії роботодавців зі службою зайнятості;

— профорієнтаційні термінали – це молодіжний профорієнтаційний Інтернет-портал, доступ до якого здійснюється через татч-екрани, розташовані у навчальних закладах;

— інноваційний підхід до реклами послуг служби зайнятості, яка розміщується на маршрутному таксі, відео-екрані гіпер-маркетів, біжучій електронній стрічці на приміщеннях обласних та районних відділеннях ДСЗ;

— впроваджено мобільний сервіс «Пошуку роботи»;

— впроваджено новий сервіс «Калькулятор розрахунку допомоги по безробіттю»;

— введено в дію програму електронного документообігу із застосуванням електронного цифрового підпису;

— створена система орієнтації безробітних на підприємництво та самозайнятість, яка включає надання інформаційних та консультаційних послуг в напрямку підприємництва, профдіагностичне тестування, а також професійне навчання з професій та спеціальностей, які дають необхідні знання для малого бізнесу.

Проте застосування відповідних інновацій лише частково сприяло підвищенню якості роботи ДСЗ. З метою приведення діяльності ДСЗ до вимог сучасної економіки та національного ринку праці здійснювані зміни повинні носити не епізодичний, а системний характер. До подальших напрямків удосконалення організації діяльності ДСЗ, на нашу думку, слід віднести:

1) розвиток співпраці з соціальними партнерами (роботодавцями, профспілками, іншими установами, організаціями та підприємствами, що беруть участь у реалізації політики зайнятості). Можливим у цьому плані є переймання досвіду країн-членів Європейського Союзу, зокрема: субсидування підприємств або відшкодування роботодавцю страхових внесків у разі працевлаштування ними безробітних, що зареєстровані ДСЗ;

2) підвищення рівня кваліфікації та професіоналізму працівників ДСЗ. Недовіра населення та роботодавців до центрів зайнятості викликана часто низькою якістю виконання ними своїх функцій, а також некомпетентністю у консультуванні окремих питань. Крім того працівники служби повинні вміти надавати психологічну підтримку безробітним. Тому існує нагальна потреба як удосконалення процесів навчання персоналу ДСЗ відповідно до існуючих вітчизняних законодавчих норм, так і впровадження сучасних технологій навчання та міжнародної практики у діяльність центрів зайнятості;

3) подальша модернізація методів навчання безробітного населення. впровадження інноваційних технологій у процес професійного навчання та перепідготовки, що повинно підвищити адаптованість незайнятого населення до динамічних змін на ринку праці.

Впровадження відповідних змін у діяльність ДСЗ, на нашу думку, дозволить поступово подолати проблеми її функціонування та сприятиме успішнішому вирішенню питань регулювання ситуації на національному та регіональних ринках праці.

Список використаних джерел:

1. Про зайнятість населення. Закон України від 05.07.2012 [Електронне джерело]. – Режим доступу до джерела: zakon.rada.gov.ua/go/5067-17.
2. Державна служба зайнятості [Електронне джерело]. – Режим доступу до джерела: <https://www.dcz.gov.ua>.
3. Ілікчієва О.І. Інноваційні трансформації ринку праці України / О.І.Ілікчієва // Економіка. - Випуск 29, 2015 р. – с. 74-79.
4. Петренко І.В. Вдосконалення організації діяльності державної служби зайнятості в Україні / І.В.Петренко // Європейські перспективи. - № 3. – ч.3, 2012. – с. 137-143.

УДК 336.02(477)

В.В. МАРТИНЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
заступник директора Навчально-наукового інституту обліку, аналізу та аудиту,
Університет державної фіскальної служби України,
м. Ірпінь, Україна

**ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ
В УКРАЇНІ**

Податкова політика нині вважається чи не найважливішим напрямом державної політики, оскільки акумульовані фінансові ресурси, як результат оподаткування, значною мірою забезпечують нормальне функціонування та життєдіяльність держави в цілому. Це спричинено фіскальною роллю оподаткування як такого. В розвинених економіках ефективність податкової політики досягається суспільною необхідністю, сформованою у результаті консенсусу між платниками податку та державою.

У вітчизняній науковій літературі з проблематики оподаткування розроблено три напрями підходів до визначення поняття «податкова політика» – вузькоспрямований, функціонально-цільовий та стратегічно орієнтований. Розглянемо їх детальніше (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями підходів до розкриття поняття «податкова політика»

Назва підходу	Суть підходу	Визначення поняття «податкова політика»
Вузькоспрямований	Прагнення обмежити сферу застосування податкової політики виключно сферою податків	Діяльність органів державної влади щодо встановлення, правового регламентування та організації збору податків і податкових платежів у централізовані фонди фінансових ресурсів [1].
		Система дій, які проводяться державою у сфері податків і оподаткування [2].
Функціонально-цільовий	Виокремлення функціональних можливостей та/або економічної суті податків	Полягає у встановленні та зміні елементів податкової системи (різновидів податків, ставок, структури, об'єктів, суб'єктів оподаткування, пільг, тощо) для забезпечення надходжень до бюджету, достатніх для виконання державою покладених на неї функцій і стимулювання економічного зростання [3].
		Політика оподаткування юридичних і фізичних осіб. Її метою є формування державного бюджету та одночасне стимулювання ділової активності [4].

продовження табл. 1

Стратегічно орієнтований	Виокремлення цільових стратегічних орієнтирів, перспективних вимог та/або рамкових обмежень податкової політики	Складова частина економічної політики держави, спрямована на формування податкової системи, що забезпечує економічне зростання, сприяє гармонізації економічних інтересів держави та платника податків з урахуванням соціально-економічної ситуації в країні [5].
		Сукупність заходів для встановлення нових і скасування чинних податків та інших надходжень до бюджету, зміни ставок, об'єкта оподаткування, податкової бази з метою забезпечення фінансових потреб держави на основі дотримання балансу економічних інтересів держави та платників податків [6].

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [7, с. 673-674; 8, с. 207]

Також податкова політика визначається Крисоватим А. І. як «діяльність держави у сфері запровадження, правового регламентування та організації справляння податків і податкових платежів, які є знаряддям розподілу і перерозподілу частини валового внутрішнього продукту (ВВП) та формування централізованих фондів грошових ресурсів держави» [9, с. 11]. Тому податкову політику можна вважати фінансовою основою реалізації всіх необхідних функцій держави. Від ефективності податкової політики залежить розвиток державного апарату та країни в цілому.

З урахуванням наведених підходів до розкриття поняття «податкова політика», проведемо аналіз її результатів, що втілюються у податкових надходженнях до державного бюджету. У табл. 2 проведемо розрахунки питомої ваги податкових надходжень у структурі зведеного бюджету України, які є основними джерелами формування фінансових ресурсів держави.

Таблиця 2

Динаміка податкових джерел формування доходів зведеного бюджету України у 2004-2017 рр.

Роки	Податкові надходження, млн грн	Доходи зведеного бюджету, млн. грн.	Частка податкових джерел у формуванні доходів, %
2004	64279	88300	72,80
2005	100748	131312	76,72
2006	131105	168626	77,75
2007	167949	216050	77,74
2008	235680	291163	80,94
2009	209789	280217	74,87
2010	236900	304851	77,71
2011	323992	387853	83,53
2012	347986	432944	80,38
2013	341165	429986	79,34
2014	355429	443983	80,05
2015	507635	652031	77,85
2016	650781	782748	83,14
2017	828158	1016788	81,45

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [10; 11]

З даних табл. 2 видно, що обсяг доходів зведеного бюджету України впродовж 2004-2017 рр. збільшився з 88,3 млн грн до більш як 1 млрд грн (у 11,5 рази), а податкові надходження – з 64,3 до 828,2 млн грн. Таким чином, частка податкових джерел бюджету зросла на 8,7% за аналізований період, сягнувши максимуму 83,5% у 2011, а

мінімуму 72,8% – у 2004. Податкові джерела у середньому на 1% зростали швидше, ніж сумарні доходи держави. Усереднена питома вага податкових доходів державного бюджету склала 78,8%. Варто зазначити, що аналіз динаміки податкових джерел формування доходів зведеного бюджету України у 2004-2017 рр. проведено за фактичними даними, без урахування інфляційних процесів у державі, тому на рис. 1 зведемо реальні обсяги податкових надходжень держави, з урахуванням базисних індексів-дефляторів ВВП 2003 року.

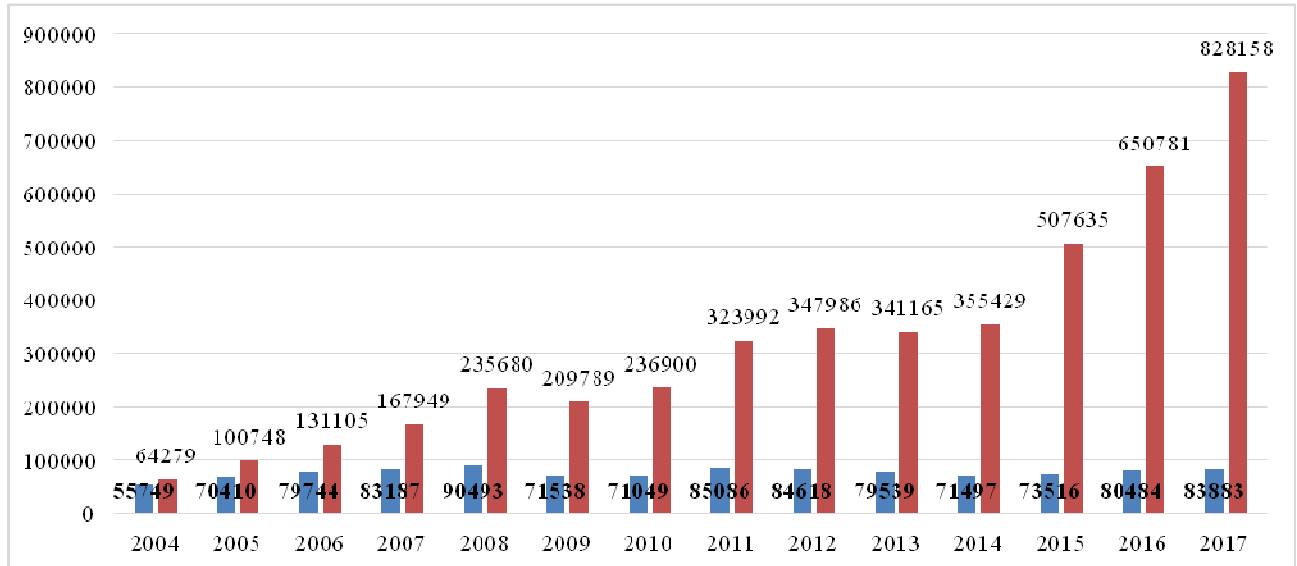


Рис. 1. Динаміка реальних (у базисних цінах 2003 року) і номінальних (у фактичних цінах) податкових надходжень до зведеного бюджету України у 2004-2017 рр.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [11; 12]

Таким чином, інфляційні процеси, що мали місце упродовж 2013-2017 рр., спричинили 10-кратний розрив між номінальним (у фактичних цінах) і реальним (у базисних цінах 2013 р.) обсягом податкового доходу держави. Урахування інфляції в аналізі дало змогу побачити реальні результати податкової політики держави в умовах світової фінансової кризи 2008-2009 рр. та військового конфлікту, що розпочався у 2014 р. і триває донині. Так, реальні податкові надходження за період аналізу збільшилися всього в 1,5 рази, сягнувши максимуму 90,5 млрд грн у 2008 р., а мінімуму 55,7 млрд грн у 2004 р. Отже, теоретичні аспекти податкової політики доцільно досліджувати з урахуванням реальних тенденцій динаміки податкових джерел формування бюджету.

Список використаних джерел:

1. Юрій С., Крисоватий А., Кошук Т. *Сучасні тенденції розвитку європейського оподаткування та новітня парадигма податкової політики в Україні: [монографія].* Тернопіль: ТНЕУ, 2010.
2. *Податкова система: навч. посібник / за заг. ред. В. Андрущенка. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 416 с.*
3. Соколовська А. М. *Податкова система держави: теорія та практика становлення: монографія. К., 2002. 340 с.*
4. Василик О. *Податкова система України. К.: Поліграфкнига, 2004. 478 с.*
5. Майбуров И. А., Соколовская А. М. *Теория налогообложения. Продвинутий курс. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. 591 с.*
6. Иванов Ю., Тищенко А. *Современные проблемы налоговой политики. Харьков: ИНЖЕК, 2006. 328 с.*

7. Гомон М. В. Податкова політика держави та принципи її формування. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 11. С. 673-676. URL : <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/141.pdf> (дата звернення : 17.03.2019).

8. Грінько А. П., Бочуля Т. В., Волошенюк І. Є. Концептуальні напрями формування податкової політики в Україні. Бізнес Інформ. 2017. № 1. С. 205–211.

9. Крисоватий А. І. Податкова політика України: концептуальні засади теорії та практики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра ек. наук : 08.04.01. Тернопіль, 2006. 32 с.

10. Revenue / Ціна держави // Офіційний сайт Центру соціальних досліджень «CASE Україна». URL : <http://cost.ua/en/budget/revenue/> (дата звернення : 17.03.2019).

11. Tax Revenue / Ціна держави // Офіційний сайт Центру соціальних досліджень «CASE Україна». URL : <http://cost.ua/en/budget/revenue/> (дата звернення : 17.03.2019).

12. Валовий внутрішній продукт // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/vvp/vvp_ric/vvp_u.htm (дата звернення : 17.03.2019).

УДК 338.48

В.В. ПАПП

доктор економічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи,

Н.В. БОШОТА

кандидат економічних наук,
ст. викладач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачєво, Україна

ШЛЯХИ УСУНЕННЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Конкуренція регулює темпи та обсяги виробництва, спонукає запроваджувати науково-технічні, інноваційно-технологічні, організаційні досягнення тощо. Конкуренція в туризмі — це боротьба між туристичними організаціями за найбільш вигідні умови виробництва і збуту в цілях досягнення кращих результатів своєї підприємницької діяльності. Це боротьба за частку ринку, успіх якої залежить від дешевизни та якості туристичних продуктів і послуг.

Поняття недобросовісної конкуренції має сьогодні більш широке уявлення в нормативних документах і публікаціях, ніж поняття добросовісної конкуренції. У господарській практиці багатьох країн поняття недобросовісної конкуренції має правовий зміст - під недобросовісною конкуренцією розуміються ті чи інші методи конкурентних дій, які суперечать закону.

Недобросовісна конкуренція суб'єктів підприємницького бізнесу зазвичай включає наступні дії [1]:

- дезорганізація ділової діяльності конкурентів, в тому числі отримання, використання, розголошення інформації про конкурентів і їх комерційні таємниці без їх згоди, підбурювання службовців конкурентів до невиконання або недобросовісного виконання службових обов'язків, знищення засобів зовнішньої реклами конкурентів, негативний вплив на партнерів і клієнтів;
- пряма дискредитація конкурентів і їх діяльності, а саме: поширення неправдивих, неточних або перекручених відомостей про конкурентів за допомогою

недобросовісної і неетичної реклами, включаючи поширення висловлювань та образів, що ганьблять честь, гідність, ділову репутацію, професійні якості, професію і продукцію конкурентів, поширення наклепницьких вигадок про конкурентів, уявлення точних відомостей про них в спотвореному світлі і неетичною критикою їхніх дій;

- непряма дискредитація конкурентів, а саме некоректне порівняння суб'єктами бізнесу своїх товарів (послуг) з товарами (послугами) конкурентів в процесі рекламної діяльності (некоректна порівняльна реклама);

- паразитична конкуренція (або ведення справ під чужим ім'ям). Паразитична конкуренція включає самовільне використання чужого товарного знака, фірмового найменування та маркування товару, самовільне копіювання товару, в тому числі його форми, упаковки і зовнішнього оформлення;

- прямий і позиційний демпінг;

- введення споживачів в оману щодо пропонованих фірмою товарів (послуг), їх споживчих властивостей, способу і дати виготовлення, призначення, складу, умов застосування, якості, кількості.

Найбільш поширеною формою недобросовісних конкурентних дій на ринку турпослуг є цінова конкуренція, виражена у формі прямого і позиційного демпінгу, тобто ситуація, коли фірма-туроператор або проводить раптове масове зниження цін на турпакети, щоб стимулювати попит, або намагається потіснити конкурентів, тривалий час, зберігаючи ціни нижчі за середні по ринку.

Дана конкурентна поведінка властива всім без винятку компаніям, що формує турпродукт, і, слід зауважити, що не завжди масове скидання «гарячих турів» може визнаватися демпінгом в класичному вигляді, тому що в умовах нестабільності попиту на турпослуги і схильності споживчих переваг значних коливань, зниження цін на тури є єдиним дієвим способом стимулювання попиту для мінімізації збитків від недозагруженості чартерних блоків і номерного фонду. У цьому випадку, як правило, туроператор знижує ціну за рахунок вилучення з калькуляції туру повністю або частково вартості проживання та наземного обслуговування, намагаючись окупити тільки вартість авіаперевезення.

Недобросовісна торгова політика туроператорів по відношенню до турагентств і дрібним операторам полягає в цілій низці дій, що обмежують конкуренцію та обмежують права останніх двох груп.

По-перше, абсолютно всі великі туроператори проводять політику підтримки роздрібних цін, при якій постачальник, в нашому випадку туроператор, призначає ціну, обов'язкову для всіх роздрібних торговців. Практикою договорів на реалізацію турпродукту закріплюється заборона для агентів змінювати ціну турпакета. Агентство при реалізації туру кінцевого покупця отримує комісію і по відношенню до ціни, як уже говорилося раніше, виступає як «prise-taker». Таким чином, складається негативна ситуація в галузі, коли статичні ціни перестають бути регулятором попиту і в низькі дати туроператор і турагентства зазнають збитків в силу природного просідання попиту, а в пікові дати відчувається яскраво виражений дефіцит турів.

По-друге, більшість туроператорів прагне до постійного розширення мережі «уповноважених агентств», яким надаються підвищені комісійні відрахування і різні бонусні програми. Фактично, можна констатувати проведення туроператорами політики виключного дилерства, тобто угоди між виробником і збутовою фірмою про те, що збутова фірма буде торгувати продукцією лише даного виробника. А також політики знижок за сукупним обсягом, яка у багатьох країнах визнається обмежувальною торговельної практики, при якій знижки з ціни відносяться не до окремих замовлень клієнтів, в нашому випадку турагентств, а до повного об'єму їх покупок за певний період, що спонукає агентства звертатися із замовленнями до одного продавця, уникаючи конкурентів.

Дві вищезгадані політики проводяться переважною більшістю операторських компаній з метою стимулювання збуту і придушення конкурентів. Бонусні програми агентствам в даний час включають вже не тільки грошове заохочення у вигляді підвищеної комісії, а й можливість безкоштовного (за рахунок оператора) відпочинку особливо старанних менеджерів з продажу компанії - турагента, виплати грошових премій за підсумками року і т.д.

По-третє, для обмеження присутності дрібних туроператорів на ринку, великі операторські компанії проводять політику цінового стиснення - вид обмежувальної торгової практики, при якій вертикально інтегровані фірми призначають високу ціну на сировину для неінтегрованих фірм, які не мають можливості через конкуренцію підвищувати ціни на свій товар.

Дрібні туроператори, які не мають достатньої клієнтської бази і фінансових ресурсів для того, щоб консолідувати власний чартерний рейс змушені закуповувати авіап перевезення у великих компаній за завищеними цінами, що призводить до зниження прибутків і втрати конкурентоспроможності.

Особливо часто подібні заходи використовуються великими туроператорами в пікові дати, коли сторонні туроператори, які уклали договори на невеликі блоки, намагаються задовольнити підвищений попит за рахунок закупівлі додаткових місць, в цих умовах ціна перевезення здатна зростати на 50% і більше, що при неможливості змінювати ціну готового туру призводить до парадоксального падіння прибутків дрібних і середніх туроператорських компаній в високий сезон.

Саме через подібну політику цінового стиснення в останні роки з'явилася тенденція до витіснення дрібних операторів з ринку і перехід їх виключно до агентської діяльності.

Що ж стосується нецінових методів недобросовісної конкуренції, то в даний час можна відзначити низький рівень подібних дій турфірм. Слід зауважити, що нецінові методи недобросовісних дій і раніше використовувалися в туризмі вкрай рідко.

Чим більше підприємство має конкурентних факторів перед наявними та потенційними конкурентами, тим вища його конкурентоспроможність, ефективність, перспективність [2].

Виходячи з вищевикладеного аналізу конкурентних дій на ринку формування та реалізації турпослуг, можна зробити висновок про домінування цінових методів боротьби між учасниками, причому більшу їх частину можна віднести до недобросовісної конкуренції. В силу ж специфіки галузі нецінові методи недобросовісних конкурентних дій або повністю відсутні, або дуже малі і не надають реального впливу на ринок.

Конкуренція і конкурентоспроможність в галузі туризму мають яскраво виражену специфіку, яка повинна враховуватися в туристичному менеджменті шляхом адаптації основних положень теорії конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
2. Демура Т. Створена Асоціація лідерів туристичного бізнесу України. Українська туристическая газета. 2008. № 4 (43). С. 1-2.
3. Конкуренція в сфері туристичного бізнесу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.virtual.ks.ua/students/1468-competition-in-tourism-business.html>

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних економічних реаліях спостерігається тенденція швидкого зростання інтернет-торгівлі. Український інтернет-ринок відносно молодий, але сьогодні ми вже можемо відзначити його значне зростання. Сьогодні роздрібна торгівля є одним з найбільш швидкозростаючих секторів української економіки. Вона відкрита для інновацій, і тому багато підприємств, що працюють в цій галузі, проявляють особливий інтерес до інноваційних рішень.

В основі ринкової економіки, в тому числі в роздрібній торгівлі, основна рушійна сила еволюції і взаємодії суб'єктів ринку - це конкуренція. Саме таке підприємство вважається найбільш успішним, яке здатне протистояти конкуренції не тільки шляхом збереження, а й шляхом розширення своїх позицій на ринку [1, с. 207]. Найбільш перспективним напрямком інновацій в таких конкурентних умовах є створення інтернет-послуг, оскільки сьогодні глобальна мережа пропонує безліч інноваційних інструментів, які можна застосувати в роздрібному секторі. Сьогодні багато великих і середніх реальних магазинів мають свої власні сайти, які є для них одним з основних каналів поширення інформації про товар, ціну та інші характеристики. У той же час підприємства можуть використовувати інтернет-технології для різних цілей: для розповсюдження комерційної реклами; як засіб спілкування з клієнтами; для створення власної інформаційної мережі, як засіб зв'язку з його філіями та підрозділами і також з постачальниками і клієнтами [5, с. 52].

У зв'язку з цим велику роль для успішного ведення бізнесу і просування товарів в Інтернеті грає проведення компетентного інтернет-маркетингу, який дозволить донести всю необхідну інформацію про товари до споживача. Створення додаткових каналів для інформування споживачів не тільки вплине на їх вибір, але і дозволить компанії збільшити продажі і збільшити прибуток. Перш за все, потрібно звернути увагу на традиційні елементи маркетингового комплексу щодо покупок в Інтернеті: товар; ціна; місце продажу; просування і реклама.

Товар повинен володіти необхідними якісними характеристиками для споживачів і супроводжуватися належним обслуговуванням, що забезпечить більшу конкурентоспроможність між товарами-аналогами, які надаються не тільки іншими інтернет-магазинами, а й традиційними магазинами. В даний час можна відзначити, що найбільш успішно реалізованими через Інтернет товарами є туристичні послуги, програми, інформаційні матеріали, такі як книги, компакт-диски. Вони випереджають продаж одягу, продуктів харчування і побутової техніки. У чому причина такої різниці? Перш за все, потенціал продажу товарів через інтернет-магазини залежить від його характеристик. По-перше, це мобільність, транспортабельність товарів. Реалізація транспортабельних товарів, таких як одяг, взуття, книги і доставка їх покупцеві, менш проблематична, ніж продаж меблів і побутової техніки. По-друге, через Інтернет набагато простіше продавати продукт, який легше оцінити. Такі товари, як книги, компакт-диски, журнали, легко ідентифікуються, а їх реалізація менш проблематична. І звичайно ж, електронна комерція значно поступається традиційним формам торгівлі такими дорогими товарами, як нерухомість, транспортні засоби, прикраси через їх високі ціни, а також символічною складовою. При покупці «рідкісних» товарів покупці часто стикаються з труднощами, оскільки в вузькоспеціалізованих продуктах часто

відсутня достатня клієнтура. Це сприяє тому, що продаж таких товарів стає можливою тільки через інтернет-магазини.

Ціна в інтернет-магазинах зазвичай нижче, ніж в традиційних магазинах. Це пов'язано з мінімізацією витрат на утримання будівлі, працюючого персоналу, контроль за безпекою продуктів та інших витрат, з якими стикаються традиційні магазини. Часто власники інтернет-магазинів шукають конкурентні переваги, встановлюючи найнижчу ціну в своїй категорії товарів.

Як говорить теорія управління: «стратегія кращих цін» може принести користь тільки одній компанії на цьому ринку. І в число таких компаній найчастіше входять великі магазини, що є типовою в галузі електронної торгівлі [1, с. 208].

Місце продажу в даному випадку - це безпосередньо сам сайт, який виступає в якості точки продажу і в той же час місце для реклами. Тут важливу роль відіграє графічний дизайн сайту, зручність, простота використання. У той же час сайт повинен бути не тільки зручним і зрозумілим, але і повинен передавати всю необхідну інформацію користувачам. Швидкість завантаження, умови оплати і доставки, якість роботи з клієнтами, якість зображень і опису товарів, швидкість обробки додатків - все це дозволить інтернет-магазину залучати клієнтів.

Елемент «place» включає не тільки місце продажу, а й місце, де продавці розміщують рекламні оголошення про свою компанію і товар. У той же час важлива і сама реклама, і сайт, на якому розміщена реклама. В даний час дизайн і візуалізація сайту є найбільш актуальними і мають визначальне значення. Інфографіка і регулярна модернізація електронних платформ є частиною візуальної революції, яку ми зараз переживаємо. Такі сайти, як Instagram, Facebook, Twitter, користуються найбільшою популярністю, тому що вони дозволяють залучати більше користувачів завдяки візуалізації, і надають великі можливості для комунікації. Розміщення інтернет-магазинів і їх реклама в соціальних мережах мають вражаючий успіх.

Актуальним на даному етапі розвитку роздрібною торгівлі є використання такого ділового формату електронної комерції, як багатоканальні фірми. Особливістю багатоканальних продавців є поєднання онлайн-ових і офлайн-ових каналів продажів, що характерні для традиційних роздрібних компаній з довгостроковим і добре побудованим роздрібним бізнесом. Для таких фірм електронні канали збуту є додатковими до традиційних [4, с. 105].

Просування і реклама - це поєднання методів просування продукту, веб-сайту та інтернет-магазину в цілому в Інтернеті. Цей набір заходів включає пошуковий маркетинг, контекстну, банерну рекламу, e-mail маркетинг, вірусний і прихований маркетинг, а також роботу з блогами і соціальними мережами. Лояльність до певного бренду або магазину може зменшуватися в разі успішної політики його просування. Це пов'язано з появою великої кількості, якщо не ідентичних, то майже подібних продуктів. Тому для будь-якого інтернет-магазину, який стверджує, що є абсолютним лідером в своєму сегменті, цілком виправдано використовувати будь-який додатковий вид просування. Його можна виразити, наприклад, у формі продажу, знижок на міжсезоння, проведення промо-акцій, а також створення бонусної системи і подарунків при покупці певної суми. Такі елементи просування є типовими як для традиційних продавців, так і для продажу товарів через глобальну мережу Інтернет. Однак практика показує, що зростаюча конкуренція, постійна зміна очікувань клієнтів призводить до необхідності появи нової тенденції в маркетингу - персоналізації. Використання цього методу передбачає відмову від методів масового впливу на споживача, втрати їх ефективності, на користь індивідуального підходу до нього [5, с. 693].

На закінчення, варто відзначити: відкрити інтернет-магазин не представляє складності, набагато складніше вибрати грамотну маркетингову стратегію для того, щоб залучити й утримати клієнтів, а також проводити ефективну роботу з метою подальшого

просування інтернет-магазину. Знання потреб населення, вивчення ринку і основних конкурентів - все це дозволяє ефективно просувати продукт кінцевим користувачам через Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Буркова Д.С. Розробка конкурентних переваг інтернет-магазину в умовах цифрової трансформації в роздрібній торгівлі // *Нова наука: сучасний стан і шляхи розвитку*. - 2016. - №8. С.206-209.
2. Гнатченко Д.О. Інтернет як двигун роздрібно торгівлі // *Наукові записки молодих дослідників*. -2014.-№2. С.25-28.
3. Григорчук Т.В. *Маркетинг. Частина друга: Навч. посіб. для дистанційного навчання*. - К.: Університет "Україна", 2007. с. 255-300.
4. Євсіна І.Ю. *Інтернет маркетинг. Сегментація ринку інтернет торгівлі товарами моди* // *Нова наука: досвід, традиції, інновації*. - 2016. - №1-1 (59). - С. 104-106.
5. Шиленко С.І. Шиленко С.М., Трунова С.Є. *Посилення ролі комунікаційних функцій маркетингу в умовах динамічного розвитку Інтернет-торгівлі* // *Фундаментальні дослідження*. - 2016. - №4-3. С. 690-694.

УДК 338.487/.488:005.936.3(043.2)

Б.І. ФІЛЬКІНА
студентка ОС «бакалавр»,
Науковий керівник: к.е.н., доц. Товт Т.Й.,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Динамічний розвиток рекреаційного комплексу підприємств обумовлений соціально-економічними перетвореннями сьогодення. Головною складовою цього процесу є конкуренція, яка визначає всю сутність діяльності підприємств сфери послуг. Конкуренція є найважливішим фактором, що спонукає учасників ринку вдосконалювати свої можливості й пропонувати найкращі послуги, а це, в свою чергу, сприяє прогресивному розвитку економіки країни.

Основними методами конкурентної боротьби на ринку послуг є покращення якості, дизайну послуг, швидке оновлення асортименту, надання гарантій, тимчасове зниження цін, умов оплати, впровадження заходів інноваційної політики, ефективне рекламування послуг тощо. Поряд з цим, використовуються «мирні» методи обмеження конкуренції: таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту, реалізація великих науково-технічних проєктів, обмін інформацією з різних питань наукової, технічної, ринкової стратегії. Серед неекономічних методів конкурентної боротьби – фінансові махінації та спекуляції цінними паперами, промислове шпигунство, підкуп чиновників державного апарату з метою отримання урядових контрактів, субсидій тощо.

Актуальним залишається питання створення і розвитку конкурентного ринку сфери послуг та його ефективного державного регулювання. Безпосередньо, практичне значення мають пропозиції щодо вдосконалення комплексного аналізу конкурентного середовища сфери послуг в Україні, оцінюванні конкурентоспроможності даних підприємств, а також визначення ефективних напрямків державного регулювання в рекреаційному бізнесі.

Існують різні підходи до визначення конкурентного середовища. Так, М. Клименко та Т. Омеляненко визначають конкурентне середовище як результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, який визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними [1].

За визначенням З. Галушки та І. Комарницького, конкурентне середовище – це складна економічна категорія, яка характеризує взаємодію окремих суб'єктів господарювання, держави, інститутів колективного захисту, факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на умови економічної діяльності, що визначають відповідний рівень економічного суперництва та вагомість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію [2]. При цьому, чинники конкурентного середовища можна поділити на дві групи. Перша група – економічні (кількість та поведінка споживачів, кількість та поведінка конкурентів, кількість та поведінка постачальників, державна політика у сфері регулювання конкуренції). Друга група чинників, що визначають конкурентне середовище, має опосередкований вплив на його формування та функціонування. Це загальноекономічна ситуація в країні, наявність та структура ресурсів, екологічний стан, рівень інноваційності виробництва, якість та розвиненість правового поля функціонування суб'єктів господарювання, культурні традиції, цінності тощо [3].

Іноді дослідники зміст поняття «конкурентне середовище» розкривають сукупністю умов, що визначаються структурними та поведінковими показниками, які характеризують ступінь конкурентності ринку.

Особливістю сучасної конкуренції є те, що вона ведеться не без допомоги держави (на міжнародному рівні) і регулюється механізмом антимонопольного законодавства. Отже, конкуренція є найефективнішим засобом координації взаємних дій суб'єктів ринку без централізованого втручання в їх діяльність.

Отже, категорія конкурентне середовище базується на поняттях конкуренції, конкурентоспроможності підприємства й складових його внутрішнього та зовнішнього оточення. Конкурентне середовище визначається як міра гармонізації у часі й в просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства в умовах обмеженості ресурсів для задоволення власних потреб на ринку послуг.

Таким чином, сфера послуг України поступово освоює механізм ринкових відносин, що супроводжується формуванням у ній конкурентного середовища. Світовий досвід свідчить, що в умовах конкуренції жоден суб'єкт ринку послуг не може ефективно працювати без детального розуміння форм і функцій конкуренції, особливостей конкурентної стратегії.

Конкурентне середовище підприємств сфери послуг України сьогодні ще не можна назвати ефективним. Саме тому необхідно надавати виважену державну підтримку та здійснювати заходи сприяння розвитку конкурентного середовища.

Список використаних джерел:

1. *Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник.* / М. Клименко, Т. Омеляненко, Д. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2013. – 520 с.
2. *Галушка З.І. Стратегічний менеджмент: Навчально-методичний посібник.* / Галушка З.І., Комарницький І.Ф. – Чернівці: Рута, 2016. – 248 с.
3. *Петрович Й. Визначення конкурентоспроможності товарів виробничого призначення.* / Петрович Й., Катаєв А. // *Економіка України.* – 1997. – № 10. – с 30.

**СЕКЦІЯ 2.
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

UDC 339.9(477+437.6)

Ing. MICHAL FABUŠ
PhD,
prorektor pre zahraničné vzťahy,
Vysoká škola ekonomie a manažmentu verejnej správy v Bratislave,
Bratislava, Slovensko,
OKSANA FEJER
PhD,
Mukačevskej štátnej Univerzity,
Mukačevo, Ukrajina

**UKRAJINA A SLOVENSKÁ REPUBLIKA V GLOBÁLNOМ REBRIČKU:
POROVNÁVACIA ANALÝZA**

Dôležitým trendom vo vývoji modernej spoločnosti je vytvorenie jednotnej globálnej spoločnosti založenej na posilňovaní prepojenosti a vzájomnej závislosti národných ekonomík. Ekonomiky sveta sú úzko integrované a prepletené obchodom s tovarom a službami, kapitálovými tokmi (investície), pohybom obyvateľstva, výmenou technológií a v dôsledku toho tvoria globálny hospodársky systém.

S cieľom zhodnotiť efektívnosť činnosti účastníkov globálneho systému sa každoročne vytvárajú globálne medzinárodné rebríčky a indexy za účelom zaradiť krajiny podľa určitých parametrov. Všetky medzinárodné rebríčky a indexy dávajú možnosť zhodnotiť krajinu v 3 hlavných smeroch – ekonomike, politike, sociálnej sfére. Zameriame sa na analýzu ekonomík jednotlivých krajín. Hlavnými ukazovateľmi hodnotenia ekonomického rozvoja krajiny sú: Globálny index konkurencieschopnosti (The Global Competitiveness Index) a jednoduchosť podnikania (Ease of Doing Business) (tabuľka 1).

Tabuľka 1

Charakteristika indexu globálnej konkurencieschopnosti a jednoduchosti podnikania

Názov indexu / Spracovateľ	Účel	Parametre hodnotenia
Globálny index konkurencieschopnosti (The Global Competitiveness Index) / Svetové ekonomické fórum	Zhodnotiť schopnosť ekonomík poskytovať vyššiu obchodnú produktivitu a tým aj vyššie miery hospodárskeho rastu a ekonomického blahobytu národa	Kvalita inštitúcií, infraštruktúra, makroekonomická stabilita, zdravie a základné vzdelanie, vyššie vzdelávanie a odborná príprava, efektívnosť trhu s tovarom a službami, efektívnosť trhu práce, rozvoj finančného trhu, úroveň technologického rozvoja, veľkosť domáceho trhu, konkurencieschopnosť firiem, inovačný potenciál
Jednoduchosť podnikania (Ease of Doing Business) / Svetová banka	Vyhodnotiť právne predpisy týkajúce sa podnikovej regulácie	Zriaďovanie podnikov, získavanie stavebných povolení, napojenie na elektrickú sieť, registrácia majetku, získavanie úverov, ochrana minoritných investorov, zdaňovanie, medzinárodný obchod, realizácia zmlúv, riešenie insolventných problémov

Analyzujeme globálny index konkurencieschopnosti (GCI) a jednoduchosť podnikového indexu na príklade Slovenskej republiky a Ukrajiny (tabuľka 2).

Tabuľka 2

Dynamika pozícií Slovenskej republiky a Ukrajiny v rebríčku globálneho indexu konkurencieschopnosti (GCI) v rokoch 2015-2018 [1]

Krajina	2015-2016 rokoch	2016-2017 rokoch	2017-2018 rokoch	17/18 r. do 15/16 r.
Slovenská republika	67 zo 140 krajín	65 zo 138 krajín	59 zo 137 krajín	↑8
Ukrajina	79	85	81	↓2

Ukrajina v analyzovanom období stratila 2 pozície v celkovom hodnotení a slabými stránkami sú “kvalita inštitúcií”, “infraštruktúra”, “úroveň technologického rozvoja”, “inovačný potenciál”. Slovenská republika má problémy v takých oblastiach – “kvalita inštitúcií”, “efektívnosť trhu práce”, “inovačný potenciál”.

Bežnými problémami pri určení globálneho indexu konkurencieschopnosti oboch krajín sú korupcia, byrokracia, daňové sadzby a daňová regulácia. Ďalším veľkým problémom pre Ukrajinu je nestabilita vlády a realizovanej politiky.

Tabuľka 3

**Dynamika pozície Slovenskej republiky a Ukrajiny v rebríčku indexu výkonnosti podnikov
2015-2018 [2]**

Krajina	2016 rokoch	2017 rokoch	2018 rokoch	2018r. do 2016 r.
Slovenská republika	29 zo 189 krajín	33 zo 190 krajín	39 zo 190 krajín	↓10
Ukrajina	83	80	76	↑7

Ukrajina počas analyzovaného obdobia nevýznamne zlepšila svoju pozíciu v celkovom ratingu a problémy pretrvávajú pri získavaní stavebných povolení, napojení na systém dodávky elektriny, ochrany minoritných investorov, medzinárodný obchod, plnení zmlúv, riešení problémov platobnej neschopnosti. Slovenská republika v rebríčku patrí medzi 50 najlepších krajín z hľadiska jednoduchosti podnikania, ale jej slabinou zostáva otázka získavania stavebných povolení a ochrany minoritných investorov.

Všeobecne platí, že Ukrajina nevykazuje významný ekonomický prielom podľa výskumných indexov, čo môže znamenať neefektívnosť alebo nedostatok kvalitatívnych zmien v ekonomike. Slovensko ako členský štát EÚ má lepšie ukazovatele v rebríčku, ale medzi krajinami EÚ sa nachádza pozadu.

Zoznam použitých zdrojov:

1. *The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018/2017/2016>*
2. *Doing Business 2018/2017/2016 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2018/2017/2016>*

UDC 339.92(477+437.6)

Ing. MARIÁN KOVÁČ, PhD,
riaditeľ zahraničného oddelenia,
Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave,
Bratislava, Slovensko,
TATIANA TOVT
PhD,
Mukačevskej štátnej Univerzity,
Mukačevo, Ukrajina

**PRIORITY ROZVOJA UKRAJINSKO-SLOVENSKEJ CEZHRANIČNEJ
SPOLUPRÁCE**

Cezhraničná spolupráca je jedným z prioritných smerov vzájomných vzťahov medzi Ukrajinou a Slovenskou republikou. Slúži ako účinný nástroj pre európsku integráciu Ukrajiny a vytvorenie spoločnej priestorovej zóny bezpečnosti, európskych humanitárnych hodnôt na oboch stranách hranice. Veď medzi Ukrajinou a Slovenskom sú už tradične úzke vzťahy, ktoré podporujú mnohostrannú, vzájomne prospešnú spoluprácu.

Ukrajinsko-slovenský cezhraničný región pozostáva z troch administratívnych územných jednotiek: z ukrajinskej strany – Zakarpatská oblasť, zo slovenskej strany – Prešovský a Košický samosprávny kraj. Okresy Sobrance, Michalovce a Trebišov Košického kraja a okres Snina Prešovského kraja hraničia priamo s Ukrajinou a Velykobereznianský, Perečynský okres a

Užhorodský okres Zakarpatskej oblasti hraničia s Ukrajinou [1]. Ukrajinsko-slovenský cezhraničný región má rozlohu 28504 km². Dĺžka štátnej hranice je 97,85 km. Na ukrajinsko-slovenskej hranici sa nachádza 5 priechodov – 2 automobilové (Malý Berezny - Ubl'a, Užhorod - Vyšne Nemecké), 2 železničné (Pavlove - Maťovce, Čop - Čierna nad Tysou), 1 peší (Malé Selmence - Veľké Selmence) a 1 kontrolné stredisko (Užhorod). Priemerná vzdialenosť medzi kontrolnými strediskami je 19,57 km, čo zodpovedá normám EÚ [2].

Napriek malému územiu a relatívne malému počtu obyvateľov má Slovensko množstvo konkurenčných výhod: členstvo v EÚ; vstup do schengenského priestoru a menovú zónu eurozóny; rozvinutý automobilový priemysel, cestovný ruch, poľnohospodársky a farmaceutický priemysel; úspešné skúsenosti z tvorby a fungovania priemyselných parkov a euroregionálnej spolupráce [3]. To určuje Slovensko ako jedného z prioritných partnerov Ukrajiny v oblasti cezhraničnej spolupráce a predurčuje špecifiká ukrajinsko-slovenského cezhraničného regiónu.

Hlavné oblasti cezhraničnej spolupráce medzi krajinami odrážajú "Stratégiu rozvoja slovensko-ukrajinskej cezhraničnej spolupráce do roku 2020" [4]. Podľa ktorej "strategickým cieľom rozvoja spolupráce je podporovať trvalo udržateľný rozvoj a zvyšovať kvalitu života obyvateľov pohraničných regiónov na oboch stranách hranice". Hlavnými strednodobými cieľmi slovensko-ukrajinskej cezhraničnej spolupráce do roku 2020 sú:

1) zvýšenie intenzity sociálno-ekonomického rozvoja pohraničných regiónov. Na dosiahnutie tohto cieľa je potrebné: vytvoriť priaznivé podmienky pre spoločný rozvoj malých a stredných podnikov v pohraničných oblastiach; prilákanie zahraničných investícií do pohraničného pásma; zlepšenie spolupráce medzi výrobcami, sprostredkovateľmi a užívateľmi know-how; vytváranie cezhraničných klasterov.

2) zlepšenie riadenia hraníc na slovenskej a ukrajinskej strane - spoločný postup a prenos popredných postupov. Na tento účel je potrebné vykonávať: vzdelávacie a sociálne činnosti colníkov, pohraničnej stráže a zainteresovaných zástupcov verejného a súkromného sektora na oboch stranách; pravidelné monitorovať riadenie hraníc a vydávanie víz; informačné opatrenia pre cestujúcich, migrantov, žiadateľov o víza a povolení pre malý pohraničný styk (MPS); zlepšenie cezhraničnej spolupráce civilných obranných štruktúr a núdzových situácií.

3) modernizácia pohraničnej infraštruktúry. Na realizáciu tohto cieľa je potrebné implementovať: zlepšenie infraštruktúry zvýšením funkčnosti a kapacity kontrolných stredísk; zvýšenie počtu hraničných priechodov na spoločnej hranici; modernizáciu dopravných koridorov (automobilov, železníc) vedúcich k spoločnej hranici.

4) mnohorozmerný rozvoj cezhraničnej spolupráce na účely trvalo udržateľného rastu pohraničných regiónov. Predpokladá realizáciu rôznych projektov a opatrení na zvýšenie intenzity výskumno-vzdelávacej spolupráce, rozvoj cestovného ruchu, zlepšenie spolupráce v kultúrnej oblasti, zlepšenie kvality a intenzity kontaktov medzi ľuďmi.

5) podpora dohody o asociácie medzi Ukrajinou a EÚ. Realizácia tohto cieľa zahŕňa: rozvoj strategického rámca Východného partnerstva; poskytovanie technickej pomoci; spolupráca zameraná na hybné sily integračného procesu Ukrajiny: vízový dialóg a spolupráca v energetickom sektore.

6) posilnenie cezhraničného riadenia slovensko-ukrajinskej spolupráce. Táto úloha je kľúčom k úspešnému dosiahnutiu predchádzajúcich piatich cieľov, pretože sa zameriava na: vytvorenie mechanizmov na podporu cezhraničnej spolupráce; zlepšenie kvality a efektívnosti riadenia regionálneho rozvoja v pohraničnom pásme; vytvorenie príťažlivosti pohraničného regiónu; zlepšenie kvality výmeny informácií medzi cezhraničnými partnermi a informovanie verejnosti o cezhraničnej spolupráci.

Perspektívou pre regióny Ukrajiny a Slovenska je teda zmena formátu spolupráce v súlade so zásadami decentralizácie a subsidiarity. Hlavnými oblasťami cezhraničnej spolupráce sú zároveň inovatívne, rekreačné formy spolupráce, ako aj interakcia v oblasti medzinárodnej

logistiki. Preto je dôležité, aby obidve krajiny racionálne využívali existujúci potenciál spolupráce s cieľom posilniť svoje strategické partnerstvo.

Zoznam použitých zdrojov:

1. *Ukraine- Slovakia relations: developing a true strategic partnership? Elektronický zdroj / [Režim prístupu]: http://icps.com.ua/assets/uploads/images/images/eu/ukr_slovakia_rozd_a4.pdf*
2. *Oficiálna stránka Vyšehradskej skupiny. Elektronický zdroj / [Režim prístupu]: <http://www.visegradgroup.eu/about>*
3. *Міжрегіональне співробітництво України та Словаччини. Електронний ресурс / [Режим доступу]: <https://slovakia.mfa.gov.ua/ua/ukraine-sk/regions>*
4. *Стратегія розвитку словацько-українського транскордонного співробітництва до 2020 року. – Кошице – Пряшів – Ужгород. – 2014. – 77 с.*

УДК 338.2(043.2)

А.В. БАЛАБАНИЦЬ

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту,
Маріупольський державний університет,
м. Маріуполь, Україна

**НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ ЯК ДОМІНАНТНА ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ**

Особливості сучасного буття України виводять у ранг найважливіших завдань формування та усвідомлення національних інтересів як базових засад послідовної й цілеспрямованої політики щодо забезпечення національної безпеки країни. Актуальність проблем забезпечення фінансово-економічної безпеки держави пов'язана з економічними проблемами України на сучасному етапі розвитку: зростанням зовнішнього та внутрішнього боргу країни, підвищенням рівня інфляції, збільшенням обсягів зобов'язань суб'єктів господарювання, нестабільністю системи державних фінансів тощо.

Вагомий внесок у розвиток науки про дослідження ролі національних інтересів у системі державного управління економічною та фінансовою безпекою зробили такі вчені, як: З. Варналій [1], Т. Васильців [2], В. Горбулін [3], Б. Губський [4], М. Єрмошенко [5], Т. Іванова [6], А. Качинський [3], Г. Ситник [7], О. Шатило [8] та ін.

І хоча проблема вже достатньо висвітлена у наукових працях, вона залишається об'єктом гострих теоретичних дискусій, особливо у контексті системних змін міжнародних відносин.

Формування і реалізація національних інтересів є предметом особливої уваги державних інститутів, політичних партій, суспільства у цілому. Це складний і багатоступеневий процес, який потребує об'єднаних зусиль науковців і практичних політиків. Цей процес повинен бути добре організованим, з чітким уявленням про його структурні та функціональні елементи, прямі й зворотні зв'язки між ними.

На рисунку 1 представлена парадигма забезпечення фінансово-економічної безпеки у контексті національних інтересів держави.

Слід зазначити, що держава та її інститути (вищі органи державної влади та посадові особи, функціональні й галузеві міністерства, відомства, місцеві державні адміністрації, податкові, прикордонні, митні та інші правоохоронні органи); органи місцевого самоврядування виступають головними суб'єктами забезпечення економічної безпеки. Також у забезпеченні економічної безпеки держави беруть участь суб'єкти недержавної системи, представлені приватними господарськими організаціями та

інститутами громадянського суспільства у вигляді політичних партій, профспілок та безпосередньо громадян України.

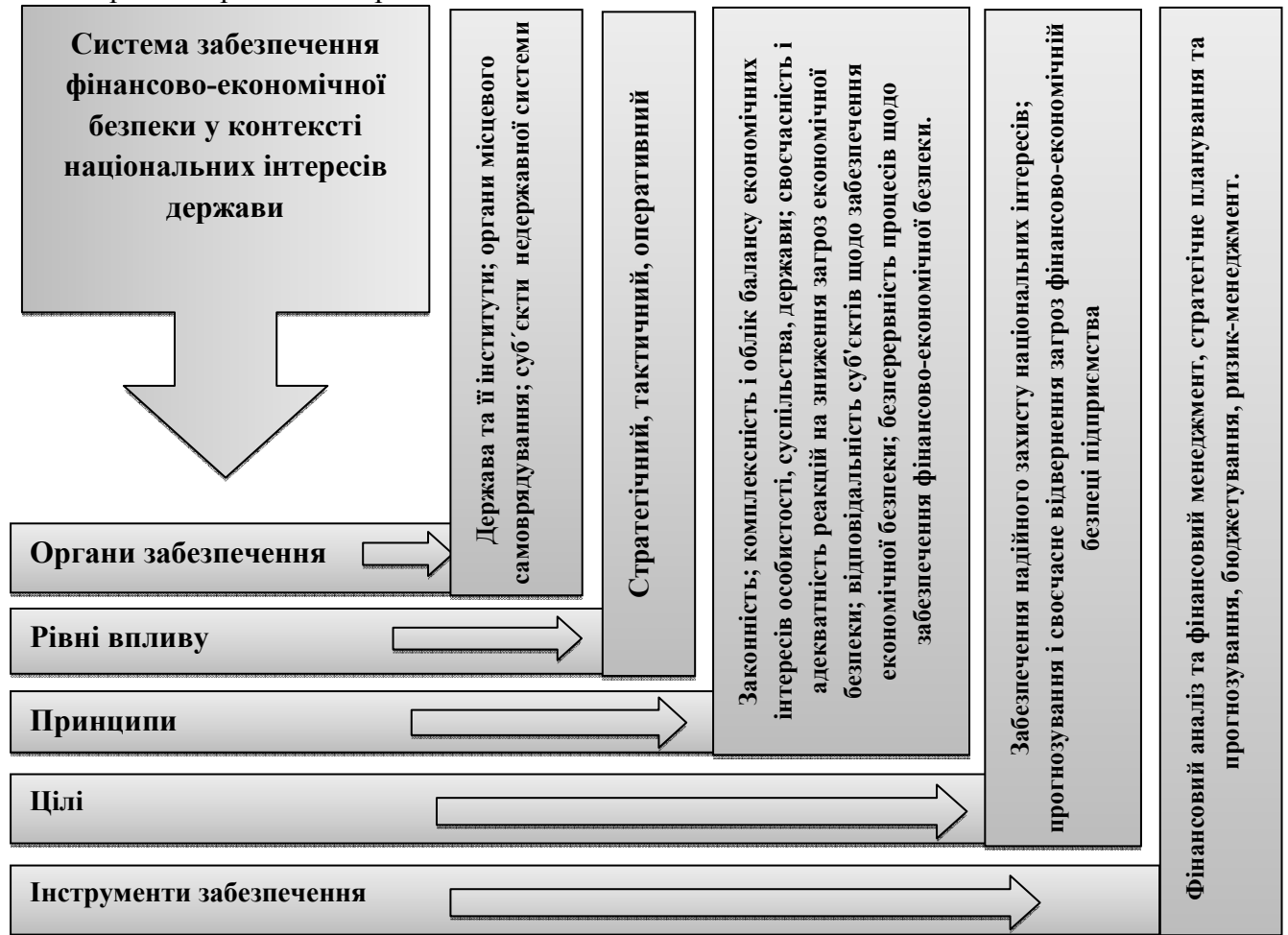


Рис. 1. Парадигма забезпечення фінансово-економічної безпеки України в контексті національних інтересів держави

Нормативно-правову базу, що визначає основні функції держави із забезпечення економічної безпеки України, становлять Конституція України, Концепція національної безпеки України, Стратегія національної безпеки України, закони України «Про основи національної безпеки України», «Про Раду національної безпеки і оборони України» та ін.

У Законі «Про основи національної безпеки України» [9], наголошено, що політика держави повинна бути спрямована на захист національних інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз в усіх сферах життєдіяльності і гарантування безпеки особи, суспільства і держави.

Суб'єкти державної системи розробляють, затверджують і реалізують основні напрямки державної політики національної безпеки України в економічній сфері. Основними з них є [9, ст. 8]:

- забезпечення умов для сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки;
- прискорення прогресивних структурних та інституціональних змін в економіці, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення ефективності інвестиційних процесів;
- стимулювання випереджального розвитку наукоємних високотехнологічних виробництв;
- вдосконалення антимонопольної політики; створення ефективного механізму державного регулювання природних монополій;

- забезпечення збалансованого розвитку бюджетної сфери, внутрішньої і зовнішньої захищеності національної валюти, її стабільності, захисту фінансового ринку;
- забезпечення продовольчої безпеки; захист внутрішнього ринку від недоброякісного імпорту – поставок продукції, яка може завдавати шкоди національним виробникам, здоров'ю людей та навколишньому природному середовищу тощо

Держава на основі стратегічних і тактичних дій реалізує заходи щодо захисту національних економічних інтересів, зменшення негативного впливу іноземних підприємств на національну економіку, окремі сфери економічної діяльності, окремі підприємства тощо.

Основними цілями механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки є: забезпечення надійного захисту національних інтересів; прогнозування і своєчасне відвернення загроз фінансово-економічній безпеці підприємства.

Вважаємо, що основним критерієм економічної безпеки є здатність економіки країни зберігати та підвищувати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки повинно здійснюватися на основі наступних принципів: законність; комплексність і облік балансу економічних інтересів особистості, суспільства, держави; своєчасність і адекватність реакцій на зниження загроз економічній безпеці; відповідальність суб'єктів щодо забезпечення економічної безпеки; безперервність процесів щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки.

Основними інструментами забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства в сучасних умовах є фінансовий аналіз та фінансовий менеджмент, включаючи фінансове планування і прогнозування, бюджетування, ризик-менеджмент.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що національні інтереси є фундаментальною основою економічної політики і їх захист є домінуючою основою забезпечення національної безпеки країни. Фінансово-економічна безпека через призму національних інтересів досягається здійсненням єдиної, узгодженої, збалансованої, скоординованої системи заходів, адекватних внутрішнім та зовнішнім загрозам. Без створення єдиної системи фінансово-економічної безпеки, спрямованої на реалізацію національних інтересів неможливо домогтися виходу з кризи, стабілізувати економічну ситуацію, створити ефективні механізми соціального захисту населення, зміцнити міжнародну позицію.

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення [Текст]: монографія / З.С.Варналій, Д.Д.Буркальцева, О.С.Саєнко. – К.: Знання України, 2011. – 299 с.
2. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення [Текст]: монографія / Т. Г. Васильців. – Львів: Арал, 2008. – 384 с.
3. Горбулін В. П. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки [Текст]: монографія / В. П. Горбулін, А. Б. Качинський. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.
4. Губський Б.В. Економічна безпека України: методологія виміру, стан і стратегія забезпечення [Текст]: монографія / Б.В.Губський. – К.: [б.в.], 2001. – 122 с.
5. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення [Текст]: монографія / М.М. Єрмошенко. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2001. - 309 с.
6. Іванова Т.В. Державне управління еколого-економічною безпекою як умова сталого розвитку України [Текст] : дис. ... д-ра наук з держ. упр. : 25.00.02 / Іванова Тамара Вікторівна ; Акад. муніцип. упр. – К., 2011. – 406 с.
7. Ситник Г. П. Національна безпека України: теорія і практика [Текст] : монографія / Г. П. Ситник, В. М. Олуйко, М. П. Вавринчук; за заг. ред. Г. П. Ситника. – Хмельницький.: Вид-во ХУУП, 2007. – 669 с.

8. Шатило О.А. *Механізми забезпечення національних інтересів в інвестиційній сфері гео економічних процесів [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 «Механізми державного управління» / О.А.Шатило; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. - К., 2011. - 20 с.*

9. *Про основи національної безпеки України: Закон України від 19.06.2003 р. № 964-IV // Відомості Верховної Ради України.- 2003.- № 39. -Ст. 351.*

10. *Про стратегію національної безпеки України: Указ Президента України від 12 лют. 2007 р. № 2105/2007 // Уряд, кур'єр. – 2007. – № 2/43. – 7 березня.*

УДК 339.92:338.2(477)(043.2)

В.М. БОБРОВНИК

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Чернова О.В.,

Університет державної фіскальної служби України,

м. Ірпінь, Україна

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

ТНК почали активний розвиток ще з середини 80-х років, що, як наслідок, дозволяє констатувати наявність 83 тис. таких компаній в усьому світі, які, в свою чергу, мають більш ніж 825 тис. філій за кордоном. Така чисельність підкріплюється потужною мережею місцевих фірм і компаній, котрі є їх партнерами на тих чи інших ринках.

Сукупні активи іноземних філій ТНК в економіці України вже досягли розміру в 68,7 млрд. дол. США, обсяг міжнародного виробництва сягає 31,2 млрд. дол. США, а загальний обсяг їх експорту 5,7 млрд. дол. США [1].

В той же час, сукупні активи 200 найбільших підприємств України оцінюються в 57,1 млрд. дол. США, а їх оціночна вартість складає 22,2 млрд. дол. США. Дохід даних компаній за даними 2016 року сягав 51,9 млрд. дол. США. В свою чергу, прибутковими з числа 200 найбільших компаній України стали лише 118, які спромоглися показати суму чистого прибутку 2,24 млрд. дол. США [2]. Тож, порівняння розвитку українських та іноземних компаній свідчить на користь іноземного капіталу та доміантного позиціонування саме ТНК в економіці України.

Такі розміри активів є загрозою для економіки України з огляду на розмір прийнятого розміру державного бюджету у 2017 році, який складає 27,3 млрд. дол. США і є меншим від статків багатонаціональних корпорацій функціонуючих на вітчизняній території майже в 2,5 рази. Сукупністю підприємств України було сформовано показник валового внутрішнього продукту у 2016 році в розмірі 99,3 млрд. дол. США, що дозволяє зробити висновок стосовно питомої ваги діючих іноземних корпорацій в загальному вітчизняному виробництві, яка складає 27,5%. Тож багатонаціональні корпорації чинять чималий вплив на економіку України з огляду на фінансові результати участі у внутрішньо-ринкових процесах.

Науковцями та практиками сучасності стверджується об'єктивна доцільність свободи діяльності ТНК на території України, адже це відкриває можливості залучення іноземних інвестицій. Більш того, створення сприятливої інвестиційної привабливості є пріоритетним завданням вітчизняного сьогодення, від вирішення якого буде залежати соціально-економічний розвиток та якість модернізації [3].

Загалом обсяг прямих іноземних інвестицій (далі ПІІ) в економіку України у 2016 році склав 37,7 млрд. дол. США, що є менше рівня попередніх 5-ти років. Зменшення пояснюється деструктивними змінами в геополітичному стані держави перш за все, адже окупованою є територія Криму та фактично здійснюється проведення антитерористичної операції на Сході країни, що створює негативні тенденції в сенсі інвестиційної

привабливості. ПІІ за даними 2016 року надходили з 93 країн світу, серед яких чільне місце з огляду на питому вагу обсягів інвестицій займають: Кіпр – 9,7 млрд. дол. США, Нідерланди – 5,7 млрд. дол. США, Російська Федерація – 4,3 млрд. дол. США, Велика Британія – 2,1 млрд. дол. США та Німеччина – 1,6 млрд. дол. США (рис. 1) [4].

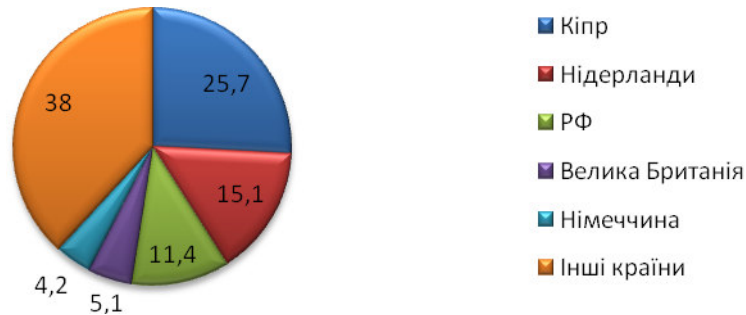


Рис. 1. Структура прямих іноземних інвестицій в економіку України за країнами за 2016 р., %

Прямі іноземні інвестиції з боку ТНК є більш практично доцільними для економіки країни, ніж державні кредити та позики через їх зміст та якість. ПІІ ТНК в економіку України не є додатковим надходження виключно капіталу, а представлені унікальністю поєднання фінансових ресурсів, функціонального та управлінського досвіду, інноваційних технологій, доступу до ринків, які є опанованими відповідними корпораціями.

Доцільним є зазначити в контексті інвестування перелік ТНК, які вклали інвестиції у дочірні компанії і спільні підприємства в Україні у 2015 році з означенням країни походження. Відтак, лідером в сфері інвестування в розвиток власного бізнесу є McDonald's Corporations (США, харчова промисловість) з обсягом інвестицій в 7,4 млн. дол. США., Nestle S.A. (Швейцарія, Глобальні та національні проблеми економіки 91 харчова промисловість) – 6,7 млн. дол. США, British American Tobacco (Велика Британія, тютюнова промисловість) – 6,2 млн. дол. США [2].

ТНК чинять значний вплив на вітчизняну економіку, зважаючи на інтереси капіталу як основи інституту підприємництва, який підкріплюється маніпуляціями в сферах економічного, нормативно-правового та соціального забезпечення. Індикатором присутності капіталу потужних фінансово-промислових утворень іноземного походження в економіці будь-якої країни є індекс транснаціоналізації економіки приймаючої країни (Transnationality index of host economies), який введено у 1990 році Конференцією ООН з торгівлі і розвитку. Відповідна динаміка зазначеного індексу для економіки України відображена в рисунку 2.

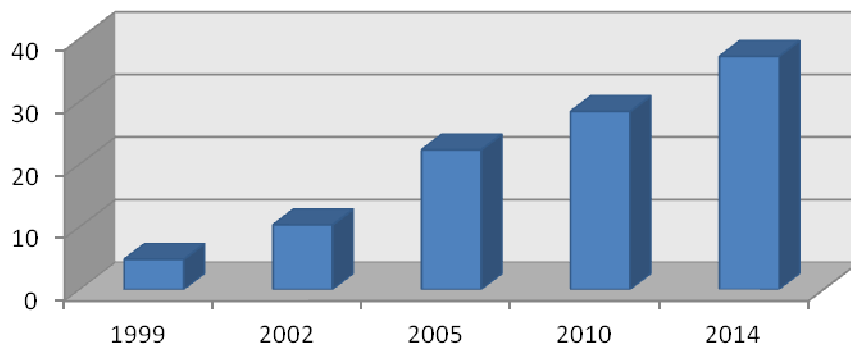


Рис. 2. Динаміка індексу транснаціоналізації економіки України, % [5]

Згідно відображених на рисунку 2 даних фактичним є стан динамічного прогресу присутності капіталу ТНК в економіці України, який за досліджуваний період в якості індексу зріс у 8 разів. В свою чергу, досліджуваний показник є відображенням збільшення іноземних фінансово-промислових утворень, які інвестують капітал в українську економіку шляхом розміщення своїх дивізій та дочірніх підприємств. Власне означеною є величина охоплення економіки України іноземними ТНК, яка сягає 37,2%.

О. Чурилова зазначає, що українські виробники мають обмежені можливості розвитку через вплив на них саме іноземних ТНК. В першу чергу, неконкурентоспроможність вітчизняних підприємств виражається в тому, що іноземні корпорації можуть дозволити собі працювати в площині збитковості в окремому регіоні за рахунок компенсації їх в інших філіях. По-друге, вони забезпечують собі потужний юридичний та політичний імунітет, трансформуючи особливості ведення бізнесу в Україні в переваги. І, в решті, ТНК мають беззаперечні маркетингові переваги та рекламні можливості [6].

Проте українська економіка не повинна уникати впливу багатонаціональних компаній, проте має бути сформованим певний механізм регулювання їх діяльності, котрий направлений перш за все на забезпечення паритетної рівності розвитку вітчизняного виробництва та інвестованого ТНК.

Таким чином, існує доцільність залучення ТНК до діяльності в українських умовах, що відкриває безліч переваг. На разі необхідним є формування державного законодавства, яке б формувало певні гарантії добробуту для іноземних компаній та площину функціональних обмежень з метою координації впливу на економіку країни в цілому та суб'єкти підприємницької діяльності зокрема. Більш того, варто створювати українські ТНК як противажний механізм панування іноземного капіталу та конкурентної паритетності вітчизняного виробництва. Національний капітал здатен витримувати жорстку конкуренцію в глобальному масштабі за умови формування потужних фінансово-промислових груп, які здатні провадити активну зовнішньоекономічну політику.

Список використаних джерел:

1. Немировська О.В. Аналіз та оцінка економічної діяльності ТНК в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Немировська // Ефективна економіка. – 2014. – № 12. – Режим доступу: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3643.
2. 200 найбільших компаній України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/ratings>.
3. Чумак Н.В. Проблемні аспекти діяльності транснаціональних корпорацій в Україні [Електронний ресурс] / Н.В. Чумак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 9. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/148.pdf>.
4. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Transnationally index of host economies [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/SearchCenter>
6. Чурилова О.А. Деякі тенденції розвитку транснаціональних корпорацій в Україні [Електронний ресурс] / О.А. Чурилова, О.І. Антоненко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – 2011. – № 1(10). – Режим доступу: <file:///C:/Users/User/Downloads/29252-54513-1-PB.pdf>.

УДК: 656.61:338.1(477)

Н.Т. ГРИНІВ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу і логістики,

Ю-О.І. ГЕЛЕЙ

магістр,

Н.В. СКОЧИЛЯС

магістр,

Національний університет «Львівська політехніка»,

м. Львів, Україна

ПОТЕНЦІАЛ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

Сьогодні питання розвитку транзитного потенціалу України надзвичайно актуальні у зв'язку з дією Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, в якій є ряд положень відносно роботи морської та річкової галузі. Ця угода визначає принципи лібералізації сектору транспортних послуг. Так, в галузі міжнародних морських перевезень встановлюється режим найбільшого сприяння суднам, які ходять під прапорами України або країн-членів ЄС, або знаходяться в управлінні провайдера послуг, зареєстрованого в цих державах. Це, в тому числі, розповсюджується на такі сфери, як доступ до портів, використання інфраструктури та портових послуг, а також послуг по обробці морських вантажів [1, с. 28].

Морський транспортний комплекс є багатофункціональною структурою, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні. Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на напрямках міжнародних транспортних коридорів. Від ефективності функціонування морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку.

В Україні, як і в усьому світі, нині зростає попит на перевезення внутрішнім водним транспортом. Загальна довжина судноплавних річок України, які використовуються як водні шляхи, становить 2241 км. Вантажовласники в умовах економічної нестабільності, зростання цін на паливо, збільшення випадків перебоїв у роботі залізничного та автомобільного транспорту через конфлікт на сході країни намагаються скоротити транспортні витрати та покращити логістику перевезень [2].

Отже, постає передусім завдання та ціль перенести значну частину вантажопотоку на річку, оскільки річковий транспорт має низку переваг перед іншими видами вантажоперевезень, і насамперед – це економічність.

Україна зацікавлена в повній реалізації всього комплексу заходів і проектів, передбачених Стратегією ЄС. В першу чергу, це проект «Дунай-Чорне море», який у випадку реалізації стане важливим елементом мережі міжнародних транспортних коридорів. Його внесено в перелік внутрішніх водних шляхів міжнародного значення (водний шлях категорії E 80-09) Європейської угоди про найважливіші внутрішні водні шляхи міжнародного значення. Проектом передбачено двосторонній цілодобовий круглорічний рух суден, що забезпечується відповідністю системи управління рухом суден міжнародним стандартам ЄС і міжнародним конвенційним вимогам.

З відновленням українського судового ходу через Кілійське гирло Дунаю (Кілійське гирло - найбільший рукав дельти Дунаю (басейн Чорного моря), власний глибоководний шлях, що з'єднує річку Дунай із Чорним морем) судноплавні компанії отримають можливість вибору в залежності від ситуації оптимального варіанту маршруту плавання на Нижньому Дунаї. – або через Сулинський канал в Румунії, або через гирло

Бистре в Україні. Стійке функціонування українського глибоководного суднового ходу також буде сприяти формуванню умов здорової конкуренції, виваженій тарифній політиці, підвищенню якості обслуговування, оптимізації пропускної здатності у сполученні Дунай-Чорне море, збільшенню вантажних потоків через українські порти на Дунаї та його гірлі [1, с. 28].

З точки зору суспільних переваг, розвиток річкового транспорту в Україні та включення його в систему мультимодальних перевезень дозволить не тільки знизити енергетичні витрати та скоротити шкідливі викиди в атмосферу, але й транспортувати товари суднами типу «ріка-море» між великими промисловими центрами країни та чорноморськими портами без додаткового перевантаження [3].

Для України необхідними умовами розвитку водного транспорту у відповідності до стратегії ЄС є:

- створення обґрунтованих діючих механізмів державного регулювання і сприяння у вирішенні транспортних проблем;
- підвищення рівня безпеки судноплавства;
- створення умов для скоординованого та узгодженого розвитку мультимодальних перевезень через порти України в країни ЄС, Чорного і Середземного морів;
- модернізація флоту для підтримання належних умов міжнародних перевезень, забезпечення швидкісного руху, якісного сервісу та гарантій безпеки;
- активізація міжнародної співпраці та покращення іміджу України на міжнародному ринку транспортних послуг;
- розроблення інвестиційних програм та залучення інвестицій для проведення модернізації лоту і портів;
- залучення та наступне відновлення вантажопотоків через українські порти;
- удосконалення нормативно-правової і законодавчої бази і припинення дискримінаційних дій з боку інших країн по відношенню до суден під прапором України при перевезеннях в порти «третіх» країн.

Україна має великий і нереалізований потенціал перевезень річковим транспортом. Перспективними регіонами для розвитку річкової навігації традиційно залишаються дві найбільші річки – Дніпро та Дунай. Розвиток інфраструктури та оновлення річкового флоту, ухвалення низки законодавчих ініціатив, спрямованих на спрощення роботи річкових перевізників, може стати додатковим фактором активізації економічної активності в Україні. З огляду на перспективність розвитку річкового сполучення в західному напрямі, актуальним є реалізація інфраструктурних проєктів у партнерстві України та країн – членів ЄС [4].

Розвиток водного транспорту, як одного з найважливіших факторів прискореного розвитку економіки й інтеграції України у світову економічну систему, передбачає наявність сучасного морського та річкового українського флоту, конкурентоспроможного на світовому фрахтовому ринку, здатного забезпечити потреби народу України та фрахтову незалежність національної зовнішньої торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Чалый Д. Потенциал и проблемы ЧАО «Украинское Дунайское пароходство» в реализации стратегии ЕС для Дунайского региона. *Международный морской журнал «Судоходство»*. 2019. №3 (171). С. 26- 30.
2. Інформація про водний транспорт України. URL: <https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-vodniy-transport-ukraini.html> (дата звернення: 29.03.2019).
3. Семенов В.Ф. Сучасні умови та проблеми розвитку водного транспорту України. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1969/1/.pdf> (дата звернення: 29.03.2019).

4. Гуржій Н.М., Городова А.В., Одинець Т.Є. Річковий транспорт України: проблеми та перспективи розвитку. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/11.pdf (дата звернення: 29.03.2019).

УДК 336.1:7:338.2

І.О. ДОЦЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

МОДЕРНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Україна зараз перебуває в стані політичної та економічної криз, фінансово нестабільних сфер та ланок фінансової системи, спостерігається непропорційний розвиток фінансової системи, скорочення ВВП, зменшення економічної активності. Фінансова система покликана вирішувати суспільні завдання, сприяти розвитку фінансових відносин та економіки загалом, але вона має ряд проблем, які необхідно вирішувати для підвищення ефективності реалізації фінансової політики, нормалізації соціально-економічних процесів у державі.

Для їх вирішення необхідна стабілізаційна фінансова політика, яка полягає у встановленні макроекономічної рівноваги в економіці за рахунок комбінації рівня інфляції, виробництва та рівня зайнятості, а також модернізації фінансової системи.

Фінансова система відіграє ключову роль у формуванні економічного добробуту домогосподарств, суб'єктів господарської діяльності, здійснює обслуговування національної економіки та забезпечує підтримку сталого економічного зростання. За умов кризових процесів, порушень у внутрішній структурі фінансової системи, глобалізації та євро інтеграційного вектору суспільства необхідною є модернізація фінансової системи.

Модернізація фінансової системи повинна враховувати національні інтереси, позитивний зарубіжний досвід та вимоги світової спільноти. Сучасний стан економічних перетворень зумовлює врахування зарубіжного досвіду в частині посилення ефективності бюджетного впливу на соціально-економічний розвиток країни, якісного рівня фінансово-бюджетного прогнозування, державного фінансового контролю, проведення дієвої грошово-кредитної політики.

Основа модернізації фінансової системи закладено із створенням, у 2014 році, Національної ради реформ, яка складається з представників всіх зацікавлених сторін та є майданчиком для пошуку консенсусу і прийняття рішень. Основними завданнями Національної ради реформ є визначення пріоритетів реформ, координація дій із реформування, моніторинг реалізації та досягнення цілей реформ. Рішення Національної ради реформ приймаються за умови консенсусу всіх учасників, що забезпечує узгодженість позицій у процесі реформ [1].

Оскільки модель функціонування фінансової системи в Україні є банкоцентричною, то нестабільні явища в економіці сильно відбиваються на ньому. Так, на сьогодні, проблемами для банківського сектору стало різке зростання долі проблемних активів на балансах банків, суттєвий відтік депозитних ресурсів, введення жорстких адміністративних заходів у зв'язку із військовим конфліктом та економічною кризою, висока доларизація кредитів та депозитів, незбалансована база активів та пасивів банків.

Для вирішення економічних проблем країни необхідно перш за все стабілізувати та забезпечити розвиток банківських фінансових інституцій. Угода асоціації з ЄС передбачає реалізацію наступних напрямів: дерегуляція на ринках небанківських

фінансових послуг та спрощення регуляторного середовища, підвищення ефективності державного нагляду, захист інтересів споживачів фінансових послуг, розвиток небанківських фінансових установ. Особливу увагу слід приділити розвитку конкурентоспроможної інфраструктури фінансових інституцій [2].

В контексті Програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року заплановано ряд заходів: монетарна політика на основі інфляційного таргетування, забезпечення гнучкого валютного курсу, зниження вартості грошей, модернізація системи регулювання та нагляду, підвищення прозорості фінансових ринків, очищення ринків від проблемних активів, забезпечення розвитку інструментів фінансового ринку, удосконалення системи оподаткування учасників фінансових ринків, покращення координаційної роботи, застосування новітніх технологій, підвищення фінансової грамотності населення та стандартів захисту прав споживачів [3].

Аналізуючи проблеми світової фінансової кризи, експерти, науковці, лідери провідних розвинених країн неодноразово акцентували увагу на гіпертрофованій ролі фінансового сектору та недоліках у його регулюванні. Варто звернути увагу на те, що в країнах ЄС змінюється структура наглядових органів, посилюється взаємозв'язок всіх складових фінансового сектору (фінансових інститутів, регуляторних, наглядових органів; фінансового ринку; фондового ринку); утворюються фінансові конгломерати, що об'єднують різні ринки фінансових послуг; посилюється координація зусиль та відповідальність наглядових органів в умовах інтеграції міжнародних фінансових ринків.

Зазначені тенденції мають пряме відношення до формування управлінської та інституційної фінансової інфраструктури. В Україні теж здійснюються певні кроки в частині удосконалення фінансової системи та її інфраструктури.

Комплексні підходи з нагляду за розвитком і функціонуванням фінансового сектора були запропоновані робочою групою, утвореною при Національному банку України. Нею виокремлено чотири варіанти регулювання та нагляду за фінансовим сектором, які доцільно врахувати під час модернізації фінансової інфраструктури: здійснювати подальшу розбудову існуючих регуляторів, створити окремий мегарегулятор з покладанням на нього повноважень в частині здійснення регулювання та нагляду за банківськими, небанківськими фінансовими установами, ринком цінних паперів; створення мегарегулятора при Національному банку України та розширення функцій Національного банку України як мегарегулятора; впровадити у фінансову систему діяльність двох окремих органів регулювання та нагляду (Служби фінансового моніторингу при НБУ та Регулятора фінансового ринку, як окремої структури в складі Міністерства фінансів) [4].

З огляду на зазначене, доцільним є підвищення рівня ефективності системи державного управління, мінімізація економічних та інституційних ризиків. Важливим є формування довгострокової фінансової стратегії, що сприятиме збалансованості та узгодженості перспективних макроекономічних цілей.

Разом з тим, в умовах сучасних економічних перетворень, важливим є поглиблення розкриття сутності державного фінансового регулювання у якості інструменту економічного розвитку, удосконалення інституційних засад фінансової політики країни, активізація процесів залучення інвестицій. Потребують підвищення ефективності механізми впливу держави на економічні процеси з урахуванням періодів дії фінансових інструментів та важелів.

Підвищення обґрунтованості економічних рішень у сфері модернізації фінансової системи потребує удосконалення інструментарію з використанням сукупності стохастичних методів. Доцільним є визначення взаємозалежностей між макроекономічними показниками, у тому числі валовим внутрішнім продуктом, експортом, імпортом, курсом національної валюти, індексом споживчих цін, складовими доходної частини зведеного бюджету. Виявлено інституційні та макроекономічні

чинники, які знижують якісний рівень прогнозування основних показників розвитку бюджетних відносин, зокрема рівень тіньової економіки, залежність темпів росту валового внутрішнього продукту від експорту сировинних ресурсів, значна кількість змін у сфері оподаткування. Інститут власності є дієвим інструментом довгострокового розвитку економіки, структура власності впливає у середньо- та довгостроковому періоді на обсяг інвестицій та ефективність функціонування фінансової системи. Необхідним є підвищення рівня фінансового контролю для державних підприємств, ефективності діяльності держави як власника активів та управлінського суб'єкта, що позитивно вплине конкурентоздатність економіки країни.

Для посилення бюджетної результативності вагомим є забезпечення подальшого розвитку програмно-цільового методу в бюджетному процесі, який має здійснюватися на основі запровадження стратегічного та середньострокового бюджетного планування, ґрунтуватись на ретельному аналізі оптимально необхідного обсягу видатків для фінансування бюджетної програми, здійснення контролю за досягненням мети цієї програми. Розробка заходів фінансової політики залежить від поставлених завдань, які потребують вирішення на певному етапі суспільного розвитку. Необхідним є посилення рівня взаємозв'язку прогнозування показників бюджету із пріоритетними напрямками соціально-економічного розвитку країни, розширення можливостей застосування монетарних, бюджетних, податкових, митних, тарифних інструментів регулювання для досягнення визначених цілей державної фінансової політики.

Одним із основних елементів системи управління дефіцитом бюджету є джерела залучення коштів. Найбільш прийнятним методом є саме державні запозичення на ринку цінних паперів. Саме ці інструменти забезпечили фінансування дефіциту бюджету пройшовши певний процес розвитку та удосконалення, набувши доведеної форми. Державні цінні папери можна визначити як потужний регулятор фінансово-кредитного середовища держави, забезпечуючи досягнення рівноваги між дохідною і видатковою частинами державного бюджету. Це пояснюється наступними характеристиками: боргові інструменти формують фінансові ринки більш повними; утворюють сигнали для ефективного інвестування, тобто перерозподіл фінансових ресурсів; активні ринки облігацій забезпечують ліквідність інструментів, тим самим створюють можливість хеджування ризиків для зменшення витрат; ринок облігацій пропонує домогосподарствам альтернативи банківським депозитам.

Таким чином, в умовах сьогодення модернізація фінансової системи країни повинна поєднувати інноваційні та соціальні фінансово-бюджетні складові, що забезпечить якісне функціонування системи фінансів. Необхідним є використання інструментів та важелів фінансової політики не тільки для досягнення короткострокової макроекономічної стабілізації, але й для створення сприятливих умов для забезпечення економічного розвитку на довгостроковій основі. З метою реалізації зазначеного слід поступово змінювати структуру державних видатків, в тому числі бюджетних шляхом зростання частки продуктивних видатків та обмеження непродуктивних при підвищенні якісного рівня функціонування бюджетних інститутів.

Отже, модернізація фінансової системи передбачає передусім проведення стабілізаційної політики, посилення заходів нагляду та контролю, координації діяльності сфер та ланок фінансової системи, що сприятиме пошквалюванню учасників фінансової системи та економічній стабілізації. Крім того, важливо сформулювати дієвий фінансовий механізм, який буде забезпечувати реалізацію фінансової політики, та розробити стратегічну фінансову політику.

Список використаних джерел:

1. Про Національну раду реформ : офіційний сайт Національної ради реформ. URL: <https://reforms.in.ua/ua/storinka/pro-nacionalnu-radu-reform> (дата звернення: 28.03.2019)

2. Клименко К. В. *Актуальні проблеми модернізації фінансової системи України. Ефективна економіка. №7. 2015. С. 52-63.*

3. *Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року : офіційний сайт Національної ради реформ. URL: <http://reforms.in.ua/Content/download/Reforms/Financial%20sector/Complex%20program%20finance%20v4.pdf> (дата звернення: 29.03.2019).*

4. *Фінансовий моніторинг: офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=74279 (дата звернення: 28.03.2019).*

УДК 351.72:336.27(477)(043.2)

О.Я. ЗАГОРЕЦЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій,

Р.І. КОЗЕВИЧ

студент ОС «бакалавр»,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ – ЕКОНОМІЧНА ЗАГРОЗА РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Проблеми внутрішньої та зовнішньої заборгованості одна з ключових проблем управління державними фінансами. Державний борг є важливим макроекономічним важелем регулювання економіки за умови забезпечення ефективного функціонування внутрішнього ринку державних цінних паперів та розширення доступу до міжнародного ринку капіталу [1].

Державний борг в Україні — загальна сума заборгованості держави, яка складається з усіх випущених і непогашених боргових зобов'язань держави, включаючи боргові зобов'язання держави, що вступають в дію в результаті виданих гарантій за кредитами, або зобов'язань, що виникають на підставі законодавства або договору про борг [3]. У найближчі півтора року Україна чекає пік виплат за борговими зобов'язаннями: уряд має повернути майже \$10 млрд лише валютного боргу. Високий рівень заборгованості, зростаючий тиск боргових виплат на Державний бюджет та складність механізму управління боргом вимагають структурного аналізу державного боргу [2].

З точки зору оцінювання економіки країни та економічних загроз для суспільства важливим є не тільки абсолютна величина державного боргу, а відсоткове відношення державного та гарантованого державою боргу до величини ВВП. Згідно з маастрихтськими домовленостями допустимим вважається державний борг що не перевищує 60% від ВВП. На засіданні Ради було зазначено, що Україна має високе співвідношення державного та гарантованого державою боргу до ВВП – 72% [3].

Державний зовнішній борг	100%	1101898 млн.грн.
Державний внутрішній борг	100%	764657 млн.грн.
Гарантований державний зовнішній борг	100%	295170 млн.грн.
Гарантований державний внутрішній борг	100%	10193 млн.грн.
Всього		2171917 млн.грн.

Рис. 1. Загальний державний борг України, млн. грн.

За умовами залучення коштів розрізняють внутрішній та зовнішній борг. Внутрішній державний борг — це сукупність зобов'язань держави перед своїми громадянами (резидентами), які придбали за готівку державні цінні папери (внутрішні

державні облигації) або надали державі кредити в тій чи іншій формі. Зовнішній державний борг - сукупність боргових зобов'язань держави, що виникли в результаті запозичень держави на зовнішньому ринку [2].

Міністерство фінансів України змушене йти на перекредитування, щоб отримати кошти для погашення існуючого боргу. За великого обсягу нагромадженого державного боргу стає складним завданням: зміцнення довіри громадян до національної валюти, протидії інфляційним процесам, нагромадження та забезпечення країни валютними резервами, конвертованості національної грошової одиниці. Все це може призвести до девальвації національної грошової одиниці та збільшення платежів з обслуговування державного боргу.

Основними проблемами формування та управління зовнішнім державним боргом на сучасному етапі в Україні є:

- недосконале законодавство у частині регулювання відносин, що виникають в процесі управління зовнішнім державним боргом;
- відсутність чіткого розмежування повноважень державних органів щодо управління зовнішньоборговими зобов'язаннями держави;
- неефективне розміщення зовнішніх позик, відсутність безпосередніх зв'язків із напрямком використання зовнішніх позик та джерелом їх погашення;
- неефективна валютна структура зовнішнього боргу;
- неналежна увага до залучення зовнішніх позик з метою інвестування в інноваційні, високотехнологічні, високодохідні проекти;
- відсутність дієвого контролю за формуванням та погашенням зовнішнього боргу тощо [4].

Динамічне зростання обсягів державного зовнішнього боргу України на фоні дефіцитного державного бюджету, скорочення надходжень від експорту та зменшення золотовалютних резервів не лише викликає занепокоєння, а й вимагає негайних структурних змін в економіці, подолання корупції, скорочення видатків бюджету та створення ефективної системи управління та моніторингу державного боргу і валового зовнішнього боргу України.

Водночас позитивним є оприлюднення проекту Закону України «Про податок на виведений капітал». Податком на виведений капітал оподатковуватимуться лише ті кошти, які виводяться з бізнесу. Водночас кошти, що реінвестуються в бізнес, і прибуток, який лишається в обороті підприємств, не оподатковуються. Ставка податку залежно від об'єкта оподаткування становитиме 20%, 15% та 5%. Ці кошти можна скеровувати на сплату боргу.

Вважаємо що Україна має внутрішні резерви та можливостей для погашення державного боргу за умови грамотної державної політики.

Список використаних джерел:

1. Молдован О.О. Бюджетна політика в Україні в умовах ризиків сповільнення економічної динаміки: аналітична доповідь / О.О. Молдован, С.О. Біла, О.В. Шевченко, М.О. Кушнір, Т.А. Тишук, Н.С. Медведкова [за ред Я.А. Жаліла]. – К: НІСД, 2012 – 25 с.
2. Експрес-випуск Державної служби статистики України 14.02.2014 № 88/0/03.5вн-14 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Вівчар О.Й., Курило О.Б. Вплив державного боргу на економічну безпеку держави / О.Й. Вівчар, О.Б. Курило // Економіка та держава – 2013. – № 4. – С. 15–17.
4. Лось В.В., Усик В.І. Детермінанти вразливості боргової безпеки України / В.В. Лось, В.І. Усик // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. – № 36. – С. 156–163.

УДК 330:339.9

Й.П. ЗВОНАР

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Протягом останнього часу у процесі наукових досліджень та обґрунтування чинників високого рівня конкурентоспроможності національних економік дефініція «економіка знань» все активніше впроваджується у вжиток. Незважаючи на комплексність та багатогранність даної категорії, в основі змістового її наповнення є розуміння економіки знань як якісно нової структури господарства, домінуючу роль у якому відіграє людський (інтелектуальний) капітал. Посилення значимості знань як найважливішого економічного ресурсу є об'єктивною тенденцією, яка останнім часом набуває глобального, тобто всепланетарного масштабу.

На національному рівні така економіка може бути представлена як гармонійне поєднання і збалансований розвиток шести основних складників: науки, освіти, ІКТ, бізнесу, технологій (охоплюючи сферу виробництва) та інноваційних систем (створення міжнародних технопарків; комерціалізація інновацій на світових ринках; інтернаціоналізація венчурного капіталу; прийняття міжнародних стандартів у сфері інновацій) [1, с. 18].

Водночас, як зазначає Поляков М.В., «існують об'єктивні труднощі економічного розуміння знань, що зумовлено труднощами об'єктивізації та оцінки, великим обсягом неявних, індивідуальних знань тощо. Знання можуть приймати форму наукових законів, теорій, практик, методологій, патентів, управлінських рішень, ноу-хау. У низці випадків знання необхідно представляти як соціальну конструкцію (колективне отримання і використання, вплив інститутів)» [1, с. 20].

Глобалізація як суспільно-економічний феномен значно прискорює процеси становлення економіки знань. Формування світового ринку знань як складової глобального ринку праці, становлення загальнопланетарного науково-інформаційного простору, поглиблення взаємодії регіонів та країн світу у сфері науки, освіти та трансферу технологій, розвиток міжнародних технопарків створюють передумови для все більш широкого застосування концепцій економіки знань у практиці розбудови національних економік.

Високий рівень інтегрованості національних економік у глобальні світогосподарські процеси сприяє підвищенню мобільності робочої сили, у тому числі – висококваліфікованої, яка генерує знання – наукових працівників, інженерів, фінансових консультантів, аналітиків, фахівців у галузі інформатики, телекомунікацій тощо. Це, по-перше, позитивно впливає на можливості спеціалістів високої кваліфікації реалізувати свої знання та капіталізувати власний інтелектуальний потенціал; по-друге, підвищує ефективність процесу перетворення цих знань на суспільно корисні блага; по-третє, створює передумови для формування стійких конкурентних переваг тої країни, яка найбільш інтенсивно залучена у названі процеси.

На сьогоднішній день для України, яка поступово інтегрується у систему світогосподарських зв'язків, реалізація послідовної та комплексної політики держави щодо розвитку економіки, що базується на знаннях, стає чи не найважливішою передумовою подолання системної соціально-економічної кризи.

Для реалізації цього складного завдання є певні передумови : наукова база, людські ресурси, активізація співпраці України з міжнародними партнерами у сфері

освіти та науки. Однак існують і суттєві перешкоди, насамперед, низький рівень інноваційної активності підприємств, відсутність інвестицій у наукоємні галузі виробництва, відсутність державної стратегії підтримки та розвитку тих сфер, які формують економіку знань, тобто освіти, науки, венчурного бізнесу, ІТ-технологій.

Активізація процесів входження України до глобального економічного простору може стати важливою передумовою становлення нашої держави на шлях розбудови економіки знань. На сьогоднішній день у рейтингу країн за індексом глобалізації Україна знаходиться 45-му місці (станом на 2017 р.). В цілому залученість України до глобалізаційних процесів оцінюється як помірна.

В умовах глобалізації економіка знань стає найбільш перспективною моделлю соціального та господарського розвитку, що в своїй основі має зростання ролі науки та освіти для суспільного прогресу [2, с. 59].

Для оцінки ступеня розвитку економіки знань на рівні окремої країни з 2004 року застосовується запропонована фахівцями Світового банку методика розрахунку індексу економіки знань. Для визначення даного показника використовуються 109 структурних і якісних показників, об'єднаних у чотири групи:

1. Індекс економічного та інституційного режиму.
2. Індекс освіти.
3. Індекс інновацій.
4. Індекс інформаційних та комунікаційних технологій.

Рейтинг країн за індексом економіки знань представлений у таблиці 1.

Таблиця 1

Рейтинг країн світу з найвищими значеннями індексу економіки знань*

Рейтинг	Тренд	Країна	Значення індексу економіки знань
1	0	Швеція	9.43
2	6	Фінляндія	9.33
3	0	Данія	9.16
4	-2	Нідерланди	9.11
5	2	Норвегія	9.11
6	3	Нова Зеландія	8.97
7	3	Канада	8.92
8	7	Німеччина	8.90
9	-3	Австралія	8.88
10	-5	Швейцарія	8.87

* джерело: [3]

Високе значення даного індексу характеризує здатність країни створювати, приймати, розповсюджувати та комерціалізувати знання. У більш конкретному розумінні розвиток економіки знань означає, що країна активно інвестує в галузі, що продукують інновації, підтримує венчурний бізнес, розвиває інформаційні технології, а також створює комплекс умов для всебічного розвитку людського капіталу як ключового чинника суспільно-економічного прогресу.

В умовах глобальної фінансово-економічної кризи виникла потреба в перегляді існуючих та формуванні нових стратегічних напрямів розвитку економіки України, які включали б не лише утримання курсу на становлення інноваційної моделі розвитку, посилення взаємозв'язку освіти, науки й виробництва, а й посилення значущості інтелектуальної складової інноваційного потенціалу [4]. Таким чином, більш активне включення України до глобалізаційних процесів, у тому числі і євроінтеграційних, необхідно розглядати як передумову впровадження концептуальних засад формування економіки знань та відповідної структурної перебудови національного господарства.

Список використаних джерел:

1. Поляков М.В. *Особливості економіки знань та їх прояви на рівні світового господарства* / М.В. Поляков // *Науковий вісник Ужгородського національного університету* – 2017. Випуск 12, част. 2. – с. 18 - 23.
2. Сахненко О.І. *Економіка знань : світовий досвід та перспективи впровадження в Україні* / О.І. Сахненко // *Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка»* – 2013. - № 7'2013[45] - с. 57-59.
3. *Гуманитарные технологи. Аналитический портал [Электронный ресурс]*. – Режим доступу : <https://gtmarket.ru/ratings/knowledge-economy-index/knowledge-economy-index-info>
4. Шмігельська З.К. *Особливості глобального менеджменту в реалізації концептуальних доктрин економіки знань* / З.К. Шмігельська // *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. – 2014. – № 10(1) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : fkd.org.ua/article/download/29256/26269.

УДК 364.35-042.2(477)(4/9)(043.2)

К.В. ІВАНЮК
студентка ОС «бакалавр»,
Е.В. РОДІОНОВА
студентка ОС «бакалавр»,
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Миколишин М.М.,
Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»,
м. Львів, Україна

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ

Пенсійне забезпечення є однією з основних гарантій матеріального забезпечення непрацездатних громадян. Для непрацездатних пенсіонерів пенсія фактично стає основним джерелом їх існування.

Пенсійна система України – сукупність створених в Україні правових, економічних і організаційних інститутів і норм, метою яких є надання громадянам матеріального забезпечення у вигляді пенсії. Пенсійна система України в сучасному вигляді започаткована в січні 2004 року і містить у собі відносини по формуванню, призначенню і виплаті пенсій в трирівневій пенсійній системі. Візуально це виглядає так:



Рис. 1. Пенсійна система України

Перший рівень – це солідарна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, в якій усі кошти, що перераховуються підприємствами та застрахованими особами до Пенсійного фонду України, одразу ж виплачуються нинішнім пенсіонерам.

Другий рівень – накопичувальна система загальнообов'язкового державного пенсійного страхування. Частина обов'язкових пенсійних відрахувань (до 7% від заробітної плати працівника) спрямована на персональні рахунки громадян. Ці кошти інвестуються в українську економіку, а інвестиційний дохід збільшуватиме розмір майбутніх пенсійних виплат.

Третій рівень – система недержавного пенсійного забезпечення. В цій системі можуть брати участь добровільно як фізичні особи, так і юридичні особи-роботодавці.[1].

Мінімальний розмір пенсії за віком, згідно з статтею 28 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» встановлюється при наявності страхового стажу не менше у чоловіків – 35 років, у жінок – 30 років на рівні прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність:

- з 1 січня – 1497,00 грн.;
- з 1 липня – 1564,00 грн.;
- з 1 грудня – 1638,00 грн. [2].

Особам, які досягли віку 65 років, за наявності у чоловіків 35 років, а у жінок 30 років страхового стажу, згідно з частиною другою статті 28 Закону №1058, мінімальний розмір пенсії за віком встановлюється в розмірі 40% мінімальної заробітної плати, визначеної законом про Державний бюджет України на відповідний рік, але не менше прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність, визначеного законом. Оскільки, мінімальний розмір заробітної плати з 1 січня 2019 року становить 4173 грн., то відповідно мінімальний розмір пенсії для зазначеної категорії пенсіонерів у 2019 році становить 1669,20 грн. Розмір пенсії не може перевищувати десяти прожиткових мінімумів, установлених для осіб, які втратили працездатність. У 2019 році:

- з 1 січня – 14 970 грн.;
- з 1 липня – 15 640 грн.;
- з 1 грудня – 16 380 грн. [3].

На забезпечення пенсією «пересічного пенсіонера» в окремо взятій країні впливають декілька факторів, серед яких основні:

- рівень економічного розвитку країни;
- стандарти заробітної плати;
- наявність та розвиненість фінансових інструментів, що здійснюють пенсійні накопичення;
- законодавство, що регулює пенсійне забезпечення та встановлює пільги при накопиченні пенсії.

Звісно, кожна країна світу має свої, тільки їй притаманні вищевказані фактори, але, якщо узагальнити, то рівень пенсійного забезпечення можна відобразити через відносний показник – співвідношення мінімальної пенсії та середньої заробітної плати. Цей показник показує рівень, наскільки пенсія заміщує заробітну плату. Державне обов'язкове пенсійне забезпечення (перший рівень Пенсійної системи) існує у кожній країні. Внески на державне пенсійне забезпечення формуються як відсоток від заробітної плати і кожна країна виставляє своє значення відрахувань:

- Італія – 33%;
- Росія – 22%;
- Німеччина – від 18,9% до 22%;
- Японія – 17,5%;
- Польща – 19,5%;
- Словенія – 26% (для чоловіків) та 29% (для жінок);
- Швейцарія – від 16% до 31%.

Більшість країн світу встановлюють вимоги щодо кількості років сплати пенсійних внесків для отримання мінімальної пенсії:

- у Словенії, Туреччині, Іспанії, Португалії – 15 років;

- в Італії, Угорщині – 20 років;
- в Польщі – 25 років;
- в Бельгії, Аргентині – 30 років;
- в Чехії – 35 років.[4]

Частка населення, що отримує мінімальну пенсію, різниться від країни до країни: з менш ніж 1% в Угорщині до приблизно 60% у Португалії. Майже 37% пенсіонерів отримують мінімальну пенсію у Франції, в Люксембургу - близько 29%. Низька частка пенсіонерів з мінімальною пенсією Угорщини обумовлена досить високими внесками до державної пенсійної системи: пенсія розраховується як 33% від середньої заробітної плати за перші десять років виплати, кожен додатковий рік виплат додає від 1% до 2%. В результаті громадяни Угорщини отримують досить високі, з точки зору міжнародних стандартів, пенсії – на рівні 60% від заробітної плати.

Найскромніша пенсія в Грузії, і становить близько 40 доларів. Звичайно ж, в країнах Африки вона ще нижче, але в статистику їх зазвичай не беруть через жахливо низький рівень життя. Найбагатші пенсіонери живуть в Данії. Щомісяця пенсіонер отримує 2800 доларів. У КНР пенсію за віком отримують тільки військові, поліцейські і держслужбовці в минулому. Звичайних же громадян за законом зобов'язані утримувати власні діти.

В Україні даних по фінансовому плануванню населенням, на жаль, не має. Очевидно, що ситуація в нас набагато гірша, ніж у вказаних країнах. Але, з іншого боку, це говорить про перспективи розвитку інструментів фінансового планування в Україні. Інший аспект пенсійного забезпечення: може держава в Україні замало витрачається на виплату пенсії своїм громадянам? Ні, соціальне забезпечення пенсіонерів в Україні значно вище, ніж в багатьох країнах Європи.

Список використаних джерел:

1. *Бюджетна система : підруч. / за наук. ред. В. М. Федосова, Б 00 С. І. Юрія. - К.: Центр учбов. літератури ; Тернопіль : Екон. думка, 2012. - 871 с.*
2. *Офіційний сайт Профспілки працівників освіти і науки України. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.pon.org.ua>*
3. *Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>*
4. *Офіційний сайт Європейської комісії [Електронний ресурс] режим доступу: <https://ec.europa.eu>*

УДК 338.45.02(477)

Ю.В. КІНДЗЕРСЬКИЙ
доктор економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ СУСПІЛЬНОЮ МОДЕРНІЗАЦІЄЮ: ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

З точки зору успішного цивілізаційного розвитку вектор європейської інтеграції для України є безальтернативним, проте з ряду обставин це зовсім не означає, що він є невідворотним. Головною рисою європейських цінностей, до яких прагне Україна, є людиноцентричність, а європейська культура (у широкому розумінні) історично була звернена до людства [1, с. 5-6]. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом є лише першим кроком нашої держави на шляху до перебудови українського

суспільства і господарської системи країни за європейськими цінностями і стандартами. Сьогодні між розвиненими країнами Європи і Україною утворився цивілізаційний і технологічний розрив, який чималою мірою накладає свій відбиток на можливості формування між ними взаємовигідних і рівноправних стосунків.

Цей розрив зумовлений незрівнянно якісно вищим рівнем господарської організації провідних європейських країн, сформованої внаслідок технологічних досягнень Третьої і Четвертої промислових революцій, що в них відбулися і утворили принципово нові структурні характеристики як самої європейської економіки, так і вплинули на глобальну економіку загалом, відкривши шлях до нового технологічного і соціально-економічного укладів в житті людської цивілізації. Ці глобальні зміни, як відзначає В.Сіденко [2, с. 7], становлять кардинальний, по суті екзистенційний, виклик не лише для економік самих європейських країн, а й для окремих країн світу, в тому числі, безперечно і для України. Поки, що, на жаль, наша економіка не може адекватно реагувати на цей виклик, рухаючись у протилежному від європейської економіки напрямі з точки зору своїх структурно-технологічних характеристик, поступово перетворюючись на нетто-експортера ресурсів усіх видів – спочатку природних, а зараз уже і людських, – з індустріально розвиненої країни на відсталу аграрну, що зрештою не дозволить нам говорити про паритетність, взаємну вигідність і рівноправність наших стосунків із країнами ЄС.

Усе це вказує на те, що питання модернізації в українському суспільстві перезріло. Четверть століття Україна, з одного боку, прагнучи вирватися з лещат бідності і відсталості та приєднатися до кола успішних і розвинених європейських країн, з іншого боку, невпинно скочується у прірву масового зубожіння і деградації – соціальної, виробничої, технологічної. В країні сформувалися і "розквітли" екстрактивні¹ економічні і політичні інститути, що створюють і акумулюють блага, багатства і привілеї для вузького прошарку окремих представників соціуму, об'єднаних загальним терміном «олігархія». Тому, загалом не піддаючи сумніву необхідність позитивних і масштабних суспільних змін, водночас усе частіше виникає запитання, наскільки обрана економічна і соціальна модель державної політики відповідає прагненням усього суспільства, наскільки вона спроможна генерувати і забезпечувати ці зміни, роблячи їх невідворотними і всеосяжними, наскільки вона дозволить досягти нам європейських цінностей, стремління до яких ми декларуємо. Очевидно, що деіндустріалізація економіки і масова багатомільйонна трудова міграція працездатного, освіченого і найбільш активного населення нашої країни у більш заможні країни – є відповіддю на це запитання і головною ознакою хибності обраних державою методів і засобів розбудови країни.

Потреба у змінах породжує проблему вибору, коли пропонується безліч концепцій розвитку, часто-густо протилежних між собою за змістом і суттю, які, на думку їх авторів обов'язково зроблять країну та усіх її громадян багатими і щасливими. З цього можна дійти висновку, що ні серед політиків, ні серед експертів, немає єдності у поглядах на мету модернізації суспільства, її ідеологію, зміст, пріоритети, економічну і політичну модель забезпечення. Звідси, об'єктивно відсутні критерії оцінювання намірів та кроків, що робить уряд, з точки зору їх «модерності», а тому існує висока ймовірність маскування під «модернізаційною» риторикою політики, яка приносить (як це відбувається до тепер) вигоду далеко не усьому українському суспільству, а лише його окремим представникам, що перебувають при владі чи наближених до неї власникам великого бізнесу.

Сьогодні, якщо стисло окреслити існуючі підходи до проблеми модернізації, остання витлумачується по різному – як певна стратегія швидких змін у суспільстві та економіці, як закономірний процес переходу від одного суспільного устрою до іншого, як

¹ Термін "екстрактивні інститути" запропоновано Дароном Аджемоглу та Джеймсом Робінсоном [3, с. 92-97].

мобілізаційний наздоганяючий процес або, більш вузько, лише як процес технологічного оновлення виробництва. Також її розглядають як стремління держави наблизитись до еталонів більш розвинених держав, як скоординовані зусилля суспільства щодо подолання певних своїх проблем або взагалі як просто здатність людей здійснювати певні зміни².

Ми, не претендуючи на надання вичерпного остаточного визначення цієї категорії, у загальному вигляді пропонуємо розуміти її насамперед як певну стратегію розвитку країни, яка:

– спрямована, по-перше, на подолання внутрішніх «нетерпимих» умов життєдіяльності суспільства та функціонування господарської системи країни, що призводять до вивільнення потенціалу їх деградації та саморуйнування, по-друге, на створення умов для довгострокового стійкого і сталого розвитку на основі відновлення розбалансованих процесів суспільно-господарського відтворення, ефективної протидії дестабілізуючим факторам і загрозам;

– здійснюється на основі досягнення суспільного консенсусу та тісної взаємодії у трикутнику «влада-бізнес-суспільство» при незаперечному пріоритеті задоволення інтересів останнього порівняно з інтересами перших двох.

Саме суспільний консенсус, на наш погляд, дозволить вирішити дилему щодо вибору рівня, з якого повинна ініціюватися і проводитися модернізація – «зверху» (від уряду) чи «знизу» (від народу). Такий консенсус дозволить максимально зблизити інтереси «верхів», які володіють усім арсеналом інструментів для вказаного проведення, та «низів», які не мають можливості адміністративно впливати на економічну ситуацію та політику, але без урахування інтересів яких постановка самої проблеми модернізації втрачає усякий сенс. Саме таке її розуміння, на наш погляд, дозволить говорити про перехід до «людиноцентричного» розвитку країни, а значить наблизити його до задекларованих європейських цінностей.

Питання якою має бути ця стратегія з точки зору перспективних позицій країни у порівнянні з іншими країнами, насамперед європейськими, – наздоганяючою чи проривною, – є похідним. Воно залежить від того, які в даний час у суспільстві існують проблеми, що руйнують і дестабілізують його, і яким чином ці проблеми можуть бути вирішені у найбільш прийнятний з точки зору досягнення цілей і найменш витратний спосіб. Модернізація у вітчизняних умовах має передбачати створення прийняттого життєвого середовища для усього населення країни або своєїрідної «інфраструктури життя» [5, с. 75]. Ця інфраструктура повинна бути спроможною давати адекватні відповіді на зовнішні і внутрішні загрози життєдіяльності людини та країни в цілому, перш за все нейтралізувати техногенні та екологічні загрози, воєнні загрози, загрози зовнішньої ресурсної і продовольчої залежності, загрози голоду, злиденності, масових хвороб та безробіття і т.п. Тобто у завданнях модернізації має бути обов'язково присутній, окрім соціального, також безпековий контент.

Вирішення завдань модернізації, ураховуючи специфіку та особливості інституційного та господарського середовища країни, потребує відповідної гнучкості, неординарності і нешаблонності державної політики. У даному контексті нам імпонує запропонована Гжегожем Колодко теорія збігу обставин розвитку [6, с. 10–11]. Її головними рисами є: відмова від будь-якого догматизму, що обмежує вибір інструментарію політики жорсткими ідеологічними рамками; відмова від спроб створити універсальну теорію економічного зростання, перенесення уваги на специфічні риси явищ та процесів, пов'язаних з відтворенням; застосування економічної компаративістики; відокремлення цілей діяльності від засобів їх досягнення; інструментальна гнучкість залежно від конкретної специфічної ситуації.

² Критичний аналіз різних підходів до розуміння модернізації зроблено акад. В.М. Гейцем у роботі [4].

Модернізація має бути системною і здійснюватись одночасно за трьома напрямками – соціально-економічним, політичним і технологічним. Ці складові модернізації повинні бути тісно взаємопов'язані у частині їх підпорядкованості насамперед інтересам усього суспільства. Технологічна модернізація не повинна розглядатись як самоціль, безвідносно до розв'язання суспільних проблем. Соціальний і безпековий контекст має бути покладений в основу цього напрямку модернізації і вибору галузевих пріоритетів промислового виробництва. Важливість розвитку промисловості і проведення відповідної до завдань модернізації промислової політики не слід недооцінювати, оскільки саме ця галузь створює матеріальну основа розв'язання тих чи інших соціальних і безпекових проблем. Метою технологічної модернізації промисловості в цілому та її окремих галузей, обраних у якості пріоритетних, має стати з одного боку підвищення продуктивності праці й відповідно рівня статків населення, а з іншого – вирішення зазначених проблем на основі розбудови власного виробництва. В даному контексті питання щодо застосування запозичених чи власних технологій є важливим лише з точки їх придатності для розв'язання поставлених перед суспільством питань. Якщо урахувати, той факт, що зарубіжні (західні) технології історично виявились більш продуктивні і більш пристосовані до потреб соціуму, ніж вітчизняні, то вибір варіанту вирішення питання, на наш погляд, стає очевидним, принаймні сьогодні, а ті можливості, які нам відкриває у цьому контексті Угода про асоціацію між Україною та ЄС, мають бути максимально використані.

Список використаних джерел:

1. Арт'юмова Т. *Європейські цінності: інтелектуальний простір цивілізаційного діалогу* // *Економічна теорія*. 2018. № 3. С. 5–28.
2. Сіденко В.Р. *Глобальні структурні трансформації та тренди економіки України. Частина друга. Інноваційні чинники структурних змін в умовах четвертої промислової революції* // *Економіка і прогнозування*. 2018. № 2. С. 7–29.
3. Аджемоглу Д., Робинсон Дж. *Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты*. Москва. Изд-во АСТ. 2015. 575 с.
4. Гесць В. *Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України* // *Економіка України*. 2010. №3. С. 4–20.
5. Гульбинский Н. *Модернизация или «отстой»?* // *Свободная мысль*. 2010. №3 (1610). С. 73–84.
6. Колодко Гж. *Від ідеології неолібералізму до нового прагматизму* // *Економіка України*. 2010. №9. С. 4–11.

УДК 658.8:654/655(043.2)

М.В. КІРНОСОВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,

Д.С. ПАХОМОВА

студентка ОС «бакалавр»,

Одеський національний політехнічний університет,
м. Одеса, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ SMM НА РИНКУ УКРАЇНИ

Інтернет вже давно став невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. С кожним роком кількість користувачів збільшується. По даним Internet World Stats (IWS) у світі налічується 4 312 982 270 користувачів Інтернет – це більше половини населення всієї земної кулі (56,17%) [1]. На основі цього за останні декілька років значення

інтернет-маркетингу зросло в десятки разів. Однією з важливих складових цього напрямку є SMM.

З початку двохтисячних років, з моменту появи перших соціальних мереж, таких як Facebook і Twitter, SMM став дуже впливовим інструментом для просування. На даний момент кількість користувачів соціальних мереж по даним звіту WeAreSocial за 2018 рік становить більше 3 млрд осіб [2]. В Україні, за даними дослідження компаній We Are Social та Hootsuite, станом на 2018 рік загальна кількість інтернет-користувачів складала 25,6 мільйонів (58% всього населення), 13 мільйонів з яких користуються соцмережами [2]. Це зумовлено потребою людини у спілкуванні та самовираженні. Така платформа є найдоцільнішою для рекламного та медіа-ринків. Виходячи з цього, можна казати про те, що маркетинг у соціальних мережах є одним з найбільш ефективних напрямків у комерційній діяльності для просування продукту та компанії, впливу на споживачів тощо.

На сьогоднішній день на вітчизняному просторі не має чітко сформульованого визначення поняття «SMM». Сама аббревіатура розшифровується як SocialMedia-Marketing. В широкому розумінні, це окрема гілка інтернет-маркетингу, яка має комплекс дій, спрямованих на розкручування, просування і рекламу послуг або товарів компанії за допомогою соціальних ресурсів. За М.А. Окландером і Т.О. Окландер «SMM – соціальний медіа маркетинг, медійна реклама у формі статичних або анімованих картинок, що розміщуються на сторінках сайтів з метою просування товарів» [4].

Основними видами SMM є соціальні мережі, блоги, мікроблоги, фото- та відео сервіси тощо

Блоги – це сайти, на яких записи можуть бути зроблені у вигляді журнальних статей, поміток або просто цікавих посилань.

Мікроблоги – це вид блогінгу, в якому користувач має обмеження щодо обсягу сайту.

Фото- та відеосервіси – це сайти, де користувачі мають можливість ділитися своїми фото- та відеофайлами. Такі сервіси функціонують спільно із соціальними мережами.

Соціальні новини. На таких сайтах публікуються посилання на різноманітні статті, події, зображення, що були розміщені в мережі Інтернет. Усе це підлягає оцінці користувачів, а найпопулярніше відображається на головній сторінці ресурсу.

Підкасти являються відносно новим способом поширення аудіо- та відео контенту через мережу.

Веб-форуми – платформи, на яких користувачами обговорюється якась певна тематика.

Геосоціальні мережі – використовуються для відмітки місця, де раніше бував користувач, або відвідує щодня, за допомогою смартфонів

Значна кількість потенційної цільової аудиторії обумовлює бажання керівниками підприємств та маркетологами використання інструментів цифрового маркетингу у комерційній сфері. Але, на жаль, не багато з цих бажаючих мають чітке розуміння того, що включає в себе SMM, що ускладнює роботу спеціалістів цієї сфери та не завжди оправдовує очікування самих замовників. Тому в останній час у значній кількості українських підприємств розвивається хибне уявлення про неефективність роботи з соціальним медіа-маркетингом. Як наслідок, частина з них або зовсім відмовляється від такого способу просування бізнесу, або не вважає доцільним затрачувати на це достатню кількість як часових ресурсів, так і фінансових. Зазвичай, ті суми, що пропонуються такими замовниками (\$20-\$50) не можуть стати основою для дійсно вдалого проекту. Але причина не тільки в цьому.

Інша проблема, з якою нерідко стикаються як керівники великих рекламних агентств, так і самі замовники - це недостатня кількість дійсно професійних виконавців такого виду роботи. Значна кількість так званих «есемемщиків» не мають ні спеціальної

освіти, ні поняття основних категорій маркетингу в цілому [3]. Частіше за все, їх знання та навички закінчуються на рівні «обробити фото у фоторедакторі» та «закріпити цікавий текст за таким фото». Звичайно, цього не може бути достатньо для подальшої роботи. Зараз на території України немає ні одного ВНЗ, який би готував спеціалістів по такому вузькому напрямку (це стосується усіх напрямків інтернет-маркетингу та цієї спеціалізації в цілому). Так, є достатня кількість додаткових освітніх програм, які допомагають охопити основні моменти цього напрямку, але як показує досвід, лише не велика їх кількість може забезпечити дійсно якісний рівень освіти. До того ж, інструменти digital-маркетингу швидко розвиваються, тому й фахівцям цієї сфери слід постійно вивчати нові тенденції, тренди, потреби ринку. Тобто базова добра освіта та прагнення до постійного розвитку – є ключовими характеристиками гарного спеціаліста з цифрового маркетингу взагалі та спеціаліста з SMM в частковості.

SMM є одним із актуальніших і ефективніших інструментів інтернет-маркетингу сьогодення. Але через недостатнє розуміння самих процесів використання цього інструменту, велика доля підприємців не може використовувати його на всі сто відсотків.

Напрямок digital є відносно новим на ринку маркетингу в Україні, при цьому він розвивається дуже швидкими темпами. Ефективна присутність в Інтернет та використання його можливостей є головною умовою конкурентоспроможності багатьох підприємств, адже тільки в соціальних мережах знаходиться велика кількість потенціальних споживачів.

За даними дослідження міжнародного кадрового порталу hh.ua сфера digital-маркетингу активно розвивається в Україні. При пошуку маркетологів підприємства все більше роблять акцент на залученні фахівців вузького профілю – SEO, SMM, PPC. У зв'язку з молодістю ринку від потенційних робітників не очікують значного досвіду роботи. У 64 % вакансій роботодавці готові прийняти спеціалістів, що працювали у інтернет-маркетингу до 3 років, а у 19% вакансій – навіть взагалі без такого досвіду [5].

Ринок послуг фахівців цифрового маркетингу тільки формується. В результаті проблемою є не тільки недостатня кількість некваліфікованих спеціалістів, але й пропонування неякісної роботи некваліфікованою робочою силою. Це підриває довіру до таких послуг та спеціалістів в цілому, оскільки замовники ще характеризуються неосвіченістю та їм складно орієнтуватися при підборі необхідного персоналу в управлінні Інтернет-маркетингом. До того ж, замовники часто не використовують продуману стратегію просування, а прагнуть до економії, замовляючи окремі послуги digital-маркетингу, очікуючи значного результату.

Протягом структурування ринку, поширення кваліфікованих спеціалістів, які є орієнтиром розвитку цифрового маркетингу, буде налагоджуватися взаємопорозуміння між замовниками та виконавцями. До того ж, на підвищення якості SMM вплине застосування комплексного підходу до просування товарів та компаній в Інтернет, формування та використання продуманої стратегії брендингу та просування продукції.

Список використаних джерел:

1. *Internet World Stats Internet Users in the World [Електронний ресурс].* Режим доступу: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
2. *We Are Social World's Internet users pass the 4 billion mark [Електронний ресурс].* Режим доступу: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
3. *Яблоко Н. Почему SMM в Украине нет [Електронний ресурс].* Режим доступу: <https://webpromoexperts.com.ua/blog/pochemu-smm-v-ukraine-net/>
4. *Окландер М.А., Окландер Т.О. Цифровий маркетинг: контури формування та тенденції розвитку // Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 25-26 травня 2018 р., Одеса / М.А. Окландер, Т.О. Окландер. – Одеса: ТЕС, 2018. – С. 124-127.*

5. Лысенко Е. Украинский бизнес нанимает малоопытных интернет-маркетологов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ubr.ua/labor-market/ukrainian-labor-market/ukrainiskij-biznes-nanimaet-malooptynykh-internet-marketolohov-3865029>

УДК 331.5

С.П. КОВАЛЬ

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
доцент кафедри професійної освіти,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

АСПЕКТИ РИНКУ ПРАЦІ У ФОРМУВАННІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

На початку ХХІ століття формується нова парадигма глобалізації світової економічної системи з пріоритетним розвитком людського капіталу. Цьому насамперед сприяють процеси інтернаціоналізації і креативізації в науково-технологічній, економічній, соціальній і культурній сферах суспільного життя, поєднуючись разом із сукупністю факторів науково-технічного прогресу та конкурентоспроможності економіки.

Впровадження концепції креативної (творчої) економіки в багатьох країнах стає підставою для економічного зростання, структурного оновлення та суспільної єдності, а реалізація творчого потенціалу забезпечує лідерство країн у прибуткових сегментах світового ринку. При цьому креативізація економічного розвитку зумовлює якісно нові зміни в системі корпоративних управлінських відносин, стверджуючи інноваційно-креативний компонент міжнародного менеджменту як новий напрям в теорії та практиці управління в цілому.

Креативізація визначається як принципово новий напрямок розвитку системи управлінських відносин економіки знань, що характеризується не тільки безпосереднім впливом інформаційних технологій, а також сукупністю сучасних вимог до вирішення багатьох завдань і проблем, включаючи стратегічне управління.

Креативне управління у вузькому значенні пропонується трактувати як локальну систему управління знаннями (талантами) організації, а в широкому – як особливу функціональну конфігурацію управлінських процесів, таких як креативне прогнозування та планування, креативна організація, креативна мотивація, креативне керівництво, креативний контроль тощо [1, с. 4].

Методологічний аспект формування креативної економіки як нової концепції початку ХХІ ст. стає дуже актуальним, оскільки зумовлений необхідністю пошуку нових рішень для багатьох соціально-економічних проблем і відображає багато сучасних поглядів на подальший розвиток світової спільноти. Його основою стають різні сфери та види економічної діяльності, де можливо і доцільно успішно реалізовувати та застосовувати творчі підходи (реклама, архітектура, мистецтво, ринок антикваріату, дизайн, мода, кіноіндустрія, музика, видавнича справа, програмне забезпечення радіо, телебачення та багато іншого). Аналізуючи такі сфери, слід зазначити, що часто завдяки застосуванню творчого підходу, вони розвиваються значно краще порівняно з іншими видами діяльності, що в принципі і спонукає дослідників замислитися над важливим фактором креативізації на шляху досягнення бажаних результатів.

Деякі дослідження довели, що найбільш успішними є компанії з високим показником креативності, яким також властива загальна ефективність ведення бізнесу, раціональність і збалансованість витрат, істотний інноваційний компонент менеджменту.

Природним середовищем креативного управління є відповідна система корпоративних цінностей, яка також має позитивний вплив на реалізацію та впровадження принципів креативного менеджменту [1, с. 5].

Для створення ефективної креативної системи на мікрорівні важливо зосередити увагу на інноваційному прориві та формуванні креативного персоналу в межах ефективних бізнес-систем. Для креативної макромоделі необхідною є взаємодія різних ринкових компонентів, включаючи інноваційно-виробничі комплекси, що здатні поєднати науку та виробництво в єдине ціле.

Водночас проблема обґрунтування понять «креативність», «креативна економіка», «креативне управління» є не лише актуальною, але й досить дискусійною у форматі обговорення нових наукових досліджень та економіко-політичної дійсності. Це в першу чергу пов'язано з необхідністю вирішення проблем визначення тенденцій економічного розвитку, універсальної ідентифікації креативних сфер економіки на основі узагальнення сучасних класифікаційних моделей.

У глобальному вимірі сучасний стан соціально-економічного розвитку світової системи характеризується динамізмом і багатовекторністю. Тому, відповідно до зазначених позицій, багато експертів, розглядаючи тенденції, які будуть впливати у майбутньому на розвиток економіки і, зокрема, на ринок праці, майже одночасно висловлюють думку про переважний вплив на цю сферу процесів глобалізації, демографічної ситуації, зміни клімату, геополітичних трансформацій, прискорених темпів технологічного розвитку і багато іншого. Але саме креативізація як внутрішніх, так і зовнішніх економічних процесів має значний потенціал для ефективного, інноваційного, прогресивного розвитку в майбутньому.

За таких умов відбуваються істотні трансформації ринку праці, який є складовою економічної системи. Враховуючи надзвичайно швидкі темпи розвитку сучасної техніки та технологій, а також зростаючу роль їх впливу на сферу зайнятості населення, можна у зв'язку з цим передбачити подальші зміни в організації виробництва товарів, наданні послуг, появи нових сфер діяльності, які можуть мати значний вплив на розвиток ринку праці.

Такі зміни можуть бути викликані, наприклад [2, с. 25]:

- розвитком цифрових технологій, які змінять уяву про комунікаційний простір та його можливості;
- глобалізаційними та інтеграційними процесами;
- посиленням тенденцій клієнтоорієнтованості під впливом розвитку конкуренції;
- необхідністю забезпечення екологічної безпеки, що є вимогою сучасного благоустрою;
- впровадженням програмування та автоматизації сучасних виробничих процесів, які окрім витіснення живої людської праці призводять до змін систем управління та адміністрування;
- поширенням роботизації, штучного інтелекту, що неминуче призведе до змін не лише на окремих виробництвах, але й в структурі зайнятості робочої сили, видів економічної діяльності, економічної системи.

Протягом кількох останніх років експерти Всесвітнього економічного форуму виокремлюють десять основних навичок, необхідних працівникам для конкурентних переваг на ринку праці, а саме [2, с. 28]:

- креативність – здатність до творчості, яка може виявлятися у мисленні, почуттях, спілкуванні, в окремих видах діяльності, характеризувати особистість у цілому або її окремі сторони, наприклад, продукування нових ідей;
- емоційний інтелект – здатність усвідомлювати власні почуття й емоції, управляти ними та, використовуючи ці знання, взаємодіяти з іншими;

➤ здатність до ведення переговорів – уміння створювати комфортні робочі відносини та ефективно взаємодіяти з колегами, підлеглими, споживачами та партнерами з метою досягнення розуміння і підтримки на шляху реалізації цілей організації, розробки політики та прийняття спільного рішення; вміння надавати інформацію колегам, підлеглим, споживачам та партнерам по телефону, у письмовій чи електронній формі, вміння проводити зустрічі;

➤ здатність оцінювати ситуацію та приймати рішення – це вміння аналізувати ситуації, визначати фактори впливу, тенденції розвитку, вміння обирати та погоджувати найкращі об'єктивні та неупереджені рішення або альтернативні варіанти досягнення поставленої мети шляхом аналізу, прогнозування та оцінки ситуації і проблем, що її спричинили (ситуаційний аналіз, прийняття управлінських рішень);

➤ когнітивна гнучкість – здатність мислення, яка виявляється в умінні обмірковувати кілька речей одночасно, змінювати припущення, обране під час розв'язання проблеми, якщо змінилась її сутність;

➤ комплексне вирішення проблем – уміння шукати, накопичувати необхідну якісну інформацію, здійснювати пошук шляхів вирішення завдань на основі наявної інформації, оцінювати позитивні та негативні наслідки прийнятих рішень;

➤ координація в команді – вміння працювати спільно з іншими;

➤ критичне (аналітичне) мислення – уміння логічно міркувати, знаходити аргументи, ставити під сумнів власні та інші судження, виявляти сильні та слабкі сторони різних підходів до вирішення проблеми;

➤ орієнтація на клієнта (клієнтоорієнтованість) – уміння визначати і задовольняти поточні та майбутні потреби клієнтів, орієнтація на результат;

➤ управління людьми – уміння мотивувати, розвивати та спрямовувати людей до роботи, визначати кращих кандидатів для її виконання.

Таким чином, соціально-економічні трансформації, які відбуваються в сучасному суспільстві, зумовлюють вимоги до професійної придатності працівника, до його основних здібностей, навичок роботи. Тому в сучасному світі дуже важливо, щоб людина, вибираючи свою професію, порівнювала її зі своїми майбутніми навичками, які вона буде набувати протягом своєї професійної діяльності та які допоможуть їй бути конкурентоспроможною на ринку праці, ефективно виконуючи будь-які завдання.

Сьогодні питання концептуального визначення термінів «креативність», «креативна економіка», «креативне управління» залишаються відкритими для наукової дискусії та інтерпретацій. Отже, подальші дослідження цих та інших, пов'язаних з ними понять, є актуальними та своєчасними. Особливо актуальним є завдання створення комплексної багатокомпонентної моделі креативного менеджменту на основі інтеграції та деталізації її основних компонентів: мотивації креативності, креативного мислення, креативних працівників, креативних управлінських технологій, креативної корпоративної культури тощо.

Список використаних джерел:

1. Галахова Т.А. *Креативный компонент в менеджменте международных компаний*. Киев, 2015. 79 с.

2. *Сучасні тенденції розвитку ринку праці в Україні: наукова доповідь* / [Боков О.В., Вітряк Т.Б., Гулевич О.Ю., Джинчарадзе Н.Г., Красівський Д.О., Куліков Г.Т., Літвінчук Л.Й., Савенко О.О., Савченко Н.В., Шостак І.В.]. К.: ІПК ДСЗУ, 2018. 42 с.

І.Є. КОВАЛЬЧУК

старший викладач кафедри
менеджменту та управління економічними процесами,

В.В. ШЕРШУН

студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ПРОБЛЕМИ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ З УКРАЇНИ

Протягом всієї історії людства процеси міграції відіграють досить значну роль в розвитку суспільства. Зокрема, змушують реагувати населення на зміни як в економічному, політичному так і в соціальному житті. В залежності від напрямку та величини, міграція суттєво впливає на демографічні процеси, що відбуваються в регіонах та в країні в цілому. Міжнародна міграція є одним з основних факторів соціально-економічних проблем у більшості країн. З огляду на те, що основна причина в сучасному світі, й для України у тому числі, для виїзду за кордон – пошук кращого життя і більших заробітків, як її основи, виникає потреба дослідження особливостей трудової міграції в Україні.

Проблема трудової міграції для України є і залишатиметься актуальною, адже відтоку трудових ресурсів за кордон сприяє економічна нестабільність, як наслідок погіршення демографії, політичні аспекти у ракурсі військових дій на сході країни та відсутність чіткої превентивної програми регулювання міграційних процесів в країні.

Трудовій міграції, зокрема причинам та наслідкам трудових переміщень, присвячені праці багатьох науковців, як вітчизняних, так і закордонних. Зокрема, актуальні праці Т. Гнатюка, В. Капітан, М. Приз, І. Ховраха, Ю. Гуменюк. Проблематиці зовнішньої трудової міграції приділили у вагу також Е. Лібанова, О. Малиновська, О. Піскун та інші.

Метою дослідження є вивчення сучасного стану міграції, на основі чого визначення основних проблем та факторів впливу на міграційні процеси в Україні.

Трудова міграція - це переміщення робочої сили з метою покращення рівня життя на основі вигіднішого використання власної працездатності без зміни постійного місця проживання. [1, с. 24].

На протязі багатьох років в Україні, під час різних історичних етапів, змінювалися напрями міграційних потоків та причини, які спонукали до цих дій. Спонукальні мотиви міграції були досить різними. Коли Україна досягла незалежності, міграція характеризувалась етнічністю та релігійністю, а основні міграційні процеси були спрямовані до таких країн як Німеччина, Канада, Ізраїль. А в період з середини 1990-х і 2000-х рр. вагомою причиною міграційних потоків були економічні чинники, насамперед низький рівень життя населення. Значне зростання міграції відбулося у 2008-2009 рр. на фоні фінансової кризи в країні. Згодом на перший план серед мотивів міграції вийшли соціально-економічні чинники: прагнення до отримання більшої заробітної плати, кращої реалізації, можливості кар'єрного росту та ін. [2, с. 56-58].

Сучасні українські реалії набагато складніші. Ситуація ускладнюється військовим конфліктом на Сході України, анексією Криму та падіння економіки. Причому передбачається існування міграції як переселення, внутрішня міграція та міграція робочої сили за кордон. Під впливом глобальної економічної кризи та воєнного конфлікту значною мірою посилюються еміграційні настрої населення. Спробам розв'язання життєвих проблем у спосіб працевлаштування за кордоном сприяє також набутий українцями досвід роботи за межами країни, потужні міграційні мережі, які сформувалися впродовж останніх десятиліть [3, с. 234].

Останнім часом все більше людей від'їжджають працювати за кордон, але трудова міграція, часто є нелегальною, не фіксується офіційною статистикою. Аналізуючи офіційні дані Державної Служби Статистики України, визначимо основні тенденції міграційного руху населення за останні три роки (див. табл. 1).

Таблиця 1

Міграційний рух населення в Україні			
Міграційний рух населення в Україні			
Рік	Кількість випадків прибуття, осіб	Кількість випадків вибуття, осіб	Міграційний приріст / скорочення, осіб
2016	25 680	246 188	10 620
2017	442 287	430 290	11 997
2018	629 276	610 687	18 589

Порівнюючи кількість вибулих громадян за 2016-2018 рр., бачимо колосальне збільшення мігрантів – майже утричі. З кожним роком цей показник підвищується, а це негативно впливає на розвиток соціально-економічного життя в нашій країні [4, с. 78].

Якщо українець має вибір: працювати тут або за кордоном і вибирає друге, то, щоб утримати його вдома, – треба підняти зарплату. Це за певних причин може призвести до підвищення цін і стимулювати певні інфляційні процеси [4, с. 84].

Часто українські заробітчани, які працюють за кордоном нелегально, опиняються абсолютно безправними. Українці, не маючи належного страхування, стикаються із серйозними проблемами. Наразі держава не надто зацікавлена в захисті заробітчан [4, с. 88].

Враховуючи те, що наслідки світової кризи є негативними для України можна вважати, що трудова еміграція може стати ще більш загрозливим чинником, що призведе до скорочення населення в Україні та, можливе знелюднення деяких територій [1, с. 45]. У країні вже з'являються села-привиди, де має жителі. Чимало населених пунктів, які на межі вимирання, адже живуть тут лише люди похилого віку.

Серед причин еміграції в Україні, основні:

- високий рівень безробіття, в тому числі прихованого;
- різниця рівня заробітної плати та умов життя в Україні та країнах Заходу;
- відсутність перспектив професійного зростання;
- економічна нестабільність в країні та відсутність соціальної захищеності громадян;
- запровадження безвізового режиму в Україні, що полегшує виїзд за кордон [5, с. 234-235].

Проте є й позитивні наслідки трудової міграції. Зокрема:

- одержання від трудових емігрантів іноземної валюти у формі грошових переказів, що у свою чергу зумовлює підвищення платоспроможного попиту та стимулювання виробництва;
- створення спільних підприємств з іноземними засновниками – додаткове інвестування коштів в економіку;
- можливість для платоспроможного населення реалізувати свої здібності за кордоном та підвищити рівень кваліфікації [5, с. 238].

Згідно з даними НБУ у 2018 році обсяг надходжень від трудових мігрантів склав близько \$11 млрд. Проте регулятор прогнозує зниження чисельності трудових емігрантів, пояснюючи це так: «Враховуючи тенденції, які відбуваються, зокрема, вирівнювання рівня заробітних плат в Україні, відновлення економічного зростання, а також вже перенасиченість ринків наших найближчих сусідів трудовими ресурсами, ми очікуємо уповільнення тенденцій трудової міграції».

Отже, на сьогодні еміграційна ситуація в Україні не відповідає національним інтересам. Масовість трудових переміщень несуть загрозу зменшення чисельності населення країни, відтік кадрів підвищує навантаження на працездатних осіб, які залишаються в країні, а економічна, політична ситуація військовий конфлікт на сході держави не сприяють поверненню українців у рідні домівки. Крім того єдиної політики та напрямку у сфері міграції в Україні не має. Тому, на основі вивчення проблематики трудової міграції, дослідження причин та наслідків міграційних трудових процесів, необхідно якнайшвидше розробити та реалізувати активну і дієву державну міграційну політику, спрямовану на створення робочих місць шляхом підтримки вітчизняного виробника та та поживлення підприємництва, як наслідок збільшення рівня оплати та умов праці, підвищення соціальних стандартів і соціальної захищеності трудового потенціалу, реформування наявної системи освіти з метою зниження чисельності виїзду молоді за кордон на навчання тощо.

Список використаних джерел:

1. Жибак М.М. Вплив міграційних процесів на відтворення сільського населення в західному регіоні / М.М. Жибак // Економіка АПК. - №5. – С.139-142.
2. Чайка Г.В. Українська трудова міграція: «нова діаспора» чи остаточна втрата для країни? / Г.В. Чайка, А.С. Корчак // Науковий вісник БДФА. Серія: Гуманітарні науки: зб. наук. праць / МФУ, БДФА; гол. ред. В.В. Прядко. - Чернівці: БДФА, 2018. - Вип. 2. - С. 175-183
3. Міграційні процеси в Україні: сучасні тенденції та соціально економічні / К.Ю. Величко, Л.Л. Носач, О.І. Печенка//Науковий вісник//Вінниця: ВТЕІ, 2017 - Вип. 1. - С. 233-245
4. Трудова міграція: чому українці їдуть з країни і як їх повернути? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://24tv.ua/statti_tag45
5. Публікація документів Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org/about.html>

УДК 339.561

В.Г. КУДЛАЙ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна

ЕКСПОРТ УКРАЇНСЬКОЇ АГРОПРОДУКЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Агропромисловий комплекс України знаходиться під впливом динамічних світових глобалізаційних викликів. Так, за прогнозами ООН населення світу до 2050 року зросте до 10 млрд. людей, при цьому найбільший приріст населення відбудеться в країнах з низьких рівнем економічного забезпечення. Високий рівень приросту народонаселення прогнозується в Індії, Пакистані, Індонезії, а також країнах Африки. Така тенденція впливає на зростання попиту на продукти харчування і посилення світової продовольчої проблеми, яка пов'язана з достатністю і доступністю харчування. За розрахунками вчених попит на продукти харчування до 2050 року зросте на 70%. Проблему продовольчої безпеки посилюють глобальні кліматичні зміни, неможливість задіяти для виробництва агропродовольства нові земельні площі.

В той же час, в розвинутих країнах Європи, Північної Америки, в Японії відбувається протилежна тенденція. Так, для розвинутих країн світу характерна стійка тенденція до зниження народжуваності та зростання тривалості життя. Це впливає на зміну раціону споживання у бік зростання продуктів харчування високої якості з низьким вмістом жиру та збагачені вітамінами. Відбувається переорієнтація споживачів з високим

рівнем доходу на споживання органічних продуктів, посилюється тренд здорового харчування, тобто до споживання продуктів із низькою калорійністю, низьким вмістом жирів, вуглеводів.

Потужний природно-кліматичний і аграрний потенціал України, кваліфіковані і освічені працівники, висока інтегрованість вітчизняного агробізнесу у світові економічні процеси дозволяють українському агропромислому комплексу зайняти місце світового лідера в експорті агропродовольчої продукції. Отже, вирішення глобальної продовольчої безпеки залежить від зростання обсягів виробництва і експорту української агропродовольчої продукції на світовому ринку продовольства. Також важливо, щоб вітчизняна агропродукція відповідала світовим стандартам якості, що забезпечить швидке просування на продовольчі ринки розвинутих країн світу. Теоретичні та практичні питання експорту української агропродукції висвітлюються в працях О.О.Єранкіна, В.Г.Кудлай, Ю.А.Лузана, О. Могильного, Б. Пасхавера, П. Саблука, Г.Трофімової, О.М. Шпичака, О. Шубравської, Г. Черевка. В той же час проблематика пошуку перспективних напрямків вітчизняного експорту агропродукції є досить актуальною і потребує аналітичних розробок.

Аналіз українського експорту агропродукції свідчить про суттєві зміни в структурі основних споживачів в регіональному розрізі. Зміна вектору в експорті української агропродукції пов'язана з гібридною війною Російської Федерації проти України та окупацією Криму. До 2014 року Російська Федерація була одним із найбільшим торговельними партнером України за всіма групами аграрної продукції. Євроінтеграційний напрям політико-економічного розвитку України також вплинув і на зміну фокусу у міжнародній торгівлі аграрною продукцією.

Згідно інформації Державного комітету статистики до Російської Федерації у 2013 році експортувалось близько 90% від загального обсягу експорту сиру, помідорів, м'яса свинини, великої рогатої худоби. В Російську Федерацію Україна експортувала 30% від загального експорту молока, маргарину, м'яса птиці. Починаючи з 2014 року Україна в експорті аграрної продукції все більше переорієнтовується на ринки Азії, Сходу, Африки та Європейського Союзу. Так, за підсумками 2018 року перше місце в експорті аграрної продукції займають країни Азії – Китай, Індія, Туреччина. Експорт агропродукції за цим напрямком склав 45% від загального експорту аграрної продукції.

Підписання Угоди про зону вільної торгівлі сприяло зростанню обсягів експортно-імпортних операцій України з країнами Європейського Союзу. Так, експорт в країни ЄС складає 32% від загального експорту агропродукції. При цьому Україна найбільше експортує в Нідерланди, Іспанію та Італію. Трійку лідерів закривають країни Африки - Єгипет, Туніс, Марокко, в які експортується майже 14% від загального обсягу агропродукції [9].

Вітчизняний експорт продукції АПК характеризується залежністю від декількох основних товарних позицій, що створює небезпеку значних коливань обсягів та вартості експортних поставок. У 2018 р. понад 60% валютної виручки від експорту товарів АПК забезпечили кукурудза (30,3%), олія соняшникова (15,9%) та насіння ріпаку (14,1%). Макуха та інші відходи олії соняшникової становили 6,9% [12].

Вітчизняний агропромисловий комплекс займає лідируюче місце в економіці України. Так, за підсумками 2018 року державний бюджет України на 39% був поповнений за рахунок валютних надходжень від експорту аграрної продукції. Близько 58% всього експорту агропродукції склала соняшникова олія, кукурудза та пшениця.

До перспективних напрямків розвитку експортної діяльності вітчизняних агровиробників потрібно віднести географічну та товарну диверсифікацію, що дозволить мінімізувати ризики, пов'язані з ринковою кон'юнктурою, а також зростання у загальному експорті частки продукції з високою доданою вартістю.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В.Г. Українські агропромислові компанії на світових фінансових ринках капіталу / Андрійчук В. Г. // *Економіка та підприємництво* : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: І. М. Репіна (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2017. – Вип. 38. – С. 245–261.
2. Антонюк О. П. Аналіз структури експорту агропродовольчої продукції / О. П. Антонюк, П. О. Антонюк. // *Економіка харчової промисловості*. – 2014. – №3. – С. 27–32. 6. Строченко Н. І. Економічні аспекти зростання експорту продукції АПК України у контексті запровадження стандартів із вуглецевої сертифікації / Н. І. Строченко. // *Економіка*. – 2014. – №7. – С. 75–81.
3. Барілович О. М. Стан та проблеми розвитку сільського господарства України / О. М. Барілович. // *Молодий вчений*. – 2015. – №8. – С. 36–39.
4. Гайдуцький П.І. Структурні перекоси і ризики кризи в АПК // *Економіка АПК*.-№7.-2014.- С.38-46.
5. Данкевич А.Є. Розвиток інтегрованих структур у сільському господарстві : [Монографія] / Данкевич А.Є. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 350 с.
6. Дем'яненко С.І. Єранкін О. О., Коцупатрий М. М. та ін *Агрохолдинги в Україні та їх вплив на розвиток сільських територій* / [С. І. Дем'яненко, О. О.Єранкін, М. М. Коцупатрий та ін.]; за заг. ред. С. І. Дем'яненка. — К.: КНЕУ, 2013. —350 с.
7. Дудар В. Інтеграція аграрного сектору економіки України з Європейський Союзом у контексті функціонування зони вільної торгівлі / В. Дудар // *Вісник ТНЕУ*. – № 2. – 2015. – С. 7-17. 2. Зінчук Т. О. Проблеми адаптації аграрного сектору економіки до умов Угоди про зону вільної торгівлі Україна-ЄС / Т. О. Зінчук // *Економіка АПК : міжнар. наук.-вироб. журн.* – 2015. – № 5. – С. 79-87.
8. Коденська М.Ю. Формування організаційно-економічного механізму функціонування вітчизняних агрохолдингів / М.Ю. Коденська // *Агросвіт*. – К. : Науково-практичний журнал РВПС України НАН України, 2009. – № 2. – С. 44–48.
9. Кудлай В.Г. Сучасні тренди розвитку великих агропромислових формувань // *Стратегічні пріоритети розвитку аграрних формувань: аналітико-прогностичні тренди: колективна монографія* / За заг. ред. В.К.Савчука, - К.: ЦП «Компринт», -2018.- С.156-170.
10. Строченко Н. І. Економічні аспекти зростання експорту продукції АПК України у контексті запровадження стандартів із вуглецевої сертифікації / Н.І. Строченко. // *Економіка*. – 2014. – №7. – С. 75–81
11. Україна – ЄС: тенденції торгівлі агропродовольчими товарами / [І. М. Демчак, О. О. Митченко, Г. В. Трофімова, О. Е. Майданюк]. – К.: НДІ "Украгропромпродуктивність", 2019. – 38 с.

УДК 330.354

О.Д. МОСКВІНА

молодший науковий співробітник
відділу економічного зростання та структурних змін в економіці,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

**СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ДОМОГОСПОДАРСТВ
В УМОВАХ СПРЯМОВАНOSTІ НА ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Необхідною передумовою стабільного економічного зростання України є перехід до стратегії інклюзивного розвитку, яка передбачає забезпечення рівних можливостей для участі членів суспільства в економічному зростанні та розподілі отриманих вигод.

Потреба переходу до стратегії інклюзивного розвитку обумовлена необхідністю відновлення рівня економіки і добробуту населення на основі побудови ефективного,

наукоємного та ресурсозберігаючого виробництва, збереження людського капіталу й підвищення його вартості на основі зростання кваліфікаційно-освітнього рівня.

У цьому контексті особливої уваги потребує аналіз структурних особливостей розвитку сектору домогосподарств з точки зору отриманих доходів та формування трудових ресурсів України.

Структурні зрушення в доходах характеризують статистичні дані Державної служби статистики України щодо доходів та витрати населення України [1].

Основним показником, який характеризує доходи населення є наявний дохід – номінальні доходи за вирахуванням податків та інших обов'язкових платежів, тобто кошти, що використовуються населенням на споживання й заощадження. Його динаміка характеризується різкими коливаннями. Так, внаслідок останнього спаду економіки, обумовленого російською агресією обсяг реального наявного доходу скоротився на 11,5% у 2014 році та на 20,4% у 2015 році, що було значно більше ніж зниження валового внутрішнього продукту України за ці періоди (6,6% і 9,8% відповідно). Натомість, за 2017 рік реальний наявний дохід населення збільшився на 10,9%, а за 2018 – на 9,9%, що істотно випереджало темпи зростання ВВП (2,5% і 3,3% відповідно).

Вагомою проблемою функціонування економіки України, починаючи з 2005 року стало порушення базової економічної пропорції між споживанням і нагромадженням. У 2013 році наявний дохід склав – 83% ВВП України. Наслідком цього стало скорочення валового нагромадження основного капіталу до 16,9%, утворення значного негативного сальдо зовнішньоекономічної діяльності та зростання зовнішніх запозичень. З 2014 року почалося вирівнювання цієї базової пропорції і у 2018 році частка наявного доходу скоротилася до 68,8% ВВП, повернувшись до обґрунтованого рівня, а валове нагромадження основного капіталу зросло до 17,2%.

Найбільш важливими складовими доходів населення є заробітна плата, соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти, які разом дають близько 90% усіх доходів населення.

Внесок заробітної плати в доходи населення за 2018 рік склав 47,4%. До цього найвищим був рівень 44,7%, досягнутий у 2007 році, після чого, внаслідок фінансової кризи 2008-2009 років він скоротився приблизно до 40% і почав зростати лише у 2016 році.

Реальний розмір заробітної плати в Україні відчуває істотні коливання. З початком криз, які зазвичай супроводжуються в Україні різкою девальвацією національної валюти, заробітна плата скорочується більш різко, ніж ВВП. Так, протягом 2014-2015 років реальна заробітна плата скоротилася на чверть, а у доларовому виразі – більш ніж удвічі. Після виходу з кризи її зростання випереджає темпи ВВП. За 2016-2018 роки реальна заробітна плата зросла на 46% і зараз є на 9% вищою ніж у 2013 році, проте залишається найнижчою серед країн Європи.

Низький рівень заробітної плати в Україні обумовлює зростання трудової міграції. Внаслідок цього, починаючи з 2013 року, зростають обсяги приватних грошових переказів, які у 2017 році досягли 8,3% ВВП або 13,4% наявного доходу населення. Заробітна плата, отримана з-за кордону становила 15,4% загальної заробітної плати.

Внесок змішаного доходу за останнє десятиріччя зростає і у 2018 році становив 17,6%, що обумовлено збільшенням участі у виробничій діяльності дрібних господарств населення у сфері сільського господарства, торгівлі тощо. Порівняно з країнами Європи це є надзвичайно високим рівнем. Натомість, з 2010 року постійно скорочуються доходи від власності.

Соціальні трансферти в натурі у складі загальних доходів населення поступово знижуються з 16,0% у 2003 році до 13,6% у 2018 році, незважаючи навіть на значні субсидії на оплату житлово-комунальних послуг, пікові значення яких були досягнуті 2017 року. Скорочення абсолютного розміру цих субсидій у 2018 році на тлі чергового

зростання цін на житлово-комунальні послуги, призвело до різкого зростання заборгованості населення за житлово-комунальні послуги, яка станом на 1 березня 2019 року сягнула 69,4 млрд. грн.

Соціальні допомоги у структурі доходів скоротилися з 20,9% у 2013 році до 14,5% у 2018 році, що свідчить про зниження рівня пенсійного забезпечення.

Чисельність пенсіонерів в Україні поступово скорочується, проте випереджаюче скорочення чисельності працюючих, реєстрація пенсіонерів з тимчасово окупованих територій в Україні та загальний спад виробництва призвели до зростання навантаження на працюючих зросло до 3/4. Через це рівень заміщення пенсією зарплати знизився у 2017 році до 1/4. Певне покращення рівня пенсійного забезпечення відбулося завдяки Пенсійній реформі наприкінці 2017 року, проте у 2018 році коефіцієнт заміщення залишався занадто низьким і становив лише 29% заробітної плати.

Проблеми пенсійної системи обумовлені рішенням Уряду про зниження ставки страхових внесків до Пенсійного фонду України. Відправною точкою для обчислення відповідної ставки мала б бути Конвенція Міжнародної організації праці № 102 "Про мінімальні норми соціального забезпечення", якою визначено, що за наявності у працівника 30-ти років трудового стажу він має право на пенсію у розмірі 40% від середньої заробітної плати. Крім того, у країнах Європи ця норма підтверджена Європейською соціальною хартією, яка є додатком до Європейського соціального кодексу. Рекомендований нею коефіцієнт заміщення, якого дотримуються країни ЄС становить 50%. Ще однією проблемою є гендерна нерівновага пенсійного забезпечення, яка полягає у довшій тривалості перебування жінок на пенсії. Частково вирішило цю проблему рішення Уряду про поступове вирівнювання пенсійного віку для жінок і чоловіків.

Погіршення економічної ситуації протягом 2013-2015 років і загальний спад виробництва спричинили скорочення загальної зайнятості майже на 20%. При цьому скорочення офіційної зайнятості виявилось глибшим за зниження неофіційної. У 2016-2018 роках ця тенденція змінилася на протилежну. Високим залишається в Україні рівень безробіття (8,8% порівняно з 7,6% у країнах Євросоюзу за методологією МОП). При цьому зареєстрованими в Україні є лише чверть безробітних. Скорочується рівень економічної активності населення. У структурі зайнятого населення зростає частка осіб, які працюють у найпростіших професіях, що засвідчує зниження якості людського потенціалу України.

Позитивний вплив трудової міграції полягає у скороченні рівня безробіття на ринку праці, зростанні доходів населення, зростанні валютних надходжень до країни, зростанні заробітної плати в Україні. Проте, ризиками для трудових мігрантів є втрата прав на пенсійне забезпечення, субсидії, доступ до банківських кредитів, погіршення якості життя та сімейних зв'язків.

За результатами проведеного огляду структурних особливостей розвитку домогосподарств можна зробити висновок, про позитивний ефект започаткованих Урядом реформ щодо трансформації економічної політики у напрямку формування нової моделі розвитку на засадах макрофінансової стабільності, реалізації структурних реформ та запуску масштабних інвестиційних проектів. Закріплення позитивної динаміки розвитку, яке триває четвертий рік поспіль, призвело до певного відновлення економіки за рахунок активізації внутрішнього споживчого та інвестиційного попиту, високих темпів зростання реальної заробітної плати, підвищення мінімальної заробітної плати та розміру пенсійних виплат, зростання кінцевих споживчих витрат домогосподарств. Продовження цих позитивних тенденцій в перспективі дозволить подолати існуючі на сьогодні негативні чинники, які не дозволяють наразі забезпечити інклюзивний розвиток суспільства, а саме: низький рівень заробітних плат, соціальних допомог, зокрема пенсій, житлових субсидій, зниження якості людського потенціалу, зовнішню трудову міграцію.

Для досягнення цілей інклюзивного розвитку основними напрямками трансформації структури економіки мають стати:

- розвиток високотехнологічного виробництва та розвиток сфери послуг при скороченні сировинного виробництва та продукції застарілих технологічних укладів;
- кількісне та якісне збільшення інвестицій, зокрема, їхньої активної частини (засоби виробництва, а їхньому складі – в машини та обладнання);
- створення сприятливого фінансового середовища (розширення доступу до банківського кредитування, зниження відсоткової ставки за наданими кредитами, запровадження довгострокового кредитування виробничої діяльності).

Основними важелями структурних змін для підвищення рівня інклюзивності економіки має бути удосконалення державного регулювання економікою, підтримка внутрішнього високотехнологічного виробництва, створення сприятливих умов для розвитку підприємництва (низьковідсоткове кредитування, вільний доступ до ресурсів і ринків, незаангажованість судової влади, дотримання прав власності, пільгове оподаткування), дотримання справедливого підходу у наданні виробничих та споживчих субсидій, підтримка стабільності національної валюти, формування сприятливого інвестиційного клімату, спрощення системи оподаткування та адміністрування податків, проведення земельної реформи та створення ринку землі, реформування судової системи, боротьба з корупцією, надання практичної допомоги трудовим мігрантам.

Список використаних джерел:

1. *Методичні вказівки щодо розрахунку доходів та витрат населення України (наказ Держкомстату від 07.03.2002 №113) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.*

УДК 339.52

К.С. ПУГАЧЕВСЬКА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

ПРІОРИТЕТИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Європейський Союз є важливим стратегічним партнером України. Відносини між Україною та ЄС розвиваються також у контексті Східного партнерства. Новим етапом співробітництва стало підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, що включила у себе поглиблену і всеохоплюючу зону вільної торгівлі з ЄС (ПВЗВТ). Угода створила передумови для посилення співпраці ЄС та України у питаннях прав людини, верховенства права, політичного діалогу та реформ, переміщення громадян; було досягнуто низки домовленостей у сфері енергетики, збереження довкілля, транспорту, фінансових послуг, державних фінансів, розвитку сільського господарства, захисту прав споживачів та ін.

В умовах появи ряду регіональних торговельних угод та посилення невизначеності зовнішнього середовища, зростання конкуренції на світових ринках для економіки України набуває пріоритетності завдання в підвищенні присутності вітчизняних експортерів на зарубіжних ринках. Протягом останніх років уряди багатьох країн не лише реалізують заходи щодо підтримки реального сектору економіки, однак активізується підтримка національних експортерів з метою посилення їх конкурентних позицій на зарубіжних ринках. Дана проблематика особливо актуальна для України, рівень зовнішньої відкритості у сфері експорту якої у 2018 р. становив 45,2% [1].

Україна істотно поступається за показниками ВВП на душу населення, експорту на душу населення європейським країнам. При цьому Україна бере досить активну участь у міжнародному поділі праці завдяки вищій експортній квоті, однак ця активна участь не супроводжується відповідним рівнем ефективності експортної діяльності. Про це свідчить низький показник ефективності експорту, який у розвинених країн у 5 разів перевищує середньосвітовий показник. Україна характеризується втричі нижчою від середньосвітової ефективністю експорту, що пов'язано, передусім, з його zdeформованою товарною структурою, недоліками інституціонального регулювання, занепадом науки та технології, невідповідністю методів організації й управління в окремих галузях вимогам сучасності.

Прискорений розвиток зовнішньоторговельних операцій у порівнянні з динамікою економічних процесів є однією з ознак економічної глобалізації. Збільшення рівня експортної орієнтованості має позитивний вплив на нерозвинені економіки через дію механізму порівняльних переваг, який дає можливість країні концентрувати свої виробничі можливості на тих сегментах, для яких у неї порівняно кращі умови. Водночас надвисоке зростання експорту не завжди є ефективним [2, с.81].

Серед позитивних тенденцій в експорті до ЄС слід відзначити, що вартісні показники експорту досягли у 2018 р. склали 20158,48 млн. дол. США, що на 15% вище показника 2017 р., частка експорту переробленої продукції перевищила у 2017-2018 рр. частку сировинної продукції, крім того спостерігається диверсифікація структури експорту, незважаючи на те, що перелік товарів ключових позицій експорту протягом останніх років залишається незмінним. Найбільша частка в експорті до країн ЄС у 2018 р. припадає на такі товарні позиції як: чорні метали (18,4%); електричні машини (11,8%); зернові культури (11,0%); руди, шлаки, зола (9,0%) [1].

Результати дослідження дали змогу дійти висновку, що серед ключових пріоритетів у зовнішньоторговельній сфері з країнами ЄС, зокрема у частині її експортної компоненти є необхідність подальшого поглиблення рівня інтегрованості України у систему міжнародної технологічної кооперації; зменшення залежності експортного виробництва від імпорту товарів для проміжного споживання; розширення практики використання заходів експортного промоушн України на європейських ринках; сприяння експорту у тому числі за рахунок пільгового кредитування малого та середнього бізнесу [3, с.121].

Найімовірніше у подальшому, експортний потенціал України стимулюватиме зростання попиту з боку основних партнерів з країн ЄС, однак варто зауважити, що подорожчання імпортової сировини для вітчизняних виробників, погіршення цінових умов торгівлі будуть стримувати можливості нарощування експорту України.

З огляду на те, що митні тарифи між Україною та ЄС будуть скасовані майже повністю, нетарифні бар'єри стануть основною перешкодою для розвитку торгівлі. Щоб їх подолати Україна стала на тривалий і складний, але необхідний шлях гармонізації законодавства ЄС, який включає транспонування стандартів ЄС, скасування застарілих радянських норм, зміцнення інституціонального потенціалу та ін. Разом з тим слід відзначити, що у 2018 р. 42,58% експорту України постачається на ринок ЄС, що означає, що українські товари спроможні конкурувати на цьому ринку.

Список використаних джерел:

1. *Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>*
2. *Структурні зміни та економічний розвиток України / В. М. Гесць, Л. В. Шинкарук, Т. І. Арт'юмова та ін. ; за ред. Л. В. Шинкарука. – К., 2011. – 696 с*
3. *Поглиблення відносин між Україною та ЄС / М. Емерсон, В. Мовчан та ін. – Центр європ. пол. досл., Ін-т екон. досл. та пол. консульт., К., 2016. – 255 с.*

УДК: 338.47:656.0

О.М. СТАСЮК

кандидат економічних наук,
науковий співробітник відділу розвитку виробничої інфраструктури,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

ЩОДО СТАНУ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ФОРМАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ В ЗАЛІЗНИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ ЗГІДНО УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ

З огляду на євроінтеграційні пріоритети України та підписану Угоду про асоціацію між Україною та ЄС, розглянемо європейські, а не міжнародні формальні інститути, що впливають на структурні перетворення залізничної галузі та мають вигляд директив та регламентів. До таких інститутів у сфері залізничного транспорту, які Україна має імплементувати в національне законодавство до 2022 року, згідно з Додатком XXXII до Угоди про асоціацію належать 8 директив і 4 регламенти [1], а саме:

Директива Ради 91/440/ЄЕС від 29 липня 1991 року про розвиток залізниць Співтовариства; Директива Ради № 95/18/ЄС від 19 червня 1995 року про ліцензування залізничних підприємств; Директива 2001/14/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 26 лютого 2001 року про розділення пропускну здатності залізничної інфраструктури і стягнення зборів за користування залізничною інфраструктурою; Регламент (ЄС) № 913/2010 Європейського Парламенту та Ради від 22 вересня 2010 року, стосовно Європейської залізничної мережі для конкурентоздатності вантажних перевезень; Директива 2004/49/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 29 квітня 2004 року про безпеку залізниць у Співтоваристві; Директива № 2007/59/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23 жовтня 2007 року про сертифікацію машиністів локомотивів та поїздів в залізничній системі Співтовариства; Директива № 2008/68/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 24 вересня 2008 року про перевезення небезпечних вантажів наземним транспортом; Регламент Ради (ЄЕС) № 1192/69 від 26 червня 1969 року про спільні правила стандартизації звітності підприємств залізничного транспорту; Директива № 2008/57/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 17 червня 2008 року про інтероперабельність залізничної системи в межах Співтовариства; Директива Ради 92/106/ЄЕС від 7 грудня 1992 року про встановлення спільних правил для окремих видів комбінованих перевезень вантажів між державами-членами; Регламент (ЄС) № 1370/2007 Європейського Парламенту та Ради від 23 жовтня 2007 року про громадські пасажирські перевезення залізничним та автомобільним транспортом та скасування Регламентів Ради (ЄЕС) № 1191/69 та № 1107/70; Регламент Ради (ЄЕС) № 1371/2007 Європейського Парламенту та Ради від 23 жовтня 2007 року про права та обов'язки пасажирів, які користуються залізничним транспортом. По кожному із наведених актів законодавства ЄС розроблено дорожні карти їх впровадження та триває процес імплементатії.

До нормативно-правових актів України, що регулюють процес імплементатії європейських формальних інститутів в залізничну галузь належать:

1) Закон України «Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони» від 16 вересня 2014 року № 1678-VII;

2) Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2014 року № 847 «Про імплементатію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони»;

3) Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26 листопада 2014 року № 1148 «Про схвалення розроблених Міністерством інфраструктури планів імплементації деяких актів законодавства ЄС з питань залізничного транспорту»;

4) Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26 листопада 2014 року № 1159 «Про схвалення розроблених Міністерством інфраструктури планів імплементації деяких актів законодавства ЄС»;

5) Розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 лютого 2015 року № 140 «Про схвалення розробленого Міністерством інфраструктури плану імплементації Регламенту (ЄС) N 1370/2007 Європейського Парламенту і Ради про громадські послуги з перевезення пасажирів залізницею і автомобільними шляхами»;

6) Розпорядження Кабінету Міністрів України від 22 квітня 2015 року № 398 «Про схвалення розробленого Міністерством інфраструктури плану імплементації Директиви Ради 95/18/ЄС від 19 червня 1995 р. про ліцензування залізничних підприємств».

Імплементація директив та регламентів ЄС в залізничну галузь України безпосередньо пов'язана з прийняттям базових законів. Процес прийняття такого закону для залізничного транспорту триває з 2015 року. Саме тому це визначено в пріоритетах Міністерства інфраструктури на 2018 р. та 2019 р., але поки не реалізовано, що не дозволяє рухатися далі й унеможлиблює прийняття необхідних підзаконних актів, що, згідно процедур визначених в українському законодавстві, має відбуватися після прийняття відповідних базових законів. Вирішення зазначених питань надасть новий поштовх реформі залізничної галузі.

Згідно оцінок профільного Міністерства, Законопроект № 9512 передбачає імплементацію 6 директив та 2 регламентів Європейського Союзу відповідно до вищезгаданого Додатку XXXII Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Пояснювальна записка до даного законопроекту містить перелік із семи директив та 4-х регламентів (й має безпосереднє посилання на дві директиви – Директиву 95/18 та Директиву 2001/14), хоча сам Додаток XXXII Угоди включає вісім директив та чотири регламенти, які повинні бути імплементовані в національне залізничне законодавство. Тож, Директива № 2008/68/ЄС не врахована в даному законопроекті.

Проводячи роботу з імплементації, Мінінфраструктури, як правило, співпрацює з європейськими експертами, зокрема, щодо розробки методики визначення плати за доступ до залізничної інфраструктури, методичних рекомендацій для розробки залізничними підприємствами систем управління безпекою, правил рівноправного доступу до залізничної інфраструктури тощо. На наш погляд, необхідно залучати й вітчизняних експертів, які більше орієнтовані в національних особливостях, так як сліпе копіювання європейського досвіду не матиме бажаного результату.

Так, з урахуванням коментарів європейських експертів:

- розроблено попередній проект Ліцензійних умов діяльності з перевезення залізничним транспортом (ліцензія перевізника) відповідно до Директиви Ради № 95/18/ЄС від 19 червня 1995 року;

- розпочато роботу щодо запровадження пілотного проекту контрактного замовлення суспільно важливих послуг з перевезення пасажирів залізничним транспортом відповідно до Регламенту ЄС 1370/2007/ЄС, в якому беруть участь: Мінінфраструктури, АТ «Укрзалізниця», Дніпропетровська та Запорізька ОДА, СІБ.

В АТ «Укрзалізниця» триває робота щодо формування нової бізнес-моделі розвитку товариства та визначення ключових пріоритетів щодо внутрішніх трансформацій, утворення вертикально-інтегрованих виробничо-технологічних вертикалей, соціального та організаційного розвитку, а також Стратегії Товариства до 2023 року [2].

Після імплементації європейських формальних інститутів будуть напрацьовані/розроблені та прийняті нові формальні інститути в залізничній галузі, які

будуть включати: 1) правила доступу до інфраструктури (3 директиви та 1 регламент); 2) нові процедури доступу до ринку – ліцензування, сертифікація безпеки, допуск машиністів локомотивів (3 директиви); 3) нові правила стандартизації звітності підприємств (1 директива); 4) розроблений новий/оновлений існуючий (2009 р.) проект Закону України «Про мультимодальні перевезення» (1 директива); 5) правила про права та обов'язки пасажирів (2 регламенти); 6) заходи з інтероперабельності (1 директива), що забезпечить імплементацію у національне законодавство дванадцяти нормативно-правових актів європейського залізничного права та виконання умов Угоди про асоціацію між ЄС та Україною в залізничній сфері.

Імплементація європейських директив та регламентів повинна забезпечити прозорість та недискримінаційний доступ до інфраструктури залізничного транспорту всіх підприємств залізничного транспорту, покращення послуг залізничних перевезень пасажирів та сприяння інтеграції української залізничної системи в залізничну систему ЄС. Разом з тим, слід зазначити, що імплементація зазначених нормативно-правових актів у вітчизняне законодавство, що регулює діяльність залізничного транспорту матиме не лише позитивні, але й негативні наслідки для залізничного транспорту, які мали й інші країни – нові члени ЄС, зокрема Болгарія, Польща та Естонія.

Показовим прикладом інституційної адаптації країни зі слабкими інститутами в статусі країни-учасниці ЄС є Болгарія, яка з 2009 року по більшості показників інституційної ефективності (крім ефективності антикорупційного контролю) демонструвала спадні тенденції. Для Естонії та Польщі, що приєдналися до ЄС в 2004 році, зобов'язання з реалізації європейських директив було важким і тривалим завданням. Цей процес у поєднанні з створенням інституційно-правової бази ринкової економіки щодо усунення прогалів в основних сферах права створював нестабільність правового середовища суб'єктам господарювання, неефективність у функціонуванні багатьох державних інститутів та корупції. Проте в цих країнах було зроблено спробу відновити інституційне середовище та пристосувати його до вимог тогочасної економіки та умов ЄС.

Негативи, присутні в інституційному середовищі ринку, призводили до широкого негативного сприйняття та відбивалися на прозорості діяльності. За індексом корупції 2004 року, Польща зайняла 67-е місце, значно нижче «старих» держав-членів ЄС і фактично в кінці групи інших нових держав-членів ЄС; Естонія (разом зі Словенією) була класифікована на 31 місце, набагато вище, ніж у багатьох «старих» держав-членів ЄС. Такий стан речей перешкоджав інтеграції Польщі з ЄС й, крім того, негативно впливав на інвестиції та розвиток фінансового ринку, зменшуючи тим самим темпи економічного зростання [3].

Структурні перетворення на залізничному транспорті мають передбачати розвиток інститутів системи управління, захисту конкуренції та власності. Але головна роль в цьому процесі належить позиції держави, її зацікавленості та визначенні траєкторії подальшого розвитку галузі, оскільки з її підтримки відбувається легалізація та імпорт нових інститутів, створення і впровадження нових інститутів. Даний процес повинен бути керованим і ініціатором має виступати держава. Така позиція позитивно вплине на результати структурної перебудови галузі, мінімізує левову частку негативних наслідків пов'язаних з реформуванням, формуванням сучасних ринкових відносин на залізничному транспорті України та побудовою відносин між суб'єктами ринку залізничних перевезень. А також сприятиме створенню дієвого інституційного середовища, що забезпечить ефективність структурних змін, так як лібералізація ринку залізничних перевезень перебуває на початковому етапі.

Список використаних джерел:

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом від 16 вересня 2014 р. // http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631.
2. URL: <https://mtu.gov.ua/content/shchodo-stanu-implementacii-ugodi-pro-asociaciyu.html?PrintVersion>.
3. Kowalski T. Rozwój środowiska instytucjonalnego w nowych krajach Unii Europejskiej przykład Estonii i Polski / Tadeusz Kowalski, Clas Wihlborg, Vello Vensel // Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny ROK LXIX – zeszyt 1 – 2007. S. 151–171.

УДК 331.5

М.І. СТЕГНЕЙ

доктор економічних наук, професор,
декан факультету економіки, управління та інженерії,

І.В. ЛІНТУР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачєво, Україна

А.-М. І. АРХАНГЕЛЬСЬКА

студентка ОС «бакалавр»,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна

ЗАЙНЯТИСТЬ НАСЕЛЕННЯ ТА ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

На фоні світової економічної історії, Україна вирізняється особливими масштабами занепаду економіки. За період економічної кризи (1990 – 2000 рр.) ВВП скоротився на 59,2%, обсяги промислової продукції – на 48,9%, сільського господарства – на 51,5%. Реальна заробітна плата скоротилась в 3,82 рази, а реальні виплати пенсії – в 4 рази. За 1990 – 2000 роки спостерігалася ситуація економічного занепаду. В період з 2000 року з'являються натяки на припинення подальшого падіння і забезпечення економічної стабілізації і зростання в Україні.

Дані таблиці 1 демонструють динаміку зменшення зайнятого населення (із 19 180,2 тис осіб у 2010 році до 16 156,4 тис осіб у 2017 році у віці 15-70 років), що є негативним явищем на ринку праці.

Таблиця 1

Динаміка показників чисельності зайнятого та безробітного населення України за 2010-2017 рр.*

	Економічно активне населення							
	зайняте населення				безробітне населення (за методологією МОП)			
	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до економічно-активного населення відповідної вікової групи
2010	19 180,2	58,4	17 451,5	65,5	1 713,9	8,2	1 712,5	8,9
2011	19 231,1	59,1	17 520,8	66,3	1 661,9	8,0	1 660,9	8,7
2012	19 261,4	59,6	17 728,6	66,9	1 589,8	7,6	1 589,2	8,2
2013	19 314,2	60,2	17 889,4	67,3	1 510,4	7,3	1 510,3	7,8
2014	18 073,3	56,6	17 188,1	64,5	1 847,6	9,3	1 847,1	9,7
2015	16 443,2	56,7	15 742,0	64,7	1 654,7	9,1	1 654,0	9,5
2016	16 276,9	56,3	15 626,1	64,2	1 678,2	9,3	1 677,5	9,7
2017	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5	1 698,0	9,5	1 697,3	9,9

*Складено за даними Державної служби статистики України

Також спостерігається динаміка зменшення безробітного населення (із 1 713,9 тис. осіб у 2010 році до 1 698 тис. осіб у 2017 році у віці 15-70 років), що є позитивним явищем на ринку праці.

В результаті відсутності власної національної трансформаційної моделі і не найкращого використання чужих моделей економічного зростання, на жаль, перехід в нову якість видався руйнівним. Замість прогресивних економічних і науково-технологічних змін, створення соціально орієнтованого демократичного суспільства, підвищення матеріального і духовного рівня життя населення – Україна отримала глибокий занепад.

Держава відіграє значну роль в регулюванні економічного зростання. Тому потрібно розглянути які засоби державного регулювання найкращим чином можуть стимулювати цей процес. Економісти різних теоретичних напрямків рекомендують різні можливі методи стимулювання економічного зростання. Наприклад, деякі вчені пропагують індустріальну політику за допомогою якої держава взяла би на себе пряму активну роль в формуванні структури промисловості для спонукання економічного зростання. Уряд міг би прийняти заходи щодо прискорення розвитку високопродуктивних галузей і сприяючи переміщенню ресурсів із низькопродуктивних галузей.

Уряд також міг би збільшити свої витрати на фундаментальні дослідження і розробки, щоб стимулювати технічний прогрес та розвиток інформаційних технологій. Зростання витрат на освіту також може сприяти підвищенню якості робочої сили і зростанню продуктивності праці. При всій багатогранності і складності можливих методів стимулювання економічного зростання і зміни структури економіки України більшість економістів єдині в тому, що це є досить важкою задачею, капіталоемність і схильність до збережень не легко піддаються засобам регулювання. Існують відповідні фактори, що стримують економічне зростання в Україні.

Але, незважаючи на певні позитивні зміни за останні роки (2010–2017 рр.), Україна залишається в порочному колі занепаду. (рис. 1)



Рис. 1. Схематичне зображення кола економічного занепаду

Аналіз статистичних показників доводить недостатній рівень доходів на душу населення в Україні, що призводить до незначних заощаджень і низького рівня попиту, що в свою чергу викликає низький рівень інвестицій в людський капітал та соціальний захист населення, а в сукупності з відтоком робочої сили за кордон спричиняє низький рівень виробництва, що знову пов'язане із низьким рівнем доходів на душу населення в Україні. Низький рівень життя населення, в комплексі з низьким рівнем суспільних послуг, і достатньо висока макроекономічна нестабільність в Україні викликає зростання недовіри населення до бізнесу та влади, що негативним чином впливає на інвестиційну діяльність та економіку в цілому [2]. Існуюче податкове законодавство, корупція та хабарництво, розповсюджені в держструктурах, не дають можливості розвиватися приватному бізнесу, а для прибуткової роботи – потрібно або уходити в «тінь» або зрощуватися з державним апаратом. Тому, для детінізації економіки і покращення

інвестиційного клімату в країні потрібно створити такі умови, коли за законом працювати вигідно.

Підсумовуючи можна стверджувати, що найперспективнішою для України є концепція інвестиційно-інноваційної моделі, головними відмінними рисами якої є різке збільшення капіталовкладень в інформаційні технології та людський фактор, перехід на новітні високопродуктивні та гнучкі види інтелектуального виробництва, здатність національних компаній підвищувати ефективність і гнучкість економічної діяльності, збільшувати продуктивність за рахунок зменшення трансакційних витрат (особливо витрат на управлінський апарат). Таким чином, пріоритети стратегії економічного розвитку України повинні націлюватись на випереджаючий розвиток, базуватися на порівняльних перевагах української економіки та відповідати напрямкам глобального техніко-економічного розвитку. Успіх структурної перебудови країни забезпечить лише збіг національних і глобальних інтересів за наявності регулюючого контролю та підтримки державою тих галузей національної економіки, які можуть бути носіями економічного зростання у масштабах світового ринку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Проскура, В. Ф. Оцінка стану економічної безпеки та зайнятості населення Закарпатської області в умовах євроінтеграційних процесів / В.Ф. Проскура, О.В. Максютова, Д.В. Максютова-Грешкулич // Економіка та суспільство: електронний науковий фаховий журнал. - Мукачево, 2016. - №7. - С.573-581.

УДК 336.717.71:339(043.2)

Д.Ю. СУХАНОВА

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Побоча К.П.,

Університет державної фіскальної служби України,

м. Ірпінь, Україна

**ДІЯЛЬНІСТЬ З ТОРГІВЛІ ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

В сучасних умовах розвинений ринок цінних паперів є необхідним елементом ефективно функціонуючої економіки. Адже це механізм за допомогою якого встановлюються відповідні правові та економічні взаємовідносини між підприємцями, корпораціями та іншими структурами, яким необхідні фінансові кошти для свого розвитку та організаціями та громадянами, які можуть їх надати на певних умовах.

Становленню цивілізованих ринкових відносин, організованого і регульованого ринку товарів та капіталів може також сприяти внесення істотних змін у відносини біржових структур з державою. Зокрема, ці відносини повинні розумно і виважено розвиватися шляхом державного регулювання і саморегулювання діяльності бірж, внесення часткових змін у їхній статус, який передбачав би перетворення їх у інформаційно-методичні центри комерційної діяльності, включаючи й право реєстрації всіх операцій в економіці України. Більше того, біржі України здатні перетворитися у центри формування ринкової політики цін, однакової як для державного, так і для ринкового секторів економіки.

Незважаючи на те, що фондовий ринок України розвивається, доречно виділити наступні проблеми:

1) надмірна кількість фондових бірж (окремі біржі здійснюють операції нерегулярно і в незначних обсягах);

2) висока фрагментарність біржової та депозитарної структури, відсутність досконалого механізму взаємодії бірж з депозитарною системою та єдиних стандартів проведення розрахунків і клірингу;

3) обмежена кількість ліквідних та інвестиційно-привабливих фінансових інструментів, відсутність ліквідних цінних паперів публічних акціонерних компаній;

4) низький рівень гарантії повернення інвестицій для іноземних інвесторів через недосконалість валютного регулювання. [1].

Сьогодні ринок цінних паперів України характеризується впровадженням, інновацій найбільш вагомою серед яких можна сміливо називати інтернет-трейдинг. Завдяки цій технології торгівля на біржі стала доступною для кожного.

Випуск в обіг принципово нових інструментів, що представляють інтерес для приватних вкладників, буде вирішенням проблем [2].

Створення фондового ринку в Україні відбувалося за умов відсутності чіткої та логічної нормативно-законодавчої бази, а також невідповідності окремих елементів ринку міжнародним стандартам.

Важливою проблемою, що постає перед Україною, є те, що правове забезпечення та механізми котирування цінних паперів ще досі чітко не визначені, відсутня відповідна інфраструктура, ринок недостатньо прозорий та малоліквідний.

Український фондовий ринок перебуває у безпосередній залежності від світового, це засвідчує підвищення значень українських фондових індексів під час стрімкого росту світових індексів та сприятливих політичних та економічних новин.

Подальший розвиток фондового ринку залежить від конкретних заходів держави у сфері розбудови фінансової системи. Розвиток фондового ринку виключно на основі саморегуляції ринкових відносин є неможливим. Це пояснюється тим, що ринкові відносини на нещодавно утворених ринках ще повністю не сформувалися [1].

Проаналізувавши стан фінансового ринку, доцільно виокремити такі перспективи його розвитку:

– консолідація бірж з метою усунення будь-яких явищ і процесів, які гальмують ефективне функціонування ринків;

– внесення змін до правил функціонування фондових бірж з метою забезпечення повної торговельної прозорості;

– прийняття положення стосовно співпраці фондових бірж з метою мінімізації сфери міжбіржових порушень;

– запровадження вимог щодо наявності регулярних мінімальних обсягів торгівлі на фондовій біржі;

– окреслення шляхів розвитку послуг фондових бірж для інвесторів, зокрема для дрібних інвесторів, як інструмента залучення інвестицій в економіку країни;

– впровадження правил щодо професійної діяльності на фондовому ринку;

– забезпечення захисту прав зовнішніх та внутрішніх інвесторів, зокрема, шляхом здійснення фондовими біржами дієвих процедур нагляду за діяльністю своїх членів;

– прийняття закону про облігації за європейськими стандартами, де будуть врегульовані процедури реструктуризації і дефолту;

– активізація внутрішніх інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Забучинська Т. В. Проблеми та шляхи підвищення ефективності державного регулювання фондового ринку України [Електронний ресурс] / Забучинська Т. В. – Режим доступу: <http://ndi-fp.asta.edu.ua>.

2. Стеценко, Б. До питання місця та ролі державних цінних паперів на фондовому ринку України / Б. Стеценко // Ринок цінних паперів України. 2011. - № 1/2. - С. 57-64.

ПОНЯТТЯ «ІНТЕГРАЦІЙНИЙ ІМПЕРАТИВ» У ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

Наразі вплив інтеграційних процесів на економічне зростання України є дуже значним, а ефект від них буде характеризувати подальший розвиток української економіки. Саме тому, термін «інтеграційний імператив», як економічна категорія, потребує висвітлення, а особливо в частині досліджень галузевої інтеграції, (зокрема інтеграції транспортного сектору та транспортної інфраструктури), як підґрунтя для міжнародної економічної інтеграції.

Загалом, теорії інтеграції достатньо розроблені та застосовані у формування методичних підходів різними авторами, цьому питанню приділяли увагу в своїх дослідженнях вітчизняні вчені В.Р. Сиденко, С.С. Рогоза, К.Ю. Вергал, І.Ю. Матюшенко, С.В. Беренда, О.І. Никифорок, Ю.Є. Пашенко, В.В. Резніков, О.І. Заяць, Ю.Р. Футало, Н.С. Скопенко, К.С. Шапошніков, І.С. Гостева та інші; а в закордонних досліджень виділяються роботи С. Дорвса, Е. Андерсона, А.Г. Белих, А.О. Іншакова, М. Ходжеса, Б. Баласса, У. Уолласа, Л. Ліндберга та інших вчених.

Огляд сучасної літератури на предмет надання визначення «інтеграційний імператив» довів те, що переважна більшість закордонних вчених досліджують в цьому контексті різноманітні соціальні явища, такі як інтеграція біженців, або расова інтеграція, інтеграція у сфері освіти, та інтеграційні явища у проблемах захисту довкілля. В даних роботах «імператив» приймається як правила, за якими буде відбуватися, або вже відбувається процес інтеграції тих чи інших систем.

Дослідженнями пов'язаними з власне імперативом інтеграції в галузі транспортної інфраструктури, опосередковано приділили увагу як вітчизняні (О.І. Никифорок, Ю.Є. Пашенко, Н.І. Антощишина, Г.С. Прокудін, О.С. Дудник, О.А. Чупайленко, В.М. Самолюк, Е. Зелінська, Ю.Р. Ліскевич та інші) так і закордонні вчені (Н. Dick, P. Rimmer, та інші).

Отже нижче спробуємо узагальнити теоретичні особливості поняття «інтеграція», охопивши різні підходи до цього визначення та, окремо, дослідивши протиріччя в роботах дослідників.

Так, найбільш повно, на нашу думку, до цієї проблематики підійшла у своїй роботі «Дефініції інтеграції» О.Ю. Чорна [1]. Автором було вдало розглянуто низку тлумачень поняття «інтеграція», окреслено проблеми та протиріччя підходів до цього визначення та запропоновано ознаки систематизації цього поняття. Перш за все, О. Чорна звертається до закордонних та вітчизняних вчених, та зауважує на підміні таких понять як «інтеграція», «кооперація», «злиття», «поглинання», «консолідація», «конвергенція», які деякими вітчизняними науковцями використовуються або як синоніми, або як дуже близькі по значенню. Далі, вона робить висновок про те, що «у країнах з ринковою економікою, що склалася, відповідно до теорії трансакційних витрат інтеграцію визначають як механізм заміни ринкових обмінних операцій (трансакцій) організаційною побудовою виробництва». В свою чергу у вітчизняних вчених досить розрізнені підходи до цього визначення. Проведений аналіз дозволив О. Чорній стверджувати те, що «в цілому автори розуміють під інтеграцією різні формальні або неформальні інтегровані об'єднання, структури чи формування, які здійснюють спільну діяльність для досягнення загальних цілей».

Також хочеться відзначити дослідження підходів до визначення терміну «інтеграція» як економічної категорії, які було здійснено такими вченими як О. І. Заяць [2], Футало Ю.Р. [3], Полгородник О. В. [4], Білоусова С.В. [5]. Більшість з них висловлюють схожі думки на предмет того, що на сьогодні в науковій літературі термін «інтеграція» і досі залишається не до кінця пророблений з теоретичних та методичних підходів. Але це і не дивно, так як цей процес постійно еволюціонує і набуває нових якостей, форм та особливостей.

Виходячи з наукових міркувань дослідниками запропоновано власні визначення терміну інтеграція відповідно до змісту та суті питань, що були ними опрацьовані в процесі досліджень. Отже, існує декілька підходів до визначення терміну «інтеграція» та до виявлення його ознак. Нами було розглянуто різноманіття дефініцій цього поняття з позиції авторів, якими проводяться дослідження у різних галузях економіки. Необхідно зазначити, що рядом авторів вже було проведено роботу по термінологічній систематизації поняття інтеграція та, на основі цього, з урахуванням задач поставлених перед автором, зроблено узагальнення.

Та незважаючи на велику увагу з боку науковців ще й досі не вироблено єдиного підходу до розуміння поняття «інтеграція». Так, в опрацьованій нами літературі, дослідження дефініції «інтеграція» авторами проводяться з позиції суб'єкта інтеграції, а саме:

1) інтеграція національних економік та регіональних об'єднань: О.Г. Демченко, Ю.Р. Футало, О.В. Полгородник, О. І. Заяць, О.О. Карпенко, О.Є. Бабина, І.Ю. Матюшенко, С.В. Беренда, В.В. Резніков;

2) інтеграція галузева або міжгалузева: О.І. Никифорук, Ю.Є. Пашенко та інші.

3) інтеграція на рівні підприємств або бізнесу: О.Ю. Чорна, Н.С. Скопенко, К.С. Шапошніков, С.В. Білоусова, І.С. Гостева, М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал;

При цьому авторами приділяється особлива увага теоретичним та методичним підходам до розуміння цього терміну. В цілому, поняття терміну інтеграція еволюціонує разом з розвитком та трансформацією економічних, політичних та соціальних процесів, відбувається його змістовне розширення.

Далі коротко розглянемо підходи до розуміння «інтеграції» як економічної (наукової) категорії. Цікавим є підхід, окреслений у роботі О. Карпенко та О. Бабиною «Інтеграція як імператив розвитку сучасної економіки» [6] де поєднано декілька позицій оцінки інтеграції як процесу і як результату. У першій позиції, «інтеграція розглядається як процес або дія, що має своїм результатом цілісність: об'єднання, з'єднання, відновлення єдності; в другій позиції поняття розглядається як результат процесу інтеграції, стан впорядкованого функціонування частин цілого – інтегрованість; і в третій позиції під інтеграцією розуміється одночасно процес і результат взаємодії відокремлених структурних елементів будь-якої сукупності, що призводить до оптимізації зв'язків між ними і до їх об'єднання в єдине ціле, тобто в єдину систему, що володіє новою якістю і новими потенційними можливостями». В свою чергу Футало Ю.Р. в своїй роботі «Дефініція інтеграції як чинника розвитку національної економіки» нагадує про те, що «існує дискусія щодо розуміння інтеграція як процесу та інтеграції як сукупності відносин» [7], тоді як Шапошніков К.С. [8] в своєму дослідженні інтерпретує термін «інтеграція» з двох позицій: «інтеграція як стан» і «інтеграція як процес».

Отже, інтеграція це процес об'єднання в єдине ціле розрізаних рівноцінних систем, з обов'язковою умовою об'єднання в нову надсистему, яке повинно супроводжуватися її подальшим розвитком на новому рівні. Тобто кінцевим результатом інтеграції повинна стати нова система по всіх якостях краща ніж попередня. Так як суб'єктами нашого дослідження виступають транспортна інфраструктура ЄС та України, то слід припустити, що результатом процесу інтеграції повинна стати більш розвинута,

модернізована та укріплена транспортна інфраструктура України, яка б повноцінно увійшла в Європейську транспортну мережу.

Сучасний економічний розвиток України та її політичне становище перетворює процес інтеграції на імператив, логічну закономірність подальшого розвитку держави, в тому числі і в частині інтеграції інфраструктурних секторів України в інфраструктурні сектори Європейського Союзу. Однак галузева інтеграція не є однорідною, так як сама складається з процесів підгазуевої інтеграції. Так в автомобільній, морській та авіаційній галузі українська транспортна система має певний рівень інтегрованості, тоді як для внутрішнього водного транспорту процес інтеграції взагалі ще не розпочато, Окремо варто розглянути залізничну галузь: високошвидкісний залізничний транспорт в Україні взагалі відсутній, іноземні потяги до нас не їздять а колії іншої ширини ніж в ЄС.

По суті процес міжнаціональної, світової інтеграції, це імператив світового економічного розвитку, якому спряють всеохоплюючий науково-технічний прогрес, розвиток технологій та розвиток транспортної інфраструктури, яка зближує, робить відстані умовно меншими за рахунок збільшення швидкостей з розвитком високошвидкісного транспорту.

Висновки.

По-перше, на сьогодні не існує єдиного підходу до поняття «інтеграція», через те, що це економічне явище може приймати досить багато форм та видів.

По-друге, теорію міжрегіональної інтеграції слід розглядати як частину або в контексті міжнаціональної інтеграції, як частину більш глобального процесу.

По-третє, залишаються не розробленими теоретичні та методичні підходи до галузевої інтеграції, які будуть відрізнятися від теоретичних та методичних підходів до міжнаціональної інтеграції або інтеграції підприємств.

По-четверте, немає єдиного підходу до визначення поняття «інтеграційний імператив», через безліч форм, що приймає інтеграція з урахуванням мотивів які переслідують суб'єкти заданого інтеграційного процесу. Проте, простежується нарощення змістовності та ознак, що вкладають в це поняття автори, дослідники за поширенням глобалізаційних процесів в світі. Якщо раніше це поняття застосовувалось суто до підприємств – мезорівень, сьогодні в поняття «інтеграція» вкладається набагато ширше розуміння процесів об'єднання, набуває ознаки не лише процесу економічної діяльності, а і імперативу світового економічного розвитку.

По-п'яте, нами виявлено різноманітність підходів до сутнісного розуміння терміну «інтеграція» – процес, стан, результат, відносини – які роблять його гнучким для кожного автора для вкладання необхідного змісту, та говорить про відсутність єдиного теоретичного підходу до розуміння цього терміну. А широкий спектр класифікаційних ознак вказує на те, як в залежності від суб'єкту дослідження може змінюватись та коригуватись визначення цього терміну.

Список використаних джерел:

1. Чорна О.Ю. *Дефініції інтеграції* // *Економіка. Менеджмент. Підприємництво: Збірник наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.* – Вип. 20. – Луганськ, 2008. – С. 159–165.

2. Заяць О.І. *Теоретичні основи міжнародної економічної інтеграції в умовах розвитку торгівельно-економічних відносин між країнами.* *Ефективна економіка* № 10, 2013. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2432>

3. Футало Ю. Р. *Дефініція інтеграції як чинника розвитку національної економіки* / Ю. Р. Футало // *Науковий вісник Мукачівського державного університету.* Сер. : *Економіка.* – 2016. – Вип. 1. – С. 76-80. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2016_1_14

4. Полгородник О. В. *Інтеграція України до європейського економічного простору: теоретико-методологічні положення* / О. В. Полгородник // *Вісник Донбаської державної*

машинобудівної академії. – 2017. – № 1. – С. 145-151. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddma_2017_1_28

5. Дефініції поняття “інтеграція” та його ролі в конкурентному ринковому процесі / С.В. Білоусова // *Культура народів Причорномор'я*. – 2009. – № 176. – С. 64-68. – Бібліогр.: 19 назв. – укр.

6. Карпенко О. О. Інтеграція як імператив розвитку сучасної економіки / О. О. Карпенко, О. Є. Бабина // *Актуальні проблеми економіки*. – 2014. – № 3. – С. 22-30. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_3_4

7. Футало Ю. Р. Дефініція інтеграції як чинника розвитку національної економіки / Ю. Р. Футало // *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка*. – 2016. – Вип. 1. – С. 76-80. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2016_1_14

8. Шапошников К. С. Сучасні підходи до визначення інтеграції та її характерних рис / К. С. Шапошников // *Вісник соціально-економічних досліджень*. – 2012. – Вип. 1. – С. 379-383. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2012_1_58

УДК 336.7

Н.В. ФІШЕР

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Артем'єва О.О.,

Університет державної фіскальної служби України,

м. Ірпінь, Україна

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

В сучасних економічних умовах головними тенденціями банківського сектору України стали: підготовка до валютної лібералізації, розвитку високотехнологічних напрямків та активізація кредитування різних секторів економіки. Поліпшення фінансового стану банків на тлі макроекономічної стабілізації, а також періодичний надлишок ліквідності створили передумови для обережного відновлення кредитування [1].

Дослідженням кредитних операцій займалися такі вітчизняні науковці: А. М. Герасимович, Л. М. Кіндрацька, Л. П. Кулаковська, В. І. Ричаківська, Л. П. Снігурська, Б. Ф. Усач та ін. Але, зміни політичної і економічної ситуації у країні, спричинили зміни законодавчої та нормативно-правової бази щодо кредитної політики банківських установ та потребують поглиблення подальших досліджень.

Метою дослідження є аналіз стану банківського кредитування в Україні та визначення проблем та перспектив розвитку.

Українські банки функціонують в умовах невизначеності та мінливості національної економіки, а позики надають в умовах підвищеного ризику. Політичні, економічні та соціальні складові розвитку країни створюють для проведення банківського кредитування певні особливості. З початку 2014 року відбувся злам позитивного тренду зростання обсягів кредитування економіки на негативний. З жовтня 2014 року падіння рівня кредитування набуло прискорення.

Аналізуючи стан банківської сфери в Україні, спостерігаємо фінансовий крах банків через неефективну та ризиковану кредитну політику. Як наслідок, актуальною є проблема щодо вдосконалення діяльності банків у сфері кредитування. Банкам необхідно проводити кредитні операції, які здатні отримати максимальний прибуток та знизити ризик, що пов'язано із процедурою кредитування загалом.

В Україні кожен другий кредит не повертається, що його видав банку. Вина за це багато в чому лежить на самих банках, які в гонитві за надприбутками надають позики сумнівним клієнтам.

Згідно з даними щоквартального опитування про умови кредитування, яке проводиться Національним банком України (НБУ), в першому кварталі 2018 року було відзначено зростання активності банків в плані схвалення заявок на видачу кредитів - як юридичним, так і фізичним особам. При цьому банкіри очікують, що в подальшому кількість кредитів буде рости: 76% опитаних вважають, що виросте їх кредитний портфель для бізнесу, 69% прогнозують приріст кредитів для населення. І це при тому, що обсяг так званих «непрацюючих» кредитів, за якими повернення коштів малоімовірно, в українських банках не тільки не скорочується, але в деяких випадках навіть збільшується.

Дослідження банківського кредитування свідчить, що українські банки в останні роки здійснювали значну кількість банківських операцій, переважну частку яких становили кредитні операції, що становлять сукупний кредитний портфель банку та банківської системи України. Основні показники стану міжбанківського кредитного ринку в Україні за 2012–2018 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні показники стану міжбанківського кредитного ринку України, 2012-2018 рр.

Показник	Рік						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг наданих кредитних ресурсів, млн. грн.	1128630	910739	1559796	1122616	331985	311583	332959,8
Середньозважена відсоткова ставка, %	12,32	4,68	10,82	21,81	17,98	13,5	17,2

Джерело: розроблено автором на основі [4].

У 2012–2017 рр. банківське кредитування має лише негативні тенденції. У 2017 р. загальний обсяг наданих кредитів зменшився на 20 402 млн. грн., що дорівнює 6,5%, але у 2016 р. загальний обсяг наданих кредитів порівняно з 2015 р. зменшився на 790 631,1 млн. грн., що дорівнює 70,43%. Середньозважена відсоткова ставка у 2015 р. зменшилася на 3,83%, що у відсотковому значенні дорівнює 17,56%, це є позитивним фактором, але у 2015 р. порівняно з 2012 р. середньозважена відсоткова ставка зросла на 5,66%, що у відсотковому значенні дорівнює 45,94%.

Дії регулятора пов'язані з необхідністю боротися з високою інфляцією, яка за підсумками 2017 року склала 13,7%, а за 2018 рік – 9,8%. Однак високі процентні ставки відлякують бізнес. У свою чергу, банки в цій ситуації все частіше кредитують сумнівні проекти, які нібито гарантують більшу прибутковість, однак при цьому підвищують ризик збільшення кількості «токсичних» позик.

Разом з тим, є надія, що галопуюча інфляція буде зупинена, а це повинно спричинити за собою зниження облікової ставки НБУ протягом наступних трьох років і, відповідно, зменшення відсотків за банківськими кредитами (табл. 2).

Таблиця 2

Прогнозні дані ставки по кредитам в національній валюті на 2019-2020 роки

	Реальні дані					Прогноз	
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ставка по кредитам в національній валюті, на кінець року, % річних	16,6	20,4	15,2	17,5	17,2	15,0	14,0

Джерело: розроблено автором на основі [6].

Однак, поки банки замість бізнес-проектів будуть продовжувати кредитувати державні цінні папери, не виконуючи свою функцію бути «кровоносною» системою реального сектора економіки, поки вони будуть і далі використовуватися для відмивання і виведення коштів, підриваючи тим самим довіру до себе.

Отже, серед проблем кредитування банківськими установами суб'єктів господарювання в Україні необхідно виокремити основні: 1) економічний та політичний стан в країні є нестабільним; 2) нормативно-правова база в Україні в розрізі банківської сфери є досить недосконалою та неактуальною; 3) облікова ставка НБУ є високою, через що кредитування є досить дорогим; 4) для клієнтів надані не вигідні кредитні угоди; 5) процедура отримання кредиту займає багато часу тощо.

З огляду на вищесказане, необхідно зробити наступне: а) проводити глибокий моніторинг і аудит не тільки вкладених, але і виданих коштів; б) переймати досвід стійких іноземних банків; в) інвестувати в навчання персоналу по оцінці платоспроможності клієнтів банку; г) збільшувати ринкову частку іноземних банків для забезпечення здорової конкуренції; д) імплементувати законодавчі вдосконалення, що сприяють поліпшенню бізнес-клімату в Україні; е) підтримувати незалежність НБУ від політичних рішень і шахрайських дій учасників ринку; є) зробити банківські послуги більш якісними для покращення їх конкурентоспроможності; ж) встановити обмеження відсоткових ставок за кредитами в межах державних актів та контролювати його виконання.

Список використаних джерел:

1. Артем'єва О.О. Банківське кредитування АПК: сучасний стан та перспективи розвитку// Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Вип.21. Ч.1. С.13-19.
2. Лаврик О.Л. Аналіз банківського кредитування в сучасних умовах розвитку економіки України// Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2016. № 2. С. 69–80.
3. Рогожнікова Н.В. Основні тенденції банківського кредитування в сучасних умовах фінансово-економічної кризи// Фінансовий простір. 2015. № 3. С. 72–80.
4. Національний банк України. URL: <https://www.bank.gov.ua>
5. Фориншурер – журнал о страховании. URL: <http://forinsurer.com/>
6. Экономический анализ и актуальные тенденции: прогноз на 2018 - 2020 годы. URL: <http://icps.com.ua/schomisyachnyu-byulet-en-ekonomichnyu-analiz-i-aktualni-tendentsiyi-prohnoz-na-2018-2020-roky-hruden-osnovni-ekonomichni-pokaznyky/>

УДК 330.34(477)

С.С. ЧЕРНИЧКО

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Проскура В.Ф.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕВАГИ ДІЯЛЬНОСТІ ОФШОРНИХ ЮРИСДИКЦІЙ

Вперше термін «офшор» (англ. offshore – дослівний переклад англ. – поза берегом) з'явився в американській пресі наприкінці 50-х років минулого століття. Йшлося про фінансову структуру, яка звільнялася від оподаткування шляхом розміщення свого офісу поза межами США [1].

За даними міжнародного валютного фонду (МВФ) офшорні юрисдикції – це юрисдикція, яка має відносно велику кількість фінансових інститутів, які спеціалізуються на обслуговуванні ділових зв'язків нерезидентів; фінансова система із зовнішніми активами і зобов'язаннями, які не співпадають з внутрішнім; центри які забезпечують такі послуги:

низький рівень чи нульовий рівень оподаткування, пом'якшене фінансове регулювання, банківську секретність і анонімність.

Ознаками офшорної діяльності є [2]:

- особливості формування режиму оподаткування на території офшорної юрисдикції. В більшості випадків це стосується компаній-нерезидентів, а в окремих випадках національних та іноземних компаній від здійснення діяльності за кордоном. При цьому податок на прибуток – відсутній або коливається у межах 1-2%;

- переваги реєстрації та особливі спрощені режими діяльності компаній в межах офшорної юрисдикції. При реєстрації не обумовлено розмір статутного фонду, невисока витратність реєстрації компанії тощо;

- спрощена система фінансової звітності;
- преференції у ліцензуванні діяльності;
- недоступність та нерозголошення інформації про діяльність компаній на території офшорної юрисдикції для бенефіціарів;

- мінімально встановлена кількість резервних вимог центрального банку країни;
- відсутність валютного контролю для нерезидентів та валютний контроль для резидентів офшорної зони. Операції з валютою – необмежені;

- комунікаційна доступність.

ОЕСР було опубліковано перелік офшорних юрисдикцій, який складається з трьох розділів:

1. На першому містяться юрисдикції, які «досягли значних успіхів» у застосуванні вироблених міжнародних стандартів податкового співробітництва: Аргентина, Австралія, Американські Віргінські Острови (США), Барбадос, Великобританія, Угорщина, Німеччина, Греція, Гернси, Данія, Джерсі, Ісландія, Ірландія, Іспанія, Італія, Канада, Китай, Кіпр, Корея, Мальта, Маврикій, Мексика, Нідерланди, Нова Зеландія, Норвегія, Острів Мен, ОАЕ, Польща, Португалія, Російська Федерація, Сейшельські Острови, Словацька Республіка, Туреччина, Фінляндія, Франція, Чеська Республіка, Швеція, Південна Африка, Японія.

2. У другому перелічено юрисдикції, які взяли на себе зобов'язання перейти на встановлені стандарти, але ще не зробили цього: Андорра, Англія, Антигуа і Барбуда, Аруба, Багами, Бахрейн, Беліз, Бермуди, Британські Віргінські Острови, Кайманові Острови, Острови Кука, Домініканська Республіка, Гібралтар, Гренада, Ліберія, Ліхтенштейн, Маршаллові Острови, Монако, Монтсеррат, Науру, Нідерландські Антильські Острови, Ніуе, Панама, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія, Сент-Вінсент і Гренадини, Самоа, Сан-Марино, Теркс і Кайкос, Вануату.

3. В останньому перелічено країни, які не відповідають стандартам і до яких, найімовірніше, застосують певні санкції: Коста-Ріка, Лабуан, Філіппіни та Уругвай.

В окрему підгрупу виділено «інші фінансові центри» – Австрію, Бельгію, Бруней, Чилі, Гватемалу, Люксембург, Сінгапур, Швейцарію.

Серед фінансово-економічних переваг діяльності офшорних юрисдикцій наведемо такі основні (табл. 1).

Таблиця 1

Фінансово-економічні переваги у діяльності офшорних юрисдикцій зарубіжних країн

№ з/п	Країна	Переваги
1	2	3
1	Австрія	Ефективність компаній для схем володіння активами
2	Болгарія	Найбільш низький корпоративний податок в Європі Податок у джерела на дивіденди 5% Можливість застосування IFRS замість місцевих стандартів бухгалтерського обліку
3	Великобританія	Такий офшор у Великобританії не підлягає валютному контролю

1	2	3
4	Угорщина	Надійна банківська система Можливість акредитації на безмитних митних складах, де можна переоформляти вантажі, оплачуючи тільки митні процедури
5	Гібралтар	Низька вартість щорічної підтримки Повне звільнення від податків
6	Гонконг	Фінансовий центр Азії Офшори в Гонконзі мають можливість отримати звільнення від податків Відсутність ПДВ Податкове законодавство Гонконгу відповідає вимогам ОЭСР
7	Данія	Відсутність датського податкового номера Немає валютного контролю
8	Ірландія	Компанії мають статус резидентних Немає правил «тонкої капіталізації» Немає правил «трансфер прайсинг»
9	Кіпр	Корпоративний податок один з найнижчих в ЄС - 10% Дивіденди, що виплачуються акціонерам, не оподатковуються

Отже, економіко-фінансові переваги включають переваги щодо оподаткування, здачі фінансової звітності, конфіденційності тощо. Серед основних суб'єктів діяльності офшорних юрисдикцій – є офшорні компанії.

Список використаних джерел:

1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
2. Cassard M. The Role of Offshore Centers in International Financial Intermediation / M. Cassard // IMF Working paper. – 1994. – № 107. – PP. 22-32.
3. Picciotto S. Tackling Tax Havens and Offshore Finance. Seminar on Money Laundering, Tax Evasion and Financial Regulation /S. Picciotto. [Electronicsource]. – 2012. – Mode of access: www.tni.org/crimedocs/picciotto.pdf.
4. Хейфец Б. А. Роль офшоров в глобальной экономике / Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 11. – С. 69-76.

УДК 519.7:007:005.1

Н.І. ШАБРАНЬКА

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник відділу модернізації механізмів управління економікою,
Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України,

Б.М. ЩУКІН

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
доцент кафедри теоретичної та практичної економіки,
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України,
м. Київ, Україна

**МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ ІНФЛЯЦІЇ ВІД ВАЛЮТНОГО КУРСУ ТА
МАКРОЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Погано керована інфляція є додатковим податком на кінцевого споживача (населення) та гальмує процеси фінансування економіки (як з боку сукупного попиту, та і з боку пропозиції). Інфляційні тенденції можуть мати різні причини і характер їх протікання в залежності від зовнішніх та внутрішніх причин. Українські макроекономічні

реалії за 2001-2018 рр. свідчать про особливий вплив на інфляцію з боку девальваційних тенденцій, а в останні 4 р ще і від зростання цін та тарифів на продукцію та послуги державних монополій.

«Доларизація» української економіки набула значного поширення, в тому числі і в результаті лібералізації операцій з валютою, проведеної в останньому році. Використання курсу іноземної валюти для оціночних цілей щодо заробітної плати, вартості рухомого і нерухомого майна, доходності фінансових операцій, активів корпорацій, порівнянь з іншими країнами мають загальнопоширений характер. Не припинені кредитні операції з коштами у валюті. Широке використання доларового еквівалента свідчить про невиконання національною валютою всіх функцій грошей. Мінімізація курсових коливань, навіть в умовах «плаваючого курсу», є однією з функцій центрального банку, яка дозволяє говорити про фінансову стабілізацію та сприятливе економічне середовище для розвитку економіки.

Після останньої кризи економіки у 2014-2015 рр. інфляція зменшилась з 48,7% у 2015 році, 13,9 у 2016 р. до 10,9 % у 2018 р. при задекларованому НБУ зниженню інфляції до 6 %. Двозначний рівень інфляції не сприяє зменшенню вартості грошей та зростанню обсягів інвестиційних кредитів. Без належного рівня капітальних інвестицій (з різних причин) маємо низьку частку валового нагромадження у валовому внутрішньому продукті (18,8 %) та темпи зростання ВВП на рівні 3-3,4 відсотків замість потрібних 7-9 відсотків на рік.

Питання збалансування інфляційних процесів, поширення умов фінансової до макроекономічної стабілізації є актуальними для всіх суб'єктів економічних відносин внутрішніх і міжнародних, особливо в сучасній ситуації, коли треба створювати умови для швидкого економічного зростання економіки. ВВП країни досі залишається нижче рівня 1990 року.

Потреба в оцінці взаємовпливу цін і валютного курсу залишається важливим елементом грошово-кредитних відносин в економіці, який впливає на всі сфери: від макроекономіки до ситуації на товарних ринках і в домашніх господарствах. Залишається актуальним аспект вибору Національним банком предмету своєї первинної відповідальності: валютний курс чи інфляція. НБУ задекларував політику таргетування інфляції при плаваючому валютному курсі в залежності від попиту і пропозиції. Важливими є питання пошуку оптимальної політики використання їх взаємовпливу з метою покращення фінансово-економічного стану в Україні.

Переламними роками в динаміці зміни курсу валют були 1998-99 рр., 2008-2009 рр., 2014-2015 рр., коли вартість національної валюти зменшувалась в рази. Своєю чергою, зміна ціни на іноземну валюту відповідним чином впливає на економічні процеси в країні. Інфляція та курсові зміни становлять єдину систему, яка має створювати режим фінансової стабільності для соціально-економічного розвитку національної економіки.

Факторні зв'язки інфляції та макросередовища (16 показників) і відбір найбільш суттєвих з них досліджувалися на основі тісноти статистичної залежності. За період 1998–2016 рр. значення коефіцієнта кореляції між курсом долара США та показником ІСЦ становило 0,1483, тобто кореляція є дуже слабкою. У періоді 2004–2016 рр. коефіцієнт кореляції виріс до значення 0,3567. За період 2006–2014 рр. коефіцієнт кореляції зростає до 0,3884, а за період 2009–2017 рр. – до 0,6549. При цьому треба враховувати, що значні девальвації в кризові роки значно погіршують показники статистичної залежності рядів валютного курсу та інфляції.

На рис. 1 наведені тренди річних змін валютного курсу і інфляції за останні 7 років, лише для 2013-2015 років графічно проглядається залежність цінових змін від курсових.

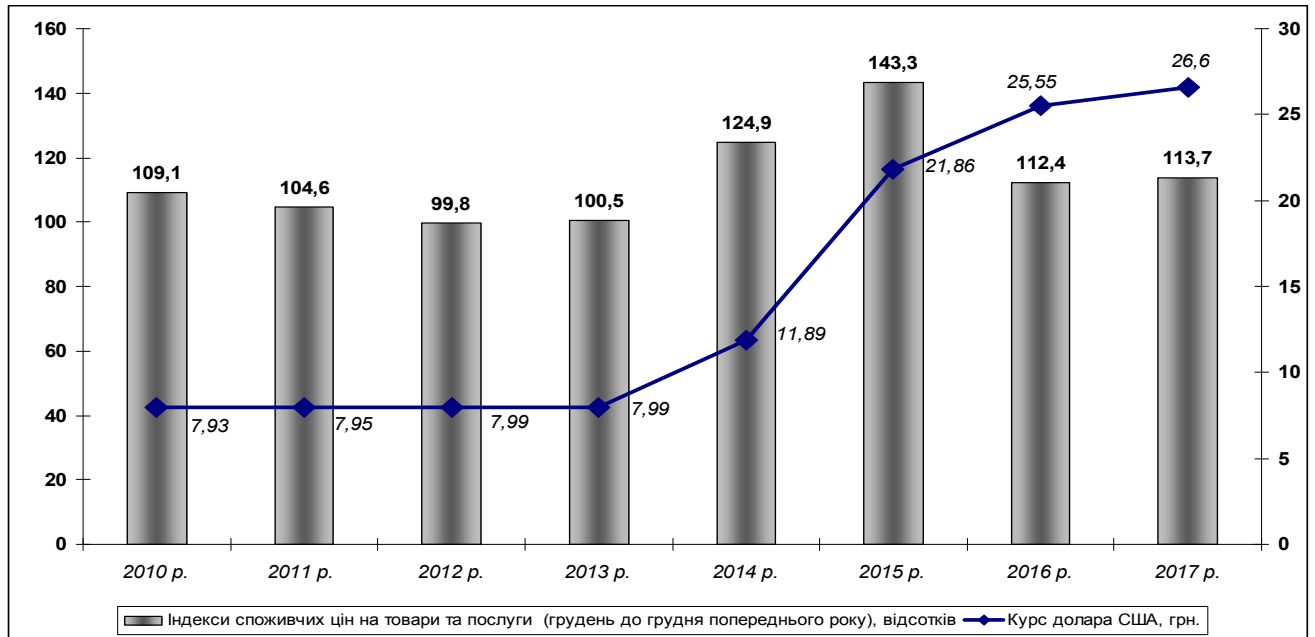


Рис.1. Порівняння довгострокових трендів цінних та валютних змін

Очевидно, що ефект переносу валютного курсу на внутрішні ціни має складний нелінійний характер, залежить від інших макроекономічних процесів в економіці, потребує системного підходу з урахуванням інших макроекономічних змін в економіці. Для більш детального дослідження була розроблена макроекономічна лінійна модель залежності інфляції від змін валютного курсу та інших макроекономічних показників.

Структура моделі, складається з чотирьох незалежних блоків (рис. 2), які є відносно автономними формами відтворення залежності інфляції від валютного курсу і окремих пов'язаних з ним макроекономічних факторів. За кожним блоком оцінюється вплив його факторів на цінні тенденції а після розрахунків по блокам проводиться агрегована оцінка індексу споживчих цін. Методика такого кінцевого узгодження може змінюватися: від середньоарифметичної величини, середньозваженої величини з різними акцентами на вплив макрофакторів і до оптимізації вибору різних форм залежностей для досягнення більш логічного тренду інфляції (коли мінімізується відхилення розрахункового значення індексу споживчих цін від фактичного).

Блочна побудова моделі дозволяє змінювати її структуру та результати розрахунків в залежності від отриманих результатів, їх економічної логіки, тотожності з реальними процесами в економіці країни. В тому числі з використанням даної моделі, можуть окремо проводитися прогностичні розрахунки на основі факторів, які відображають зміни в грошово-кредитній сфері та інших макроекономічних пропорціях.

В результаті проведеного дослідження факторних зв'язків між інфляцією, валютним курсом та макроекономічним середовищем найбільш суттєвими виявилися наступні залежності індексу споживчих цін від показників-факторів:

у першому блоці (однофакторні залежності) враховані фактори: темп зростання (спаду) облікової ставки НБУ; ВВП (у цінах попереднього року); темп зростання (спаду) грошового агрегату МЗ; середньомісячна заробітна плата (реальна); темп зростання (спаду) курсу валюти дол. США; індекс промислової продукції; темп зростання експорту товарів і послуг.

у другому блоці (багатофакторні залежності) враховані фактори: ВВП (у цінах попереднього року); середньомісячна заробітна плата (реальна); темп зростання (спаду) курсу валюти дол. США; індекс промислової продукції; темп зростання експорту товарів і послуг;

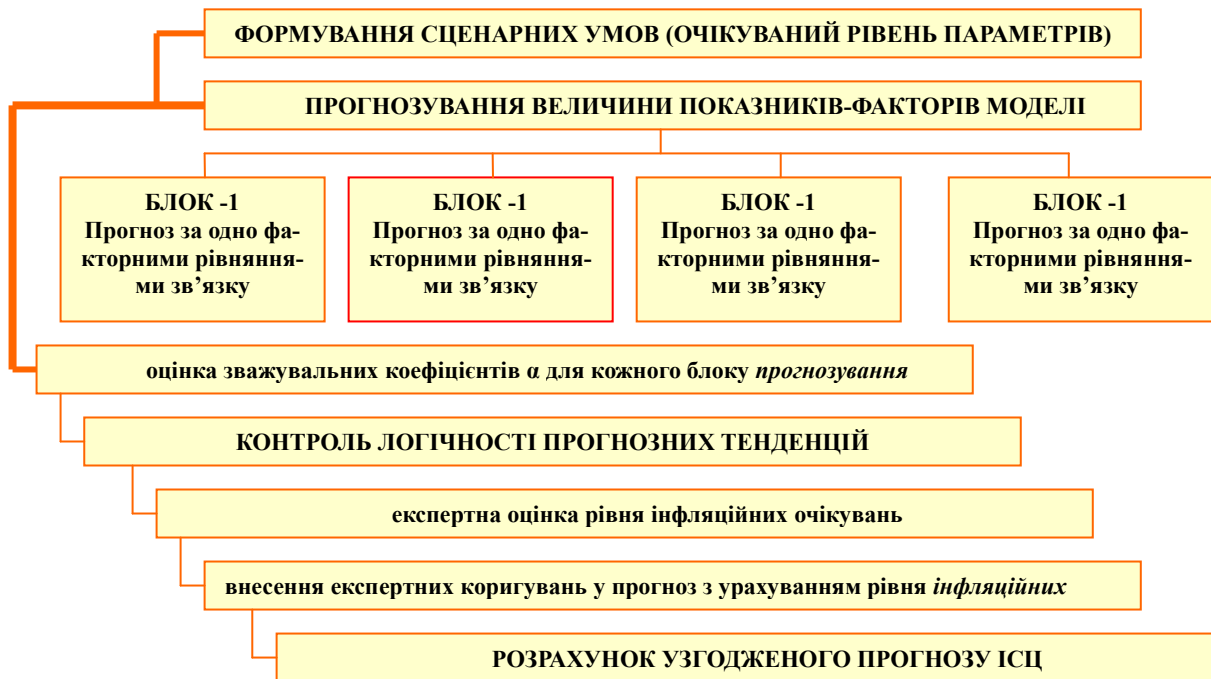


Рис.2. Структура моделі аналізу інфляції в залежності від валютного курсу та макросередовища

у третьому блоці (багатофакторні залежності) враховані фактори: темп зростання (спаду) облікової ставки НБУ; темп зростання (спаду) грошового агрегату МЗ; темп зростання (спаду) курсу валюти дол. США;

у четвертому блоці (часові залежності) враховувались залежності динамічних рядів від фактору часу.

Розроблена модель, як система статистичних рівнянь-залежностей між рівнем інфляції і зміною комплексу макропоказників, в тому числі валютного курсу, дозволила оцінити складні процеси взаємодії різних аспектів макросередовища та мати можливість розраховувати прогнозні тренди інфляції в залежності від зміни валютного курсу та інших макропараметрів. Розрахунки по моделі орієнтовані на середньострокові прогнози соціально-економічного розвитку України до 20123-2025 рр.

Частина показників-факторів, використаних в моделі, залежить від державної політики (є умовними «регуляторами»), що дозволяє моделювати зміну інфляції від обраних сценаріїв розвитку, вибираючи найбільш оптимальну комбінацію показників макросередовища.

УДК 336.1(477)(043.2)

В.О. ЯРОЩУК
студент ОС «бакалавр»,
Науковий керівник: к.е.н., доц. Побоча К.П.,
Університет державної фіскальної служби України,
м. Ірпінь, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Сьогодні в умовах масової глобалізації фінансових ринків та євроінтеграційного майбутнього України особливої актуальності набуває вивчення новітніх тенденцій регулювання ринку фінансових послуг. Головною метою дослідження є аналіз

нинішнього механізму державного втручання в регулювання ринку фінансових послуг та виявлення сучасних тенденцій регулювання, які можуть дієво застосовуватися у нинішніх економічних умовах. Залежно від особливостей функціонування національної фінансової системи, обумовлених специфікою законодавства, рівнем економічного розвитку та регулювання економіки, виділяють три моделі наглядових систем:

1. Секторну модель, яка ґрунтується на точному розподілі завдань і функцій наглядових органів за діяльністю окремих секторів – банківського, страхового та ін.

2. Модель за завданнями, відповідно до якої обов'язки наглядових органів розподілено на основі завдань і функцій нагляду: нагляд за діяльністю фінансових посередників і на регулювання бізнесу у фінансовій сфері з метою забезпечення його прозорості.

3. Модель єдиного нагляду, за умови використання якої відбувається концентрація всіх наглядових функцій в єдиному наглядовому органі.

Розглядаючи моделі регулювання та нагляду за діяльністю фінансового сектору, слід враховувати низку умов, які повинна задовольняти ефективна регулююча структура.

Досвід країн Європи показує перевагу ідеї централізації функцій управління ринком фінансових послуг у єдиній структурі. На думку науковців і практиків в Україні потрібно створення окремої незалежної державної фінансової установи з повноваженнями проведення фінансового нагляду регулювання на консолідованій основі із назвою «Державна інспекція фінансового нагляду», яка б володіла повною незалежністю, сприяла розвитку і підвищенню стабільності а також підвищення ліквідності фінансових ринків завдяки більш скоординованим управлінським заходам.

З'єднання наглядових органів виконає такі завдання: забезпечить схожість методик оцінки стану фінансових посередників та надасть змогу комплексно дослідити тенденції розвитку фінансового сектора, його ризику.

На довгострокову перспективу в умовах загострення кризових процесів на світових фінансових ринках, а також враховуючи необхідність збереження ліквідності національних фінансової і банківської систем України, держава має оптимізувати свою діяльність за наступними пріоритетними напрямками модернізації сфери фінансових послуг:

- залучення механізмів «інтегрованого нагляду» та уніфікація вимог і стандартів фінансової діяльності з міжнародними стандартами;
- залучення систем ризик-орієнтованого нагляду на засадах індивідуального підходу до оцінки ризиків деяких учасників ринку або їхніх активів; модернізація систем моніторингу та розкриття інформації установ для всіх клієнтів;
- забезпечення високого ступеня інституційної можливості державних регулюючих органів.

Таким чином, з метою подолання даних недоліків пропонується впровадити для удосконалення державного регулювання ринку фінансових послуг в Україні систему економічного прогнозування на основі кон'юнктури фінансового ринку та створити єдиний регулятор фінансового ринку на основі Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку і Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, який функціонуватиме відповідно до набутого зарубіжного досвіду у цій сфері і дасть змогу усунути розбіжності та протиріччя, які сьогодні є у системі органів державного регулювання ринку послуг.

Список використаних джерел:

1. Аналітичний огляд ринку фінансових послуг України за 2015 рік [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_4_2015.pdf

2. Аналітичний огляд банківської системи України за I квартал 2016 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_1_kv_2016.pdf

СЕКЦІЯ 3
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

UDC 331:005.95/96

Y. DEMYAN
PhD in Economics, Associate Professor,
Y. TOKAR
PhD in Economics, Senior Lecturer,
E. MARKOVA
postgraduate student,
Scientific supervisor:
Doctor of Economics, Professor Hoblyk V.V.,
Mukachevo State University,
Mukachevo, Ukraine

FEATURES OF MANAGEMENT DEVELOPMENT OF ENTERPRISES PERSONNEL

The effectiveness of any company's operation is foremost determined by the degree of development of his staff. Human resources management nowadays became the central to any organization and it is not about hiring or firing the people. This problem is putted in the angle of the solution and forward – thinking companies focusses on the recruitment, direction and management of human assets and are making strategical plans for the future in order to make the employees more valuable to the organization.

In conditions of modern fast aging theoretical knowledge and practical skills, the ability to continuously improve its professional skills, is on the one hand an important factor in ensuring it competitiveness, on the other hand, is a problem for almost all companies according to R. Marr and G. Schmidt, the development of staff is a learning process and improvement of staff qualification [1]. N. Tom under the development of the system staff understands a focused set of informational, educational and affiliated with specific workplace elements that contribute to the skills development of employees of the company in accordance with the tasks of development of the company itself and potential and the preferences of its employees [2].

Taking into account the thoughts of the scientist one can say that the development of the employees is a steadily process that leads to the quantitative and qualitative changes of one's life, which ensures the desired conditions of life, work and leisure.

Personnel development is a set of organizational and economic measures of the company concerning to:

- education and training
- organization of the innovative work
- professional adaptation of staff;
- evaluation of candidates for a vacant position;
- planning a business career for employees;
- work with personnel reserve.

No matter what the purpose of the development of the personnel achieving of the valuable result is possible only in the condition of determination of the following principals of: the flexibility of forms and ways of development; motivation of employees; consistency, integrity and continuity of the personnel development system.

The most important component of the development of the personnel is its professional education and professional training which represent the process of obtaining of its personnel professional knowledge, skills needed to maintain certain type of work to enhance labor productivity and the competitiveness of staff and efficiency of work of enterprise as a whole [3].

IT is the professional type of work that creates the conditions for self-realization of the employees the rational use of the human resources in the process of achievement the strategical goals of the enterprise. On its turn the professional training includes:

- Primary educational professional training to the once who didn't get any specialty or worker's qualification;
- Retraining of the personnel which is determined to get any other specialty or workers qualification for the employees in order to expand their professional activity in the absence of the work corresponding to a certain specialty or loss of ability to perform the work for the former specialty;
- Advanced training, which is provided for expansion and deepening in the past received by a worker knowledge and skills due to changes of work characteristics as well as moral aging of knowledge and skills.

As a result of training and advanced training of the personnel the organization will get the following advantages:

- increasing in the business effectiveness as a whole;
- increasing the labor productivity of employees;
- increase the efficiency of the system of motivation at the enterprise;
- increase of staff trustiness to the enterprise.

The development of the all process going on in the enterprise aggravates the definition of both short-term and long-term long - term business trends. That is why one of the most important trends in the development of the personnel is to increase the adaptation of the employees to such of business trends which will help the enterprise to «up bring» its own specialists, increase their labor productivity and to reduce the turnover of personnel. The development of the system personnel adaptation should be carried out taking into account the real possibilities of the enterprise. The most popular methods include: training in the workplace and mentoring; master classes and seminars with the help of external experts, etc. But one should take into account that make a choice only on the one method is inappropriate.

Consequently, the system of personnel development at the enterprise should be flexible, capable to change the content, methods and organizational forms according to the needs of the economic activity and situation that is formed on the labor market.

Planning and managing a career development requires both an employee and the organization additional efforts, but at the same time provides a number of benefits for employees, and the organization in which he works.

Summarizing the foregoing, we have to note that the management of personnel development is the most important tool by which the organization gets the opportunity to increase the potential of human resources and to influence the formation of organizational culture.

The list of the used sources:

1. *Personnel Management in the Conditions of a Social Market Economy / Scientific. edit R. Marr, G. Schmidt. - Moscow: Izv. Mosk. Un-ta, 1997.*

2. *Thomas N. Garavan, Pat Costine, and Noreen Heraty (1995). «Training and Development: Concepts, Attitudes, and Issues». Training and Development in Ireland. Cengage Learning EMEA.*

3. *Savchenko V. A. Personnel Development Management: Teaching. manual. - K .: KNEU, 2002. - 351 pp.*

MOŽNOSTÍ ZLEPŠENIA MOTIVÁCIE PRÁCE PERSONÁLU V SPOLOČNOTIACH

Jednou z hlavných funkcií riadenia podniku je práve motivácia. Podnik môže realizovať svoj potenciál ekonomického rastu len za podmienok efektívnej motivácie. Nedostatočná motivácia v podniku môže však byť spomaľujúcim faktorom pre rast ukazovateľov výkonnosti jej činnosti.

Práve, preto otázka zlepšovania motivácie práce zamestnancov v spoločnosti je aktuálnou a sa stala príčinou výberu témy výskumu, sformovala jej účel a ciele.

Otázke efektívnej motivácie práce v spoločnosti venovali svoje vedecké práce tak domáce ako aj zahraniční vedci. Medzi nimi sú: A. Afonin, V. Abramov, D. Bohyňa, A. Grishnová, A. Maslow, E. Mayo, M. Meskon, R. Owen a iní.

V prácach týchto vedcov z rôznych uhlov pohľadu sa skúmajú teoretické a praktické otázky týkajúce sa efektívneho personálneho manažmentu. Ale, napriek tomu, väčšina domácich spoločností dnes nemajú efektívny systém motivácie zamestnancov. Je potrebné sa zaoberať otázkou vývoja a zavádzania motivačného mechanizmu, beriac do úvahy špecifiká činností každého hospodárskeho subjektu. Pri riešení tohto problému je vhodné brať ohľad na domáce a zahraničné skúsenosti.

V ekonomickej literatúre existuje mnoho definícií motivácie, ktoré odhaľujú jej podstatu z rôznych strán. Účinnosť práce za rovnakých podmienok sa určuje osobným postojom človeka k práci, jeho pracovným správaním. Pracovné správanie je zase určené vplyvom mnohých faktorov, ktoré účinkujú s rôznou silou v rôznych smeroch.

Vo všeobecnosti pod pojmom motivácia sa rozumie súbor hnacích síl, ktoré stimulujú osobu vykonávať určité činnosti. Tieto sily môžu mať tak vonkajší, ako aj vnútorný pôvod a prinútiť osobu úmyselne alebo nevedome uskutočňovať jeden, alebo druhý čin [1].

Postoj k práci je charakterizovaný túžbou, (alebo nedostatkom túžby) človeka maximálne prejavovať svoje fyzické a duchovné sily, využívať svoje skúsenosti a vedomosti, schopnosti, dosahovať určité kvantitatívne a kvalitatívne výsledky práce. Ten sa prejavuje vo správaní, motivácii a ohodnotení práce.

Pracovné správanie sa je vonkajším prejavom postoja k práci, motivácia a hodnotenie sú vnútorné.

V závislosti od ľudského správania sa, motivácia je procesom vedomého výberu jedného alebo druhého typu úkonu, a to v dôsledku komplexného vplyvu vonkajších a vnútorných faktorov (patrične stimuly a motívy).

V manažmente motivácia to je funkcia riadenia, ktorej základom je vytváranie stimulov pre pracovníkov (povzbudzovať k práci s plným odhodlaním), ako aj v dlhodobom vplyve na zamestnanca s cieľom zmeny podľa zadaných parametroch štruktúry jeho hodnotových orientácií a záujmov, tvorby primeraného motivačného jadra a vývoja na tomto základe pracovného potenciálu.

Podstata motivačnej teórie spočíva v tom, že osoba, ktorá si je vedomá zverených jej úloh a odmeny, ktorú môže získať za ich riešenie, zrovnáva toto so svojimi potrebami, schopnosťami a vykonáva určité aktivity.

Rozmanitosť názorov potvrdzuje, že motivácia je komplexný proces, ktorého účinnosť je hodnotená na základe výsledkov činnosti spoločnosti.

Hlavné úlohy motivácie:

- formovanie chápania každým zamestnancom podstaty a dôležitosti motivácie v pracovnom procese;
- odborná príprava personálu a riadiacich pracovníkov ku psychologickým základom vnútropodnikovej komunikácie;
- vytvorenie demokratických prístupov každého manažéra k personálnemu riadeniu, s využitím moderných metód motivácie.

Na vyriešenie týchto problémov je potrebná analýza: procesu motivácie v organizáciách; individuálnej a skupinovej motivácie; zmien, ktoré sa stávajú v motivácii ľudskej činnosti pri prechode na obchodné vzťahy [2].

Motivácia ako hlavná funkcia manažmentu, je spojená s procesom vzbudenie seba samého a iných ľudí do činnosti, vytváraním motívov na dosiahnutie osobných cieľov a cieľov organizácie.

Obsah funkcie motivácie spočíva v určených potrebách zamestnancov a zabezpečení ich spokojnosti v organizácii; vo vývoji systémov odmeňovania za vykonávanú prácu; v uplatňovaní rôznych foriem odmeny; vo využívaných stimuloch pre efektívnu spoluprácu medzi zamestnancami v tímoch aj v spoločnosti ako celku [3].

S pomocou motivácie manažment spoločnosti môže riešiť nasledujúce úlohy:

- prilákať a udržať v organizácii si najlepších odborníkov;
- uznávať činnosti zamestnancov, ktorí dosiahli významné výsledky, ďalej stimulovať ich tvorivú činnosť;
- demonštrovať postoj manažmentu k vysokému výkonu práce;
- popularizovať najlepšie výsledky práce pracovníkov;
- používať rôzne formy uznania zásluh;
- zlepšovať morálny a psychologický stav zamestnancov cez vhodnú formu uznania;
- zaisťovať zvýšenie pracovnej aktivity kolektívu spoločnosti.

Prepojenie funkcií motivácie a kontroly je vo všetkých štádiách vykonávania úloh zamestnancami, ale obzvlášť jasne sa objavuje v predbežných a záverečných fázach práce. Je známe, že predbežná kontrola sa uskutočňuje ešte pred začatím vykonávania. Prostriedkami, ktoré majú výrazný motivačný vplyv na zamestnancov, môžu byť: rozvoj jasných noriem, štandardov a požiadaviek; stanovenie konkrétnych cieľov a úloh pre zamestnancov; vývoj systémov odmeňovania; poskytnutie všetkých potrebných materiálov; výber kvalifikovaných odborníkov. S pomocou týchto nástrojov majú ľudia konkrétne obsahové smerovanie, sa definujú jasné kritériá a štandardy správania sa, za dodržiavanie, ktorých budú pracovníci dostávať odmenu [3].

Pre zvýšenie efektívnosti činnosti spoločnosti je potrebné zvýšiť motiváciu zamestnancov, čo môže spôsobiť:

- zvýšenie výkonnosti zamestnancov;
- operatívne dosiahnutie cieľov spoločnosti;
- prepojenie výkonnosti zamestnancov s platobnou a nie peňažnou stimuláciou;
- transparentnosť systému povzbudzovania;
- pokles obratu zamestnancov;
- zlepšenie psychologickéj klímy;
- zlepšenie tímovej práce [4].

Pod takýmto systémom pracovných ukazovateľov by sa malo chápať - súbor kvantitatívnych a kvalitatívnych ukazovateľov účinnosti využívania živej práce vo výrobnom procese [5]. Medzi hlavné ukazovatele práce patria:

- produktivita práce (priemerná mesačná, priemerná ročná produkcia na zamestnanca personálu alebo pracovníka) a prácnosť výroby produkcie (výrobný program);

- počet zamestnancov (priemerná mesačná, priemerná ročná, vrátane kategórií zamestnancov);
- mzdový fond spoločnosti vrátane kategórií zamestnancov a podľa štrukturálnych útvarov;
- priemerná mzda (priemerná mesačná, priemerná ročná, v spoločnosti, vrátane kategórií zamestnancov a podľa štrukturálnych útvarov);
- celkový fond pracovného času;
- fond pracovného času jedného priemerného pracovníka;
- priemerná doba pracovného dňa (zmena);
- počet odpracovaných dní (zmien, hodín) jedného zamestnanca alebo pracovníka.

Spôsoby, ako zlepšiť motiváciu práce, sú rozdelené na materiálne a nemateriálne.

Prvý spôsob odráža úlohu motivačného mechanizmu odmeňovania v systéme zvyšovania produktivity. Zahŕňa prvky zlepšenia mzdového systému, možnosti zamestnancov sa podieľať na majetku a zisku spoločnosti. Motivačný mechanizmus odmeňovania je nepochybne dôležitý, ale neustále zvyšovanie úrovne miezd neprispieva k udržaniu pracovnej aktivity na správnej úrovni ako aj zvyšovaniu produktivity práce. Aplikácia tejto metódy môže byť užitočná pre dosiahnutie krátkodobého rastu produktivity práce [2].

Materiálna motivácia zahŕňa:

- plat;
- pravidelné peňažné prémie pri príležitosti určitých podujatí (výročie služby, rôzne štátne a náboženské sviatky);
- nepravidelné peňažné prémie pri príležitosti určitých udalostí v živote pracovníka (výročie, pôrod, určité úspechy v práci);
- ostatné platby v hotovosti (úroky z podpísaných zmlúv, honorári).

K druhom nemateriálnej motivácie patria:

- dary;
- sociálny balík;
- školenia;
- firemné oslavy;
- otvorenosť a neustály dialóg vedenia s personálom; iné druhy motivácie.

Ďalším typom motivácie sú sociálne dávky:

- bezplatné lekárske vyšetrenia;
- oddych zadarmo počas dovolenky;
- rekreačné možnosti a podmienky na športovanie.

Tento typ motivácie si vyžaduje relatívne nízke náklady na zamestnanca za rok, ale zvyšuje status organizácie v očiach zamestnancov, keďže zamestnanec vidí starostlivosť o seba zo strany vedenia. Okrem toho, takýto druh dodatočnej motivácie, ako lekárske vyšetrenie vám umožní ušetriť na nemocenskej dovolenke a potom aj na invalidných platbách (už na štátnej úrovni).

Rozšírenie pracovných funkcií je zavedenie rôznorodosti do práce zamestnancov, to znamená zvýšenie počtu operácií, ktoré vykonáva jeden zamestnanec. Výsledkom je predĺženie pracovného cyklu každého zamestnanca a zvýšenie intenzity práce.

Obohatenie práce to je poskytnutie osobe takú prácu, ktorá by umožnila rast, tvorivosť, zodpovednosť, sebarealizáciu, začlenenie do jej povinnosti niektorých funkcií plánovania a kontroly kvality hlavnej a niekedy aj vedľajších činností.

Zlepšovanie pracovných podmienok je najakútnejším problémom súčasnosti.

Ďalším spôsobom nemateriálnej stimulácie je zlepšenie organizačnej kultúry: formovanie poslania organizácie, definovanie princípov formovania vzťahov s vnútorným a vonkajším prostredím organizácie, definovanie osobných kompetencií a vzorcov správania sa, podpora práce v súlade s vnútornými motívmi a potrebami zamestnancov.

Platené školenie je jedným z najdôležitejších momentov v systéme motivácie zamestnancov. Takéto školenie je často spojené s odpočinkom [6]. Zamestnanec má možnosť sa odchýliť od dennej rutiny, získať nové vedomosti, nový motivačný „náboj“. Počas motivačných tréningov komunikujú zamestnanci spoločnosti neformálnejšie, čo prispieva k zblížovaniu a formovaniu tímového ducha. Podnik, na druhej strane, získava pracovníkov pokročilej kvalifikácie.

Ďalším typom motivácie je usporiadanie firemných osláv, počas ktorých sa uskutočňuje zblíženie kolektívu. Takéto oslavy vyžadujú prítomnosť vedenia. Ved, je jednoduchšie komunikovať v neformálnej situácii. Zamestnanci potom cítia, že manažér a oni patria do jedného tímu. Podľa lídrov mnohých finančných inštitúcií Ukrajiny, takéto motivačné stretnutia najviac spájajú ľudí v kolektíve.

V záujme zvýšenia efektívnosti organizácie práce a jej efektívnosti sa navrhuje zapájať zamestnancov do tvorby cieľov a rozhodovania. Keď podriadení poznajú všetky nuansy a zvláštnosti svojej práce, ich rady môžu byť veľmi užitočné. Okrem toho, riešenia sa budú realizovať za účasti podriadených s väčšou presnosťou, čím sa zlepší vzťah s personálom a sa zvýši efektívnosť riadenia.

Preto, hlavnou úlohou manažmentu každej spoločnosti by malo byť vytvorenie efektívneho motivačného prostredia.

Zoznam použitých zdrojov:

1. Nikiforenko V.G. *Personálny manažment: Učebná pomôcka. 2 - he vydanie, opravené a doplnené.* - Odesa: Atlant, 2013 rok - 275 s.

2. Kolot A.M. *Motivácia personálu: učebnica / A.M. Kolot.* - K.: KNEU, 2005. - 337s.

3. Korolova K. *Vzťah motivácie a úrovne profesionálnych výsledkov / K. Koroleva // Personál.* – 2008. - č.2. –C. 50-55.

4. Leshchenko, L.O. *Motivácia práce ako faktor zvyšovania ziskovosti výroby / L.O. Leshchenko // Efektívna ekonomika.* - 2016 – č.4. - *Režim prístupu k časopisu:* <http://www.economy.nayka.com.ua>

5. Vasyuta V.B. *Moderný systém ukazovateľov práce v spoločnosti / V.B.Vasyuta, T.V. Čečil // Efektívna ekonomika.* – 2014. – č.12. - *Režim prístupu k časopisu:* <http://www.economy.nayka.com.ua>.

6. Shafranska T.Y., *Základné druhy motivácie zamestnancov / T.Y. Shafranska, O.V. Kolomiets [Elektronický zdroj]. - Prístupový režim:* http://www.rusnauka.com/10_DN_2013/Economics/10_133226.doc.htm

UDC 330.332

S.A. KRAVCHENKO
Doctor of Economics, Professor,
Professor of Chair of Business, Trade and Exchange Activity,
Kyiv Cooperative Institute of Business and Law,
Kyiv, Ukraine

NETWORK MODEL OF MANAGEMENT OF EFFICIENCY OF WORKING CAPITAL WITH USE OF SCHEME FACTORING

One of potential own sources of financial resources or decrease in debt loading for the enterprise is optimisation of structure of working capital. Thus internal sources of realisation of such potential, as a rule, at a today's stage of development are already involved.

One of directions of search of optimisation of the means involved in an operational cycle, research of possibilities of application of network management methods which assume use as object of management not only the enterprise, but also its environment is. About it such

authors, as directly write B.A. Lundwall, specifying in importance of influence of relations "manufacturer-consumer" on innovations and their efficiency, on necessity of search of new forms of such relations [1, p. 64]. A.E.Karlik and V.V.Platonov in [2], focus attention that network innovations of special type of optimisation of management of the innovations which maintenance consists in formation of network structures and mechanisms at which participants of a network get access to resources each other. Some laws of formation and functioning of cooperation networks [3, 4] are by this time studied. However till now, according to Dwarf A.E. And Platonova of Century of Century Formation of conceptual bases of maintenance of optimisation of management by innovations of this direction is not finished. Thus authors assert that from «an administrative and economic science formation of a conceptual basis and creation of such methodical maintenance of network organizational-administrative innovations which will allow to minimise транзакционные costs is required and to make projects of optimisation of management innovations economically justified.

For working capital optimisation, within the limits of network management, the method of optimisation of relations of the enterprise with its partners in a uniform chain of creation of the added cost, that is relations "supplier-consumer" should be developed. On the type network management is preventive, that is is realised through the initiative of the subject of the management, one of participants of relations, on the basis of the forecast of behaviour of its object of the management, the second participant and environment, instead of as reaction to already occurred change.

Legally all participants of joint process of formation of the added cost are independent subjects of economic activities in whom the vertical control systems having the purposes operate, maximisation of commercial result - economic profit is basic of which. One of possible directions of increase of profit is the centrifugal aspiration to increase the share of participation in distribution of the general for a uniform chain of result at the expense of decrease in a share of other participants. In such conditions, for harmonisation of horizontal relations of independent participants in a uniform chain within the limits of network management, it is necessary, that its result promoted performance of the purposes facing these participants.

The analysis of character of mutual relations of subjects of managing within the limits of the uniform operational process, spent during long-term practical work on their harmonization and covering the enterprises of different branches, the sizes, legal forms, has shown that a widespread case is the situation at which interaction develops between the subjects different on the size, to efficiency and a financial position. In such situation it is logical, as capital cost in the financial market for such enterprises will differ. Such some kind of «levering» creates possibilities for increase of cumulative efficiency of their interaction which can be redistributed subsequently between them. For the purpose of realization of the specified potential the model of optimization of working capital with scheme use factoring has been developed.

Economically factoring represents the special form of financing and it is used in case of deliveries of the goods (services) from the Supplier to the Consumer under the contract providing a delay of payment. Main principles of work with use factoring:

- The contract of delivery of the goods (service) between the Supplier and the Consumer provides a payment delay;
- After delivery of the goods (service) the Supplier concedes the requirement right under the contract to the Factor;
- The factor pays to the Supplier the basic part of the sum of the conceded right of the requirement (as a rule, 90 % from the sum), thereby financing its working capital for the period of a payment delay;
- After payment term the Consumer pays 100 % of the sum of debts for the contract of delivery for the put goods (service) to the Factor;
- The factor after reception of payment of debts from the Buyer pays the remained 10 % of the sum of the right of the requirement to the Supplier behind a minus of the commission;

- The Factor commission is established as financing cost in percentage annual and defined proceeding from credit risk or the Supplier, or the Consumer, depending on the form factoring. So, at the simple form factoring when together with the right of the requirement the Factor gets also all risks connected with evasion of the debtor (Consumer) from payment of a debt, cost factoring will pay off proceeding from credit risk of the Consumer in spite of the fact that financing is received by the Supplier. In a case factoring with the recourse right, risks of evasion from payment of debts by the Consumer remain with the Supplier as the Factor has the right to address for collecting of debts of the Consumer at a neo payment the last to the Supplier. And in this scheme commission calculation will be carried out on the basis of credit risk of the Supplier.

It is necessary to notice that the present stage of development of relations "Supplier-consumer" is characterized by increase in terms of payment from the Consumer for the put goods so, repayment terms with a delay of payment (90-180) days are world practice. All large manufacturers, network structures of retails get all necessary goods and services on such conditions. It is thus obvious that such scheme of calculations redistributes the general requirement for working capital on economic activities realization in steam from the Consumer to the Supplier in view of that he should dig up resources for financing of the production cycle for a delay, means in payment of the goods (services) from the Consumer will not arrive yet. In such situation there is economically expediently use of the offered administrative innovation, allowing to optimize working capital in which basis the scheme [5, 6, 7, 8] lies factoring.

In practice, two variants of interaction are possible. The first when weaker partner (the small either average enterprise or the enterprise with rather low profitability and or high debt loading) acts in a role of the Supplier, and stronger (large, steady, more profitable and others) in the Consumer role, and the second, when on the contrary.

All cumulative annual economic benefit, in the form of economy on financial expenses at the expense of decrease in the interest rate of financing, will be generated on balance of the Supplier. For redistribution of cumulative annual effect between the Supplier and the Consumer, the mechanism of change of a delay of payment under the delivery contract can be used. As a result of increase in terms of payment under the delivery contract there will be a change of requirement in working capital at the Consumer and by that reduction of its percentage expenses. In case of absence at the Consumer of the extra capital, the positive effect will find the reflexing in increase of efficiency of own capital, liberation of the means connected before in a turn on investments or realization of other projects of the enterprise.

For efficiency increase scheme use factoring with recourse is expedient. Thus the Factor finances the Consumer by acquisition of its debts at the Supplier, and the Consumer pays to the Factor money for the goods for the agreed period expiration. Presence of possibility of recourse in the given scheme means that in case of infringement of the contract and failure of terms of payment from the Consumer, the Factor has the right to address to the Supplier for return listed by it under the contract factoring means, that is risks of weaker partner - the Consumer in the transaction do not pass from the Supplier to the Factor, and remain with the Supplier. As a result, it allows the Factor, at commission calculation for factoring, to be guided by risk and a credit rating of the Supplier, instead of the Consumer, thereby providing cost of financing for the Consumer, not accessible to it at independent loan in the free financial market.

Application factoring allows the Supplier to reduce terms of payment of debts of the Consumer and it to optimize the structure of the working capital, and to the Consumer to cut down the financial expenses at the expense of interest rate decrease. As technically, the work scheme on factoring assumes payment of the commission to the Factor the Supplier, indemnification of such expenses from the Consumer can be carried out through an establishment of the additional margin on the goods delivered under the contract of delivery.

Thus, in the course of research the network administrative innovation - model of management by efficiency of working capital with scheme use factoring is developed. Two

possible variants of interaction in a chain «the supplier - the consumer», the first when weaker partner (the small either average enterprise or the enterprise with rather low profitability and-or high debt loading) acts in a role of the Supplier, and stronger (large, steady, more profitable and another) in a role of the Consumer, by the second, when on the contrary are defined. Economic benefit in offered model is based on decrease in requirement for working capital at the expense of change of repayment terms for stronger participant of relations "supplier-consumer" and depreciation of extra financing for weaker.

The list of the used sources:

1. Lundwall, B.-A. *The Learning Economy and the Economics of Hope* // Anthem Press, 2016. – P. 13-15.
2. Карлик, А.Е. *Изучение организационно-управленческих инноваций в перспективе инновационного развития предприятий* / А.Е. Карлик, В.В. Платонов // Вестник факультета управления СПбГЭУ. – 2017. – № 1. – С. 487-491.
3. Дятлов С.А. *Сетевые эффекты и возрастающая отдача в информационно-инновационной экономике* // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 2. – С. 7-11.
4. Платонов, В.В. *Влияние трансграничных кооперационных сетей на динамику инновационной деятельности в приграничных регионах* / Платонов В.В., Бергман Ю.П., Хултин Т. // Финансы и бизнес. – 2010. – № 1. – С. 47-64.
5. Vaccaro, I.G., Jansen, J.J.P., Van Den Bosch, F.A.J., & Volberda, H. *Management innovation and leadership: The moderating role of organizational size* // Journal of Management Studies. – 49 (1). – 2012. – P. 28–51.
6. Volberda, H.W., Van Den Bosch, F.A., & Heij, C.V. *Management innovation: Management as fertile ground for innovation* // European Management Review. – 10(1). – 2013. – P. 1–15.
7. Wolfe, R. A. *Organizational innovation: Review, critique, and suggested research directions* // Journal of Management Studies. – 31. – 1994. – pp. 405–431.
8. Woodman, R.W. *Toward a theory of organizational creativity* / Woodman, R.W., Sawyer, J.E., & Griffin, R.W. // Academy of Management Review. – Vol.18(2). – 1993. – P. 293-321.

UDC 658.15(043.2)

V.F. PROSCURA

Doctor of Economics, Professor,
Head of Management Department,

A.H. LYZANETS

PhD in Economics, Associate Professor of Management Department,
Mukachevo State University,

Mukachevo, Ukraine,

M.I. SHELEPA

Master in Marketing,
Corvinus University of Budapest,
Budapest, Hungary

SYSTEM APPROACH TO COMMERCIAL ENTERPRISE PROFIT MANAGEMENT

Profit management is considered as the process of making appropriate managerial decisions. In terms of the system approach profit management is the complex multi-level system, which includes the following subsystems: subsystem of profit planning; subsystem of profit analysis; subsystem of profit forecasting and control subsystem. Each of these subsystems

has its own specific goals and objectives. However, each of these subsystems is under the influence of others. For example, the volume of profits, generated on the first stage, determines the direction of its distribution. System approach to profit management includes the study of the ways of organizing subsystems into a single entity and the impact of system functioning as a whole on its separately taken links. The greater the profit of the enterprise is, the more it can solve economic, technical and social problems by allocating funds in certain usage areas. The usage effectiveness affects future opportunities for increasing profits at the stage of its formation.

The strategic orientation of the profit management system is the definition of perspective directions of the enterprise's activity on the basis of analysis, evaluation and forecasting of the market environment state, determining the level of profit received and the possibilities of its optimization. One of the fundamental elements of profit management is the development of alternative solutions for tactical and strategic tasks, as well as the ability to model alternatives to the concept of integrated profit management through the enterprise management system. The profit management system is formed within the enterprise, regulating certain management decisions. A number of aspects of profit formation, distribution and usage can be regulated by the target profit management policy formed taking into account requirements of the regulations and internal rules.

The profit management system includes the following elements:

- goals and objectives of management;
- choice of management objects;
- management mechanism;
- organizational support;
- methods of profit analysis;
- profit planning methods;
- mechanism of enterprise profit distribution;
- profit internal control methods [5].

The profit management system is presented as the element of general enterprise management system, which has certain properties, functions and connections, the implementation of which is aimed to increasing the enterprise efficiency through the implementation of targeted actions set to optimize costs.

Systemic profit management involves managing the factors that affect it.

The methodology of enterprise profit management includes the allocation of principles - source rules, basic provisions, the compliance of which will ensure the effectiveness of its functioning. Attitude to such principles from management is determined by their general legal culture and level of professionalism.

The main principles that should be taken into account while constructing of profit management system are:

- 1) Formation of the integral view of the profit management system, identification of ways to implement measures that provide high-performance activities.
- 2) The essence of the company's profit in terms of integrated approach, its effective assessment is reflected in its management system.
- 3) Due to the fulfillment of its functions, the role and objectives of profit in the economy at the macro- and micro- level, is determined by its ability to provide the interests of the state, owners and personnel of the organization.
- 4) The concept of multivariable profit, its connection with various aspects of the domestic economy is realized in the profit management system.
- 5) The profit profile of the organization and the environment in which it operates are interconnected. Therefore, ensuring the enterprise financial management quality, maintaining it at the required level is the fundamental task.

6) The profit management system is characterized by the random nature of the indicators characterizing it change, as far as it is realized in conditions of uncertainty and risk.

The variety of factors, affecting profit, requires its classification. The most interesting classification of profit influence factors is given by I. Blank [1]. In accordance with it there are such groups of profit factors:

1. External

2. Internal

2.1. Productive:

- tools for work;
- subjects of labor;
- work activity.

2.2. Out-of-productions:

- organization of product sales;
- provision of commodity-material values;
- organization of economic and financial work;
- social conditions of work and the enterprise employees life.

At the same time, factors affecting profits are classified according to different criteria. External and internal factors differ from each other. Internal factors are factors that depend on the activities of the enterprise itself and characterize the work of the team. External factors are factors that do not depend on the activity of the enterprise itself. However, they can have significant impact on profits.

Both external and internal factors are divided into the following types: extensive and intensive.

The extensive factors reflect the volume of productive resources (for example, changes in the number of employees, the cost of fixed assets), their use over time (change of working day, the ratio of changes in equipment, etc.), as well as unproductive use of resources (their waste).

Intensive factors include factors that reflect or contribute to resource efficiency (for example, personnel development, equipment productivity, advanced technology implementation). Also, it should be noted that internal factors are divided into non-productive and production factors. Production factors reflect the availability and usage of the main elements of the production process associated with the profit receipt. In the process of implementing the enterprise economic activity associated with the production of goods and product sale, these factors are closely linked and interdependent. Competent, efficient profit management involves the construction of appropriate organizational and methodological systems at the enterprise to ensure this processes, knowledge of the basic mechanisms of profit generation, the use of modern methods for its analysis and planning. In order to improve the enterprise profit management system, it is rational to use margin analysis based on marginal income to provide systematic approach to the study of factors affecting profits, the process of generating and forecasting profits. This requires:

- to use a new format for profit generation, based on the division of enterprise costs into a variable and a constant part;

- to analyze the break-even point for the enterprise and individual commodity items in order to determine its loss-making types, as well as determine the financial sustainability margin of the enterprise, which will allow to control the profit in case of deterioration of the market situation;

- to use break-even analysis to optimize the production structure (product portfolio) to maximize profits;

- to use the effect of the working leverage, which should be calculated for the enterprise as a whole and for individual commodity items, and will allow the company to set the certain rate of sales growth or cost structure, changes in profit in the planned period;

- to analyze and forecast profit based on the margin approach.

This requires a relatively small amount of output information. Basing on the margin analysis, one can study the income dependence on a small range of the most important factors, which allows more fully to take into account the relationship between these indicators and more accurately measure their impact.

An important feature of the margin analysis is that, due to it, you can analyze the relationship and interdependence between the volume of production, costs (cost) and income from the main activities of the enterprise. It is based on the relationship between sales income, costs and profits, when production is limited to certain production capacities, the increase or decrease of which is not possible in a short period of time. The implementation of the measures listed in several paragraphs above, will allow us to form an effective profit management system and significantly improve the work of the enterprise.

The list of the used sources:

1. Бланк И.А. *Управление прибылью* / И.А. Бланк. – К. : НикаЦентр, Эльга, 2007. – 602 с.
2. Гаватюк Л.С. *Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення* / Л.С. Гаватюк, Н.В. Дармограй, Г.М. Хімійчук // *Молодий вчений*. – 2016. - № 1 (28). – С. 40-43.
3. Єніфанова І.Ю. *Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності* / І.Ю. Єніфанова, В.С. Гуменюк // *Економіка та суспільство*. – 2016. – № 3. – С. 189-192.
4. Опікунова Н.В. *Управління прибутком підприємства* / Н.В. Опікунова, В.Г. Лопата // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2014. – № 46. – С. 294-298.
5. Поддєрьогін А.М. *Фінанси підприємств : підручник* / А.М. Поддєрьогін – 8-е вид. – К. : КНЕУ, 2013. – 385 с.
6. Покропивний С.Ф. *Економіка підприємства* / С.Ф. Покропивний. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.
7. Сагайдак-Нікітюк Р.В. *Управління господарською діяльністю підприємства: навч. посіб.* / Р.В. Сагайдак-Нікітюк, А.Б. Гончаров. – Х. : Зебра, 2015. – 256 с.

UDC 339.372

O. VISHNEVSKAYA
Candidate of Agricultural Sciences,
Associate Professor at the Department of Education, Trade and Business Relations,
Kyiv Cooperative Institute of Business and Law,
Kyiv, Ukraine

ASPECTS OF MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

The transformation of economic relations, the development of a market economy in Ukraine, predetermined the use of such economic categories as “competitiveness” to assess the financial and economic activities of subjects.

The degree of competitiveness makes it possible to assess the balance of power in the market and serves as the main guideline for the formation of strategic directions for the development of the national economy. Competitive relations, in our opinion, represent the economic mechanism by which the effective use of the factor-forming elements of economic growth is carried out [1].

Competition makes it possible to identify the strengths and weaknesses of market actors, opportunities and threats, which in a market economy takes on special significance.

Competitiveness, being an estimated indicator, includes the following elements of an assessment [2]:

- subjects (government agencies, customers, investors);
- objects (goods, services, enterprises, organization, industry, region, country);
- evaluation criteria (development rate, market position, financial resources, solvency, price level, quality, etc.).

The competitiveness of an enterprise arises in a situation related to the need to produce a competitive product, service. The main factors of enterprise competitiveness include:

- profitability of economic activity;
- level of labor productivity;
- innovative nature of the activity;
- high degree of mobility in a changing market;
- effectiveness of strategic management and planning.

From this it follows that the more a company has competitive advantages and the higher the level of their quality characteristics, the more favorable the conditions for its efficient operation.

The competitiveness of economic entities is ensured by the presence of competitive advantages, which are based on factors of both the internal and external environment.

Competitiveness under the influence of various factors may tend to increase or decrease, depending on the reserves of competitiveness. Under the reserves of competitiveness refers to the untapped opportunities of the enterprise to optimize costs and maximize profits.

The content of factors of competitiveness in general form is disclosed by the English economist M. Porter from the position of factors of production, both internal to the enterprise and external, combining the factors into five groups [3].

These include: human resources (characterized by size, qualifications, labor cost); physical resources (include the quantity, availability and cost of natural resources); knowledge resource (information system (scientific, technical, market); monetary resources (capital, cost, which is used to finance the enterprise); infrastructure (a set of institutions serving a particular sector of the economy and affecting the nature of competition). Between "competitiveness" and "efficiency" economic categories in relation to retail there is a close relationship.

Consequently, the competitiveness of retail trade depends largely on the efficiency of the financial and economic activities of the commercial enterprise. However, competitiveness does not always characterize their achievement of planned performance indicators. Efficiency reflects the ratio of the result of activity to costs for a certain time, and competitiveness is a result of the achieved result at the time point, which indicates that the economic category "competitiveness" has the property of dynamism depending on factors of external and internal environment, which is not characteristic of the category of "efficiency". At the same time, an increase in efficiency does not always affect the growth of competitiveness at a given point in time.

Efficiency is defined as the ratio of the result to cost, and competitiveness is evaluated in comparison with the level of performance of enterprises - competitors.

Efficiency can be a factor in determining competitiveness, in turn, the efficiency of trade enterprises is determined by most of the indicators of competitiveness, which confirms the dependence of the efficiency and competitiveness of trade enterprises.

Factors affecting competitiveness and efficiency in the trade industry include the following: economic, legal, international, financial, affecting the quality of trade services, information and others.

However, some of them have a direct impact on them, others indirectly. This indicates that efficiency is a result of the influence of factors of the internal environment, and competitiveness is mainly of factors of the external environment [4].

One of the main factors affecting the relationship of efficiency and competitiveness in retail, in our opinion, are pricing and assortment policies, as well as the quality of services provided.

At the present stage of development of the economy of Ukraine, the result of the activities of a significant part of business entities are services, which implies a clear idea of their economic content and significance.

Features of trade, as a branch of the national economy, suggest research on trade services, both in a broad and narrow sense, by the nature of their provision for public and private.

In a general sense, “the service of the trade industry” is a trading and technological process of buying and selling goods, focused mainly on meeting the effective demand of the “average” mass consumer. In a particular sense, “trading service” implies interaction with a specific consumer with individual requests.

At the same time, public and private services are interconnected, and also suggest different levels of supply and consumption of services.

At the present stage of economic development, the buyer assumes the receipt of the maximum value from the trading service. Value is the ability of a product or service to satisfy a need or provide benefits to a customer.

So, retailers should constantly work to outpace competitors, using different strategies in their operations, depending on the level of competitiveness and the type of commercial enterprise.

The list of the used sources:

1. Футало Т. В. *Формування конкурентних систем у сфері торгівлі: монографія* / Т. Футало – Львів: Вид-во ЛКА, 2006. – 292 с.
2. Bianchi C. *An institutional perspective on retail internationalization success // International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. - 2004. - 14. - P. 149–169.*
3. Портер М. *Конкуренція* / М. Портер. Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
4. Biles J. *Globalization of food retailing and the consequences of Wal-Martization in Mexico. - New York: Routledge, 2006. - P. 350.*

УДК 658.8

В.М. БИСАГА
магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Науковий керівник: к.е.н., доц. Феєр О.В.,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Зовнішнє бізнес-середовище ставить перед підприємствами нові вимоги до ведення господарської діяльності зі зміщенням акцентів в бік активізації маркетингової діяльності. Маркетингова діяльність сучасного, прогресивного підприємства має спрямовуватись на виявлення споживчих потреб, виробництво (надання) необхідного товару (послуги), формування адекватної ціни, налагодження системи розподілу і ефективного стимулювання збуту. Всі ці заходи забезпечать підприємству конкурентні переваги на ринку і як наслідок ефективність господарської діяльності.

Термін «маркетинг» в перекладі з англійської «market» означає «ринок». Існують різноманітні підходи до змісту маркетингу – діяльність, процес, філософія, вид управління, інструмент, форма обміну, війна, комплексне поняття.

Ф. Котлер вважає, що «маркетинг – це вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб за допомогою обміну [1, с.21]. Т. Левітт зазначив, що «под маркетингом понимается деятельность, направленная на получение фирмой информации о потребностях покупателей с тем, чтобы фирма могла разработать и предложить потребителю необходимые товары и услуги» [2]. Еванс Дж.Р., Берман Б. вважають, що маркетинг – це передбачення, управління і задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території та ідеї шляхом обміну [3, с.17]. American Marketing Association трактує маркетинг як функцію організації, яка включає сукупність процесів зі створення, просування і постачання споживчих цінностей на основі управління зв'язками зі споживачами, внаслідок чого організація несе ризики та отримує вигоду [4]. Павленко І.І. трактує маркетинг як багатогранне філософсько-практичне поняття, інструмент конкуренції, який тісно пов'язаний із людською діяльністю та процесами управління організації, націленими на обмін організації зі споживачем та на вибір споживача на користь організації [5, с.94].

У сучасному розумінні маркетинг становить цілу систему діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення успіху його продукції на ринку та, відповідно, низку концепцій управління бізнесом суб'єкта економічних відносин, орієнтованих на ринковий успіх [6, с.82].

Маркетингова діяльність підприємства повинна базуватись на наступних принципах:

- необхідність повної і достовірної інформації про зовнішні умови функціонування підприємства;
- пристосування виробництва до умов ринку, вимог потенційних покупців та одночасно цілеспрямованим впливом на них;
- виробництво продукції, яка базується на точному знанні вимог покупців, ринкової ситуації та реальних можливостей підприємства;
- ефективна реалізація продукції та послуг на певних ринках у запланованих обсягах і в намічені строки;
- забезпечення довгострокової результативності виробничо-комерційної діяльності підприємства, тобто його спрямованість не на сьогоднішній, а на довгостроковий результат маркетингової діяльності підприємства, що передбачає постійний заділ науково-технічних ідей і розробок для підготовки виробництва товарів ринкової новизни;
- єдність стратегії і тактики активного пристосування до вимог потенційних покупців та цілеспрямований вплив на них, на попит і ринок для досягнення максимально можливого контролю над сферою реалізації продукції, послуг [7].

Дотримання вище перерахованих принципів забезпечить результативну та ефективну діяльність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Котлер Филип Основы маркетинга Краткий курс. Пер с англ / Котлер Филип. - М Издательский дом «Вильяме», 2007 - С.21
2. Левитт Т. Маркетинговая миопия / В кн.: Классика маркетинга: сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг : Пер. с англ / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква; Пер. Т. Виноградова, Д. Раевская, Л. Царук, А. Чех; под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб. : Питер, 2001. - С. 11-34.
3. Эванс Дж.М. Маркетинг / Дж.М. Эванс, Б.Берман - М.: Экономика, 1993. - 336с.
4. Маркетинг: підручник з грифом МОН України / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. – 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні», 2009. – 648 с.

5. Павленко І.І. *Поняття та суть маркетингу в діяльності підприємств* / І.І. Павленко, Т.Ш. Дашевська // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2015. - Випуск 3. - С.94

6. Штучка Т.В. *Значення маркетингової діяльності для підприємств агропродовольчого сектору* /Т.В. Штучка // *Економічний аналіз*, 2014 рік. - Том 17. № 3. – С.82.

7. Турпак І.В. *Основи економіки та організації підприємництва [Електронний ресурс]* / Турпак І.В. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/19570411/ekonomika/printsipi_metodi_marketingovoyi_diyalnosti.

УДК: 004.9

О.І. ВОЛОТ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,

Д.В. РОДНЄВ

магістрант,
Чернігівський національний технологічний університет,
м. Чернігів, Україна

КОНЦЕПЦІЇ ПОБУДОВИ УПРАВЛІНСЬКИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

У сучасних умовах ефективно управління господарюючим суб'єктом може бути успішно реалізоване виключно на основі сучасних інформаційних систем. Такі системи є похідними від концепцій управління, котрі містять у собі стандарти та норми управління певними функціональними напрямками.

Дослідженню концепцій управління та застосуванню інформаційних систем на підприємствах приділи увагу вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: В.С. Пономаренко, В.М. Гужва, С.І. Івахненко, Д.В. Чистов, С.В. Гливенко, Є.В. Лапін, О.О. Павленко, Г.А. Титаренко та інші.

Найвідомішими концепціями побудови інформаційних систем є: концепція планування матеріалів для виробництва (MRP), концепція планування виробничих ресурсів підприємства (MRP-II), концепція планування усіх ресурсів підприємства (ERP) та концепція планування ресурсів, синхронізованого зі споживачем (CSRП) (табл.1).

Таблиця 1

Характеристика основних концепцій побудови комп'ютерних інформаційних систем

№ п/п	Концепції	Характеристика
1	2	3
1.	DPS (Data Processing System) Системи електронної обробки даних	Зумовлює інформаційну надмірність (одні й ті самі дані могли використовуватись для розв'язування різних задач) і математичну надмірність (моделі розв'язування різних задач мали загальні блоки). Типовими прикладами систем обробки даних є системи керування запасами, виписування рахунків, нарахування зарплати
2.	MRP (Material Requirement Planning) Планування матеріальних ресурсів	Орієнтована на компанії з серійним виробництвом, де головне – точне і своєчасне забезпечення виробництва і процесу, а також на невеликі підприємства, де функції управління обмежуються обліком (бухгалтерським, складським, оперативним), управлінням запасами на складах і управлінням кадрами

1	2	3
3.	MRP II (Manufacturing Resource Planning) Планування виробничих ресурсів	Об'єднує виробниче, маркетингове, фінансове планування також із логістичними операціями. Плани виробництва складають не лише з урахуванням попиту на готову продукцію, але й з урахуванням динаміки збуту. Завданням цієї концепції є формування оптимального потоку матеріалів, сировини як у системі постачання, так і у виробництві, а також оптимізація потоку готової продукції
4.	ERP (Enterprise Resource Planning) Планування ресурсів підприємства	Концепція інтегрального управління всіма ресурсами підприємства (холдингу, групи), об'єднує модулі прогнозування, управління проектами, витратами, кадрами, фінансовою діяльністю, інвестиціями тощо
5.	CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) Планування ресурсів, синхронізованого з вимогами споживачів	Концепція планування ресурсів, синхронізована зі споживачем, яка перебудовує планування виробництва від кінцевого споживача. Вона враховує виробничі та інші ресурси підприємства, що витрачені на маркетингову, комерційну, післяпродажну роботу зі споживачем
6.	ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing) Управління внутрішніми ресурсами і зовнішніми зв'язками підприємства	Характеризується тим, що дає змогу ефективно управляти контактами з клієнтами, рекламними кампаніями, збутом, проводити маркетингові дослідження. Це досягається за рахунок створення персональних профілів клієнтів, класифікації клієнтів за різними категоріями, визначення цільових груп для рекламних кампаній, планування і контролю взаємодії з клієнтами (телефонні дзвінки, візити, розсилання рекламних і маркетингових матеріалів тощо), спрощеного доступу до даних про існуючих і потенційних клієнтів, постачальників
7.	IRP (Integrated Resources Planning) Системи інтелектуального планування	Перспективна концепція, що охоплює усі завдання автоматизації підприємства на основі систем управління знаннями та інтелектуальних систем

* Систематизовано автором на основі [1,2,3]

Концепції – MRP, MRPII та ERP – орієнтовані виключно на внутрішню діяльність підприємств і не враховують вплив зовнішніх ринкових факторів (постачальників, споживачів, конкурентів). Концепція CSRP враховує вплив ринку споживачів, ігноруючи вплив ринку постачальників.

Gartner Group визначає ERPII як бізнес-стратегію й набір специфічних для галузі додатків, які дають змогу здійснювати внутрішні та зовнішні бізнес-процеси, спільні операційні та фінансові ініціативи й оптимізувати їх [4].

Призначення ERPII полягає не лише в оптимізації ресурсів та обробленні транзакцій традиційного ERP, а й у використанні інформації. Ці функції ERP включає у процес співпраці між підприємствами.

По суті, концепція ERPII – це результат розвитку методології і технології ERP у напрямі тіснішої взаємодії підприємства з його клієнтами та контрагентами. При цьому управлінська інформація підприємства не лише використовується для внутрішніх цілей, а й слугує для розвитку співпраці з іншими організаціями. Системи ERPII характеризуються інтернет-орієнтованою архітектурою, яка суттєво відрізняється від архітектури традиційних ERP систем. Це зумовлено тим, що управлінська інформація, яка раніше зберігалась та використовувалася лише всередині підприємства, тепер має бути доступною інформаційним системам клієнтів та партнерів. А це означає, що традиційна

клієнт-серверна архітектура починає поступатися місцем веб-клієнтам та розподіленим компонентним технологіям [4].

Інтелектуальні системи – це новий клас автоматизованих систем оброблення інформації на основі ЕОМ, які моделюють розумові процеси, притаманні людині при прийнятті рішень у різних галузях соціально-економічної сфери суспільства. Системи інтелектуального планування – це перспективна концепція, що охоплює всі задачі автоматизації підприємства на базі систем управління знаннями з використанням нейронних мереж, генетичних алгоритмів, баз і порталів знань тощо [4].

Отже на основі проведеного дослідження можна сказати, що найбільш оптимальним шляхом для підприємств України є перебудова господарських процесів відповідно до принципів, що пропонуються концепціями побудови управлінських інформаційних систем. На сьогодні в Україні в переважній більшості використовуються саме такі концепції, основними користувачами яких виступають великі компанії та холдинги.

Список використаних джерел:

1. Концепції побудови комп'ютерних інформаційних систем [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://helpiks.org/5-103398.html>.

2. Сопоцько О.Ю. Узагальнення та характеристики концепції управління матеріальними потоками / О.В. Горбенко, О.Ю. Сопоцько // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К., НТУ, 2012. – вип. №10 – с. 428 - 433.

3. Концептуальна модель інтелектуальної інформаційної системи малого підприємства / О. М. Верес, Х. І. Микіч // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Інформаційні системи та мережі. - 2014. - № 783. - С. 30-38. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPICM_2014_783_6.

4. Реальний сектор економіки України в умовах становлення інформаційного суспільства: монографія / С. М. Шкарлет, М. П. Бутко, О. І. Волот. – Чернігів : ЧНТУ, 2017. – 288 с.

УДК 658.621

О.Ю. СМЕЛЬЯНОВ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Управління будь-яким об'єктом потребує володіння актуальною, повною та точною інформацією про те, на що цей об'єкт здатен у процесі свого функціонування. Як правило, кожен об'єкт управління, зокрема – підприємство, характеризується не одним, а низкою різновидів його можливостей [1, с. 272-276]. Важливо, щоб встановлені для об'єкта планові завдання відповідали його можливостям, оскільки в іншому випадку ці завдання виконано не буде. Це стосується планування діяльності як окремого працівника, так і групи працівників та підприємства загалом. Вирішення завдання вимірювання здатностей певного об'єкта управління до виконання ним тих чи інших функцій здійснюється у процесі оцінювання його потенціалу. При цьому предметом оцінювання потенціалу об'єкта виступають ті чи інші його властивості.

Зокрема, ці властивості можуть бути поділеними на внутрішні та зовнішні (функціональні). Внутрішні (конструктивні) властивості є іманентні об'єкту і не

прив'язані до умов його зовнішнього середовища, тобто вони зберігаються зі зміною цього середовища.

Відзначимо також можливість виокремлення критеріальних, ключових та базових властивостей об'єктів, зокрема, підприємств. При цьому критеріальні властивості характеризують найважливішу функціональну властивість об'єкта, ключові властивості являють собою ті властивості об'єкта, інформація про які є корисною з точки зору оцінювача його потенціалу, а базові властивості являють собою сукупність тих властивостей об'єкта, які прямо чи опосередковано визначають рівень його ключових функціональних властивостей. Також важливе значення для подальшого дослідження має поділ внутрішніх властивостей об'єкта за ступенем їх керованості. За цією ознакою властивості можна поділити на: керовані, тобто ті, які піддаються управлінським впливам, та некеровані, які цим впливам не піддаються.

За таких умов потенціал будь-якого об'єкта можна тлумачити як сукупність його зовнішніх (функціональних) властивостей, які цей об'єкт проявляє або може проявляти за певного стану середовища, у якому він знаходиться. Відповідно, оцінювання потенціалу об'єкта повинно ґрунтуватися на виокремленні та вимірюванні його зовнішніх властивостей з урахуванням середовища, в якому знаходиться цей об'єкт. Ці міркування можна розповсюдити і на випадок підприємства.

Якщо ж оцінювати прогностичний рівень розвитку підприємства у наступних періодах, то виникає необхідність вимірювання його майбутнього (перспективного) економічного потенціалу [2, с. 202-206; 3, с. 211-214]. Проте, таке вимірювання потребує оцінювання потенціалу змін на підприємстві, важливою складовою якого є потенціал економічного розвитку [4, с. 143-146]. При цьому у спрощеному розумінні потенціал економічного розвитку підприємства являє собою потенціал зростання його наявного економічного потенціалу. За більш чіткого формулювання потенціал економічного розвитку підприємства можна тлумачити як сукупність додаткових зовнішніх (функціональних) властивостей, які це підприємство може набутися за певного стану середовища, у якому воно знаходиться, збільшивши при цьому величину свого наявного економічного потенціалу.

Оцінювання потенціалу економічного розвитку підприємств потребує застосування системного підходу на засадах дослідження механізму формування стратегічного економічного потенціалу суб'єктів господарювання. При цьому важливе значення має урахування факторів невизначеності та ризику [5, с. 64-68].

Основна ідея оцінювання потенціалу будь-якого об'єкта, що є його носієм, полягає у встановленні взаємозв'язків, з одного боку, між критеріальною властивістю об'єкта та його ключовими функціональними властивостями, а, з іншого боку, між цими властивостями та керованими властивостями як самого об'єкта, так і зовнішнього середовища. Відзначимо, що для різних об'єктів та різних їх функціональних властивостей методи встановлення цих взаємозв'язків є різними. Так, для окремих функціональних властивостей продукції інколи можна встановити їх однозначний зв'язок із конструктивними властивостями. Тоді, керуючи конструктивними властивостями, можна змінювати і функціональні. Однак, для прикладу, при оцінці потенціалу розвитку інтелектуальних здібностей людини це здійснити неможливо і виникає необхідність застосування непрямих методів, зокрема, методів декомпозиції та побудови ієрархії функціональних властивостей. Стосовно підприємства, то воно займає проміжне становище і для оцінювання потенціалу його розвитку слід застосовувати комбінацію прямих та непрямих методів.

Однією з базових властивостей підприємства, які визначають його ключові функціональні властивості, є наявні у нього управлінські компетенції. Загалом, якщо підприємство не повністю реалізує потенціал свого економічного розвитку, то це значною мірою обумовлено дефіцитом відповідних управлінських компетенцій, зокрема у сфері

планування, тобто встановлення обґрунтованих значень різних показників господарської діяльності підприємства. Цих показників є багато, але, тим не менш, кількість їх є обмеженою і кожному з них можна поставити у відповідність певну компетенцію. Оскільки для багатьох показників їх обґрунтовані значення залежать від значень інших показників, то можна ввести у розгляд поняття ланцюжків планових компетенцій. Залежно від умов внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємств структура цих ланцюжків буде різною. Загалом, вона є достатньо складною. При цьому багатьом ланцюжкам компетенцій властивою є їх замкненість, що обумовлює потребу в одночасній оптимізації планових значень відповідних показників. З урахуванням викладеного, одним з найважливіших етапів оцінювання потенціалу економічного розвитку підприємства є діагностування управлінських компетенцій щодо обґрунтування планових значень показників його діяльності. Таке діагностування повинно бути прив'язане до певних операцій, які виконуються з ресурсами, що забезпечує одночасне діагностування властивостей цих ресурсів. При цьому досягатиметься упорядкованість пошуку резервів економічного розвитку підприємств.

Список використаних джерел:

1. Лесик Л. І. Типологія видів і чинників формування економічного потенціалу підприємства / Л. І. Лесик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.12. – С. 271-278.
2. Маслак О. І. Основні етапи оцінювання стратегічного потенціалу підприємства / О. І. Маслак, Л. А. Квятковська // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – 2012. – Вип. 9 (34). – Ч. 1. – С. 201–210.
3. Гришко В. А. Оцінювання поточного та стратегічного рівня інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств / В. А. Гришко, О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління». – 2010. – № 683. – С. 210-215.
4. Yemelyanov O. Y. Methodological principles of evaluating economic potential of industrial enterprise sustainable development / O. Yemelyanov, O. Kurylo, T. Petrushka // Науковий вісник Полісся. – 2018. – № 2 (14), ч. 1. – С. 141–149.
5. Дашко І. М. Методичні засади оцінювання ефективності та доцільності реалізації інвестиційних проектів з урахуванням фактору ризику / І. М. Дашко, О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Проблеми економіки та управління». – 2009. – № 640. – С. 63-69.

УДК 339.137.2

Й.П. ЗВОНАР

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

В.Г. ПИРІГ

студентка ОС «бакалавр»,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Ефективна інтеграція вітчизняної економіки у світову може відбутися лише за умови досягнення високого рівня конкурентоспроможності її суб'єктів господарювання.

Безперервне створення і закриття фірм туристичної галузі на ринку є природними і закономірними явищами ринкової економіки будь-якої держави. В той же час багатолітнє стійке і успішне функціонування туристичних підприємств є таким же об'єктивним і досить поширеним явищем. Особливості життєвого циклу підприємства залежать від того, наскільки ефективно туристична фірма веде конкурентну боротьбу на ринку туристичних послуг. Отже, формування комплексу конкурентних переваг, завдяки яким підприємство зможе задовольняти потреби своїх споживачів краще, ніж конкуренти, є першочерговим завданням управління туристичною фірмою.

Методика комплексного дослідження конкурентних переваг підприємства ґрунтується на маркетинго-орієнтованому підході до управління підприємством і включає дослідження галузі, тобто вивчення стану і тенденцій розвитку ринку в цілому й активності конкурентів зокрема, а також внутрішніх можливостей і компетентностей підприємства [1, с. 62].

Туристичне підприємство буде конкурентоздатним завдяки більшій продуктивності, яка забезпечує їй переваги по витратах, або завдяки якісним чинникам, які відрізняють його від конкурентів. До таких чинників відносяться: кваліфікація персоналу, імідж підприємства, організація і культура управлінської команди, розвинений маркетинг, сучасний менеджмент, якість послуг, що надаються.

В умовах економічних змін сучасна туристична фірма, як і будь-яке підприємство, що виробляє товари або послуги, стикається з безліччю проблем. Джерелами підвищеної складності управління є висока міра невизначеності ринкової ситуації, сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги, посилення конкуренції в туристичному бізнесі, брак фінансових ресурсів і так далі. У таких умовах фірма не може обмежуватися лише поточним плануванням і оперативним управлінням своєї діяльності. Виникає необхідність стратегічного мислення, яке повинне втілитися в програму дій, що уточнює цілі і засоби реалізації вибраної дороги розвитку. Ключовим елементом такої програми є формування та розвиток стійких конкурентних переваг.

На сучасному етапі індустрії туризму притаманні такі риси:

- необхідність значних та довгострокових капіталовкладень;
- висока трудомісткість галузі та особливі вимоги до професійної підготовки зайнятих (не тільки рівень спеціалізованої кваліфікації, а й володіння іноземними мовами, загальний культурно-інтелектуальний рівень, знання способу життя клієнтів тощо);
- висока ступінь ризикованості, пов'язана з тим, що індустрія туризму вразлива до виявів політичної, економічної нестабільності та різних природних змін.

Індустрія туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Готелі і ресторани, екскурсійні бюро і туристичні агентства часто при абсолютно однаковій матеріальній базі та ідентичному напрямку діяльності відрізняються один від одного тільки рівнем сервісу, що є інколи головним в конкурентній боротьбі за споживачів.

Складовими конкурентних переваг туристичного підприємства є переваги туристичного продукту, які можуть бути пов'язані або з вищою якістю туристичних послуг (аксіологічні), або з нижчими цінами на них (економічні), що узгоджується з прийнятою ринковою стратегією на підприємстві [2, с. 42]

Таким чином, до основних конкурентних переваг туристичних підприємств можна віднести:

1) Принципи сучасного сервісу та забезпечення їх дотримання.

Такими принципами є :

- максимальна відповідність послуг, які надаються, вимогам споживачів;
- нерозривний зв'язок обслуговування з маркетингом, його основними принципами і завданнями;

- гнучкість сервісу, його спрямованість на врахування мінливих вимог ринку, переваг споживачів туристичних послуг.

2) Створення необхідних умов для персоналу, який має забезпечити якісний сервіс.

Найбільш важливим чинником в системі конкурентних переваг туристичних фірм є чинник якісного складу трудових ресурсів. Якщо підприємство раціонально планує розвиток і використання даного ресурсу в рамках стратегічного менеджменту, то тим самим створюються всі умови для завоювання стійкої конкурентної переваги.

Умовами якісного розвитку персоналу туристичних підприємств є:

- чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником;

- чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, яка дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно та якісно ефективність сервісу;

- мотивація персоналу, його щира зацікавленість в процвітанні всього підприємства, бажання та вміння робити свою роботу максимально ефективно, настрої на самовдосконалення;

- система підвищення кваліфікації персоналу.

3) Оптимізація організаційної структури управління підприємства, яке надає туристичні послуги.

Чим довший ланцюг проходження замовлення, тим більша ймовірність допущення помилок. Оптимальною вважається така організаційна структура управління, де кількість її елементів гранично мала. Необхідною умовою забезпечення безперервності технологічного процесу з однаковим рівнем якості обслуговування є також ефективність взаємодії всіх елементів організаційної структури, яка дозволяє негайно виправляти помилки та виключати можливість їх повторення.

4) Всебічний, повний, об'єктивний та безперервний контроль якості сервісу, який включає:

- безпосередню участь споживача в оцінці якості і контролю за нею;

- створення необхідних методик та критеріїв, які дозволять співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ;

- використання чітко сформульованих якісних критеріїв для оцінки якості послуг, що надаються;

- участь персоналу в створенні систем та критеріїв оцінки якості;

- створення служб контролю за якістю послуг, що надаються за участю усіх представників різних підрозділів підприємства: дирекції, фінансового відділу, відділу безпеки, кадрової служби, керівники або співробітники усіх функціональних служб;

- проведення незалежної експертизи якості послуг, що надаються.

Ключовим фактором, який формує поняття якості, є найбільш повне задоволення потреб споживачів з різними запитами та своїм розуміння комфорту як такого.

Для актуалізації і підвищення конкурентних переваг суб'єктів господарювання у сфері туризму, підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту необхідне запровадження нормативних вимог до основних параметрів якості відповідно до європейських стандартів [3 , с. 109].

На думку Шквирі Н. О., «для визначення конкурентних позицій туристичних підприємств на ринку послуг доцільно використовувати не тільки показники «ціна-якість», але і показники, які характеризують відповідність діяльності туристичних підприємств вимогам ринку, а саме: імідж підприємства, позиціонування туристичних послуг, новизна туристичного продукту, використання реклами, застосування знижок, стимулювання збуту, наявність програм лояльності споживачів для підприємства» [4, с. 172].

Таким чином, стрімкий розвиток туристичного ринку, диверсифікація туристичного продукту та посилення конкурентної боротьби у даній галузі призводять до

необхідності формування конкурентних стратегій, спрямованих на формування та розвиток унікального для кожного підприємства набору конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Васильчак С. В., Семак С.С. *Формування конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті забезпечення економічної безпеки* / С. В. Васильчак, С. С. Семак // *Економічний вісник Донбасу* № 3 (37). - 2014. - С. 61-64
2. Гринькевич О.С., Біль М.М. *Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону* / О.С. Гринькевич, М.М. Біль // *Регіональна економіка* - № 4. – 2009. – с. 40-46
3. Газуда С. М. *Конкурентні переваги регіонального розвитку сфери туризму* / Газуда // *Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського.* – Випуск 14.- 2016. – с. 106 – 110
4. Шквиря Н.О. *Формування маркетингової стратегії туристичних підприємств* / Н.О. Шквиря // *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки).* - №4 (28) – 2014. – с. 169 – 173.

УДК 336.02

М. М. ІГНАТЕНКО

доктор економічних наук, доцент,
професор, завідувач кафедри економіки,

Л.Ю. ЛЕВАЄВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки,

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

РОЗВИТОК МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ

В Україні станом 01.01. 2017 р. функціонувало 327814 малих підприємств, що становить 95,5% від загальної їх кількості. З них 284241 – це мікропідприємства, в той час як частка великих підприємств становила лише 0,1% (423), а середніх – 4,4% (15203). Найбільша кількість підприємств малого бізнесу припадає на торгівлю, сільське, лісове та рибне господарство. Проте є сфери, в яких практично всі діючі підприємства є малими і будь-які різкі зміни оподаткування можуть призвести до суттєвих проблем в них. Зокрема, операціями з нерухомістю зайняті 98,5% малих підприємств і лише 1,5% – середніх. Схожа ситуація спостерігається в освітній, інформаційній та телекомунікаційній галузях [1].

В цих умовах велике значення має розробка сприятливих систем оподаткування їх діяльності. Так, на формування концепцій оподаткування малого підприємництва в агробізнесі значно вплинули теоретичні підходи щодо формування впливу держави на економічні процеси та необхідності виконання урядами своїх функцій. Проте тенденції глобалізації господарських зв'язків, еволюціонуючий характер розвитку соціально-економічних систем (СЕС) та невизначений характер змін вимагають посилення урядових регулюючих функцій, у т.ч. податкових, з метою забезпечення зайнятості та добробуту населення.

Суттєвою складовою формування інституційного конкурентного середовища для сталого розвитку на мікрорівні є податкова політика у складі механізмів державної

підтримки ділової активності. Її результативність, зокрема, пов'язана з гнучкістю фіскальних інструментів стосовно суб'єктів господарювання, зайнятих у певних сферах діяльності незалежно від їх організаційно-правових форм [2]. Дотримання податкового законодавства для малого та середнього бізнесу істотно залежить від структури фіскальних відносин (у тому числі від характеру зобов'язань, яким підлягає платник податків) і складності законодавства. У концепціях оподаткування підкреслюється виключна роль державних інститутів у створенні й підтримці формальних та неформальних правил реалізації підприємницької ініціативи через механізми державного регулювання.

Нова економічна реальність зумовлює еволюцію концептуальних підходів до побудови фіскальних відносин, які послідовно враховують динаміку зовнішніх та внутрішніх змін щодо СЕС різних рівнів. Під впливом інституціоналізму та неоінституціоналізму до концепцій оподаткування малого і середнього долучається ідея продуктивних ним позитивних ефектів поза традиційними цілями прибуткової діяльності, а саме – щодо зайнятості та самозайнятості, розвитку людського капіталу і дифузії знань, захисту й використання прав інтелектуальної власності, інноваційного інвестування, державно-приватного і соціального партнерства [3; с.94].

Теорії оподаткування, що мають прикладний характер, не можуть бути реалізовані без тісного зв'язку з неоінституціоналізмом і теорією еволюції. Вони формують засади встановлення правил реалізації економічної та податкової політики, а також характер і динаміку їх змін, вплив на учасників господарських відносин. Аналіз наукових джерел дає змогу систематизувати основні концепції оподаткування малого підприємництва, пов'язані з теоріями: економічного добробуту й оптимального оподаткування; державних фінансів і розподілу податкового навантаження; ризику та невизначеності; інклюзивного розвитку; неоінституціоналізму; еволюційної економіки.

На сучасному етапі розвитку вітчизняна податкова система передбачає для малих підприємств два шляхи ведення своєї діяльності в контексті сплати податків: загальна система; спрощена система. Якщо суб'єкт господарювання обирає загальну систему оподаткування, то на нього чекає сплата податків відповідно до переліку, поданого в ст. 9-10 Податкового кодексу України. Проте більшість представників малого бізнесу вдаються до спрощеної системи оподаткування, яка виключає такі важливі з фіскальної точки зору платежі, як податок на прибуток та на доходи фізичних осіб. Отже, система оподаткування малих підприємств агробізнесу потребує подальшого розвитку та удосконалення.

Список використаних джерел:

1. Якушева О. В. Регіональні особливості економічного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 455-461.
2. Корецький О. М. Податкова політика в системі державного регулювання економіки. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. Серія: Управління. 2012. Вип. 4. С. 206-211.
3. Шило В. П., Верхоглядова Н. І., Шило В. П., Ільїна С. Б. *Бухгалтерський облік: концептуальні основи теорії. Курс лекцій, практичних завдань та методичних вказівок з виконання контрольних робіт з використанням ПЕОМ*. К. : Кондор, 2011. 172 с.

РОЛЬ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА У ДОСЯГНЕННІ ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Циклічність розвитку теорії та практики управління витратами, в першу чергу, буде обумовлена науково-технічним прогресом і, глобально, змінами технологічних укладів. На основі вищевказаних положень в даний час розроблені різноманітні, практично апробовані провідними вченими і фахівцями структури, методи і моделі управління затратами.

В умовах конкуренції жодне підприємство не зможе стійко розвиватися, якщо його керівництво, перш за все, не зверне увагу на витрати, які несе підприємство в процесі господарської діяльності. Використання існуючих методів управління витратами дозволяє знайти внутрішні резерви і розкрити потенціал підприємства, перерозподілити пріоритети в залежності від прибутковості продукції, що випускається, визначити перспективи використання нових технологій.

Поява нових методик, підходів і показників, що визначають сталий розвиток підприємства в сучасній економіці, диктує необхідність вдосконалення методів управління витратами. Сучасні інформаційні технології дозволяють розраховувати нові змінні і коефіцієнти, на основі яких можна давати стратегічні прогнози щодо майбутньої стійкості підприємства при зміні та / або перерозподілі тих чи інших статей витрат.

На нашу думку, підходи до управління витратами в рамках концепції сталого розвитку повинні включати рішення таких бізнес-задач [2], як планування розвитку підприємства, формування продуктової стратегії, оцінка факторів рентабельності, вибір замовлень в умовах обмеженої пропозиції ресурсів, оцінка виробничих запасів, калькуляція, розподіл і мінімізація витрат при випуску продукції. Необхідність вирішення перерахованих вище завдань дозволяє визначити пріоритетні напрямки реалізації процесу управління витратами:

управління витратами є основним внутрішнім процесом, що дозволяє виявити і закріпити позитивні тенденції сталого розвитку;

виділення витрат в розрізі функціональних сфер діяльності концентрується на виявленні пріоритетів в кожній з них;

розрахунок витрат з утримання підрозділів оптимізує їх структуру і виявляє доцільний функціонал завдань;

комплексний підхід до обчислення витрат на одиницю продукції (робіт, послуг) на етапах планування та виробництва дозволяє удосконалювати структуру виробничого процесу;

накопичення інформаційної складової оцінки витрат при виборі і прийнятті господарських рішень на різних стадіях життєвого циклу продукції формує систему перспективних рішень;

вдосконалення застосовуваних засобів вимірювання і контролю в функціональних аналітичних розрізах підвищує можливості проведення багатовимірного аналізу витрат поведінки в різних економічних умовах;

постійний пошук резервів зниження витрат при конструкторській, технічній та технологічній підготовці виробництва, а також безпосередньо в процесі її випуску створює необхідний часовий заділ для стратегічного бізнес-планування;

створення і застосування нових технологій нормування витрат і проектування виробничих та інших видів діяльності підприємства визначає інноваційну спрямованість управління.

Операційні витрати як об'єкт управління не повною мірою залежать від прийнятих управлінських рішень на підприємстві. По-перше, це викликано тим, що частина витрат є неконтрольованими (наприклад, витрати на незапланований ремонт устаткування). Неконтрольовані витрати об'єктивно виникають поза прийнятими управлінськими рішеннями [3]. По-друге, неповна контрольованість виявляється в тому, що величина вхідних витрат підприємства (вартість ресурсів, що закупаються) визначається не тільки прийнятими управлінськими рішеннями, але і кон'юктурою ринку - загальний чинник, і витратами постачальників ресурсів, що визначають їхню мінімальну ціну - частковий чинник. Саме випадковість виникнення витрат і їхня залежність від зовнішнього середовища підприємства визначають неповну контрольованість витрат і зумовлюють у ряді випадків варіативний характер управління ними. Управління операційними витратами здійснюється з використанням тих самих принципів і канонів, що й управління будь-яким іншим об'єктом, але має при цьому свої особливості, зумовлені особливостями об'єкта управління - витратами, які представлено на рис. 1. Ці особливості необхідно враховувати для того, щоб управління операційними витратами було ефективним.

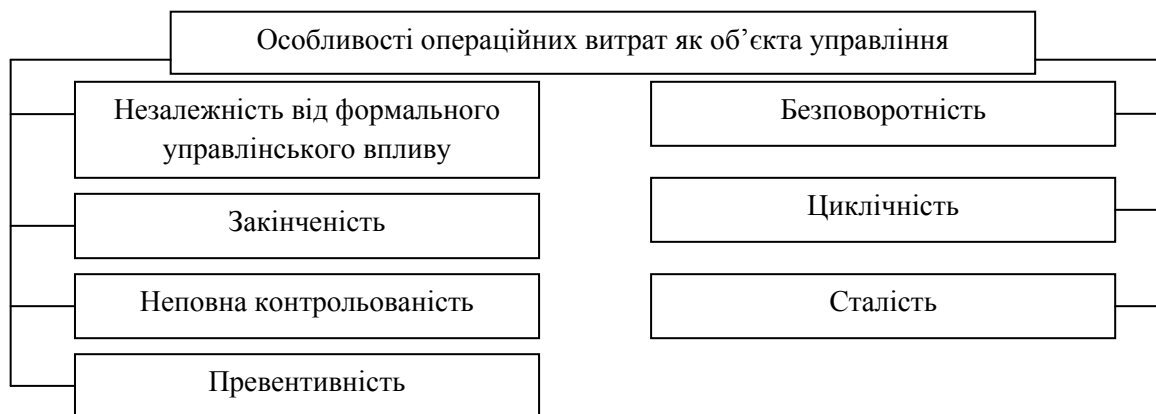


Рис. 1. Особливості операційних витрат як об'єкта управління

Управління операційними витратами реалізується за допомогою здійснення функцій управління: прогнозування, планування, нормування, обліку, аналізу, калькулювання собівартості, контролю, регулювання, організації, стимулювання зменшення витрат [2].

В управлінні операційними витратами використовуються різноманітні методи управління: директ-костинг, абзорпшн-костинг, стандарт-кост, СVP-аналіз, метод ABC, таргет-костинг, кайзер-костинг, бенчмаркінг витрат, кост-кілінг, LCC-аналіз, метод VCC.

Однак, універсальних методів управління операційними витратами не існує. Застосування кожного з них є найбільш доцільним для конкретних умов і цілей в управлінні операційними витратами. З одного боку, кожний із названих методів не є винятковим, тобто не перешкоджає використанню інших методів. Хоча очевидно, що сукупне їх застосування не завжди можливе, оскільки деякі методи суперечать один одному щодо поставлених цілей, вихідних припущень і значення системи управління операційними витратами в управлінні підприємством у цілому. Отже, від правильності

прийнятого рішення залежить можливість досягнення ефективності в управлінні операційними витратами.

Список використаних джерел:

1. Атамас П. И. *Управлінський облік : навчальний посібник [текст] / П. Атамас — К, : Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.*
2. Стоян В. І. *Аналіз і оцінка систем обліку виробничих витрат / В. І. Стоян // Фінанси України. — 2013. — № 3. — С. 72–80.*
3. Суржик В. Г. *Управлінський облік - інформаційна база фінансового менеджменту / В. Г. Суржик // Фінанси України. — 2015. — №6. — С. 63–69.*

УДК 330:334

О.М. КУНДЕУС

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування підприємницької діяльності,
Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль, Україна

ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ІДЕЙ КООПЕРАЦІЇ ДЛЯ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ФЕРМЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для вирішення проблеми бідності на селі, яка сьогодні назріла в особливих темпах, необхідно провести кластеризацію фермерської діяльності, забезпечити стабільний економічний розвиток перспективної галузі нашої держави – сільського господарства, який призведе до збільшення доходів сільського населення і зростання надходжень до місцевого бюджету, буде стимулювати розвиток місцевого бізнесу. В умовах кластеризації фермерства необхідно розробити та впровадити довгострокові програми місцевого розвитку, активно залучати інвестиції в економіку сільських територій, створити позитивний імідж села/регіону як перспективного місця для вкладення капіталів, що дають віддачу, тощо.

Зрозуміло, що кластери характеризують собою нову та перспективну для української економіки форму організації економічного процесу, яка забезпечує зростання прибутку, підвищення конкурентоспроможності продукції. Перш ніж дослідити історичний розвиток кооперації фермерських господарств, які знаходяться в основі кластерів, вважаємо за необхідність визначити сутність останніх. Отже, кластери фермерської діяльності – це локалізована територіально-виробнича форма кооперації фермерських підприємств та взаємопов'язаних з їх діяльністю інших учасників кооперації приватного сектору, які спільно створюють умови для вискоєфективного сільськогосподарського виробництва на основі використання досягнень науково-технічного прогресу що характеризується випуском конкурентоспроможної аграрної товарної продукції [1]. Саме за допомогою фермерських кластерів для регіону з'являється можливість збереження та зміцнення єдиного економічного простору сільської території. При формуванні кластерів фермерської діяльності необхідно використати засади зарубіжного і вітчизняного досвіду щодо формування і функціонування кооперації фермерських господарств.

Враховуючи, що в основі формування кластерів є кооперація фермерських господарств, важливо проаналізувати історичні етапи її розвитку, сутність і принципи її створення та механізм функціонування.

Варто відмітити, що необхідність застосування ідеї кооперації залишалася з часів первіснообщинної формації, коли завдяки їй ставала можливою різноманітна спільна господарська діяльність. Досвід застосування кооперації було відоме кілька тисяч років

тому в Древньому Єгипті, Греції та Римі, де спільна праця знаходила своє вираження в об'єднаннях, асоціаціях вільних ремісників». Еволюційна форма процесу кооперації, для якої характерно поступове кількісне нагромадження, що веде до якісних змін у розвитку самої науки і виробництва одержала подальший розвиток і застосування в Європі, наприкінці XVIII століття, коли виникли перші виробничі кооперативи у Франції, споживчі кооперативи в Англії, Голландії, Швейцарії, сільськогосподарські і постачальницькі кооперативи в Німеччині й Італії.

Масовий розвиток кооперації в Україні одержав наприкінці XIX–початку XX століть, але перше сільськогосподарське економічне товариство з'явилося в Петербурзі ще в 1765 р. У 1897–1915 р. поряд зі швидкими темпами приросту кредитних товариств також швидко росла в Україні і сільськогосподарська кооперація. Якщо наприкінці XIX століття в країні нараховувалося тільки 80–90 товариств, то в 1910–1915 р. їх виникло більш тисячі щорічно [2].

У цей же період був проведений перший Всеукраїнський кооперативний з'їзд і відкрився Московський народний банк – як фінансовий центр української кооперації. Поява великої кількості кредитних і сільськогосподарських товариств пояснюється вигідністю кооперації, яку почало усвідомлювати селянство. До 1917 р. у українському селі половина сільського населення включилося в кооперативний рух [3].

Новий етап кооперації селян Україні припадає на період НЕПу. Так, за 1922–1925 р. кількість товариств з переробки і збуту продукції (як і кількість кредитних товариств) зросла в 2 рази при загальному рості кількості сільськогосподарських кооперативів у 2,4 рази. Кооперація стала кровною і зрозумілою справою для мільйонів селян, оскільки вона внутрішньо належна фермерському господарству і невіддільна від нього. Таким чином, розвиток організаційно-правових форм сільськогосподарської кооперації відображав процеси її розширення, спеціалізації й у кінцевому рахунку – зростання їхньої економічної ролі серед конкурентів.

У багатьох країнах сільськогосподарська кооперація розвивалася по шляху усе більш повного застосування товарно-грошових відносин, домагаючись нових позитивних результатів у забезпеченні високого рівня життя членів кооперативу у своєму економічному становленні. Таким чином, стає зрозумілим особлива актуальність досліджень останніх років, пов'язаних з необхідністю відпрацювання питань теорії і практики побудови кооперативних господарств, створення в агропромисловому комплексі країни єдиної кооперативної системи, розгляду актуальних проблем сучасних зв'язків і відносин, що виникають при міжгосподарській кооперації, регулювання організаційно-економічних і правових основ кооперування фермерських господарств, виявлення проблем розвитку кооперації в сільському господарстві, обґрунтування концепції господарського механізму кооперативних об'єднань на селі [4] та ін.

Важливе місце в програмі аграрних реформ на найближчі роки повинні займати заходи, спрямовані на відродження справді кооперативних форм і принципів у взаєминах як фермерських господарств, так і між іншими сільськогосподарськими підприємствами [5]. Необхідність розвитку міжфермерської кооперації пояснюється двома причинами. Перша – кооперація, як один з основних факторів підвищення рівня економіки фермерських господарств забезпечує більш раціональне використання матеріальних, фінансових засобів, знижує потребу в них. Друга – кооперація є інструментом включення фермерів у ринкові відносини і сприяє створенню в АПК конкурентоздатного сектора. Як показує практика, при кооперуванні фермерами засобів і ресурсів, досягнуті показники в господарській діяльності малих сільськогосподарських формувань помітно вище.

Отже, вивчаючи досвід минулих років та підходи сучасних науковців вважаємо, що для створення і функціонування кооперативних форм господарювання слід застосовувати наступні принципи:

- наукова обґрунтованість і економічна доцільність створюваних формувань на кооперативній основі;
- добровільність входження фермера в нову господарську структуру і демократичний характер прийняття документів і рішень;
- вибір форм господарювання, що забезпечують взаємну зацікавленість фермерських господарств, підприємств і державних структур;
- самостійність і самоврядність кооперативного формування в господарській діяльності;
- регіональна соціально-економічна спрямованість діяльності нового суб'єкта господарювання [6].

При створенні і становленні кооперативів необхідна підтримка держави, зокрема, шляхом надання їм кредитних і податкових пільг на початковій стадії діяльності, пов'язаній з формуванням матеріально-технічної бази.

Таким чином, виходячи з вітчизняного і закордонного досвіду, можна стверджувати, що фермерство як соціально-економічний уклад, як товарне виробництво не зможе повною мірою відбутися й ефективно розвиватися без створення в кожному регіоні системи кооперативних формувань, які складають об'єктивні засади кластеризації фермерської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Кундеус О. М. Об'єктивні засади кластеризації фермерської діяльності / О. М. Кундеус // *Інноваційна економіка*. – 2011. – №1. – С. 79-83.
2. *Основи сільськогосподарської обслуговуючої кооперації: Навч. посібник* / В. В. Зіновчук, Л. В. Молдаван, В. Б. Мосаковський та ін. / За ред. В. В. Зіновчука. – К.: Вища освіта, 2001. – 464 с.
3. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / ТуганБарановский М. И. // М.: Экономика, 1989. – 496 с.
4. *Історія кооперативного руху* / Бабенко О. Г., Гелей С. Д., Гончарук Я. А. та ін. – Львів: Інститут Українознавства НАН України, 1995. – 412.
5. *О некоторых формах интегрированных объединений в сельском хозяйстве [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/3/491/>.
6. Кундеус О. М. Особливості розвитку інтеграційно-кластерних процесів в АПК / О. М. Кундеус // *Інноваційна економіка*. – 2014. – №6 (55). – С. 42-48.

УДК [339.138:65.012.1]:658

О.Д. ЛЕНДЕЛ
старший викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
А.В. ЯРЕМА
студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Необхідною умовою для існування будь-якого підприємства в сучасному ринковому середовищі є проведення комплексних маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження дають змогу визначити обсяг інформації, необхідної для вирішення виявлених проблем, відібрати методи збору інформації; організувати та здійснити процес збору даних; проаналізувати результати; визначити напрямки використання результатів.

Маркетингові дослідження – це збір, обробка й аналіз даних з метою зменшення ризику і невизначеності, що супроводжує прийняття рішень, щодо діяльності підприємства. Маркетингові дослідження на промислових ринках – це широка сфера діяльності, пов'язана із систематичним збором, обробкою та аналізом даних зі сфер компетенції маркетингу промислового підприємства. Вони мають на меті не лише ідентифікувати проблеми, а й виявити ринкові можливості стосовно досягнення бажаних конкурентних позицій на конкретному ринку [1, с. 140]. Промислові маркетингові дослідження включають в себе аналіз та прогнозування обсягів продаж, пошук маркетингових можливостей, визначення стану та прогнозування ринкової кон'юнктури тощо. Головною особливістю маркетингових досліджень промислових підприємств, яка відрізняє їх від збору та аналізу внутрішньої і зовнішньої інформації, є цільова спрямованість на вирішення певної проблеми або комплексу проблем маркетингу.

Мета маркетингових досліджень на промисловому підприємстві полягає в ідентифікації як проблем, так і можливостей підприємства зайняти конкурентну позицію на конкретному ринку в певний період часу шляхом пристосування його продукції до потреб і вимог споживачів, у зменшенні невизначеності і міри ризику прийняття рішень, збільшенні ймовірності успіху ринкової діяльності. Кожне підприємство самостійно визначає спрямованість та обсяг маркетингових досліджень виходячи з наявних у нього можливостей і потреб у маркетинговій інформації, тому конкретні види та методи маркетингових досліджень, що проводяться різними підприємствами, можуть бути різними. Критеріями вибору конкретного методу проведення дослідження є його вартість, оперативність збору інформації, рівень доступності та достовірності інформації, вимоги до кваліфікації задіяного в дослідженні персоналу. Узагальнено особливості проведення маркетингових досліджень на промисловому підприємстві зображені на рис. 1.



Рис. 1. Особливості маркетингових досліджень на промисловому підприємстві

Основною вимогою до маркетингових досліджень на промисловому підприємстві є те, що рішення, які необхідно прийняти для ефективного управління діяльністю підприємства, повинні ґрунтуватися на достовірній поточній й прогнозованій інформації,

аналізі всіх факторів, що впливають на рішення, з урахуванням передбачення його можливих наслідків. Щоб отримати цю інформацію, потрібно спочатку визначитися з напрямками дослідження. Маркетингові дослідження промислового ринку проводять, як правило, комплексно за такими основними напрямками:

- вивчення промислового товару (вивчення споживчих властивостей товарів-аналогів і товарів конкурентів, дослідження реакції споживачів на нові товари, товарний асортимент, упаковку, рівень сервісу тощо);
- дослідження промислового ринку (вивчення характеристик ринку, визначення розміру ринку, аналіз тенденцій його розвитку, аналіз розстановки сил на ринку);
- вивчення споживачів (дослідження спонукальних чинників, якими користуються споживачі при виборі товарів, структури споживання, забезпеченості товарами, вивчення тенденцій купівельного попиту, аналіз процесів і умов задоволення потреб споживачів тощо);
- дослідження конкурентів (оцінка матеріального, фінансового, трудового потенціалу конкурентів, аналіз сильних і слабких сторін їх діяльності, дослідження займаної ними частки ринку, реакції споживачів на маркетингові заходи конкурентів тощо);
- вивчення правових аспектів діяльності на ринку (аналіз промислової політики, умов та факторів нормативного регулювання, дослідження відповідності продукції законодавчим нормам і вимогам тощо);
- визначення ділової логіки галузі (дослідження визначальних факторів успішної діяльності промислового підприємства в певній галузі, дослідження рівня рентабельності певної галузі, як складової частини в ланцюгу створення цінності, обґрунтування напрямків розвитку виробничої діяльності підприємства та розробки його загальної ділової стратегії).

Це дозволяє отримати факти, оцінки, дослідні дані, думки й інтерпретацію цих даних від експертів-аналітиків і практиків для прийняття управлінських рішень.

Проведення будь-якого маркетингового дослідження зазвичай включає такі етапи:

- формулювання предмета маркетингового дослідження та здійснення підготовки до його проведення;
- пошук та аналіз вторинної маркетингової інформації;
- збір цільової (первинної) оперативної інформації;
- здійснення аналізу зібраної первинної інформації та вторинної інформації з урахуванням надходження в процесі додаткових даних;
- підготовка звіту про результати дослідження, який має містити основні висновки та рекомендації, сформульовані на основі даних проведеного дослідження [2].

Зауважимо, що проведення маркетингових досліджень на промислових підприємствах повинно носити циклічний характер, оскільки складність самих досліджень часто призводить до того, що нова проблема для дослідження виникає ще до того часу, поки буде отримано реальний результат від попередньо проведеного дослідження.

Таким чином, маркетингові дослідження є джерелом необхідної маркетингової інформації, що дозволяє підприємству планомірно розвиватись. Зокрема, маркетингові дослідження виконують функцію забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень, зниження рівня ризику і невизначеності, що є важливою умовою успішної діяльності промислового підприємства на ринку, забезпечують інформаційну складову розвитку підприємства в цілому і вдосконалення окремих напрямків його діяльності.

Список використаних джерел:

1. Бойчук І.В. *Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб.* / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів. – К: «Центр учбової літератури», 2014. – 360 с.

2. *Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства [Електронний ресурс] Навчальні посібники Вінницького національного технічного університету.* - Режим доступу: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_virobnichoyi_diyalnosti/153.htm.

УДК 005.95/.96:316.77(043.2)

А.Г. ЛИЗАНЕЦЬ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

РОЛЬ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

В сучасних умовах управління персоналом, як і інші напрямки функціонального менеджменту, зазнають кардинальних змін під впливом розвитку інформаційних технологій та сучасних засобів комунікацій.

Потік нових засобів зв'язку прискорює розвиток тенденції, пропонуючи більш інтелектуальні шляхи спілкування між працівниками, керівництвом та підлеглими, роботодавцями та кандидатами на посади, персоналом організації та споживачами її товарів/послуг. Особливо важливу роль у інформатизації кадрових та операційних процесів відіграє Інтернет загалом та соціальні мережі, зокрема. У зв'язку з цим дослідження підвищення ефективності управління персоналом шляхом застосування переваг та можливостей соціальних контактів є актуальним.

Кількість і різноманіття засобів організаційних комунікацій постійно зростає, і всі вони зорієнтовані на підвищення ефективності та продуктивності роботи.

В умовах інформаційного суспільства поведінка, звички та інструменти комунікації, які працівники використовують в особистому спілкуванні, плавно мігрують у їхній робочий простір. До основних засобів комунікацій у бізнес-середовищі належать:

- телефон / голосова пошта;
- текстові повідомлення;
- електронна пошта;
- особисті зустрічі;
- миттєві повідомлення (Windows, Lync);
- робочі соціальні мережі (LinkedIn, Workspace, Yammer);
- додатки для соціального спілкування (Messenger, Snapchat);
- особисті соціальні мережі (Facebook, Instagram);
- інтернет-платформи співпраці (Slack).

На сьогодні не домінує жоден окремий спосіб зв'язку. Як правило, співіснують різні способи спілкування як всередині організації, так і між організацією та зовнішнім середовищем.

За результатами проведених досліджень, спілкування та координація дій працівників через різні канали комунікації впродовж наступних 3-5 років суттєво трансформуватиметься.

Замість особистих зустрічей, стандартних телефонних розмов і текстових повідомлень, які були традиційними для організації роботи та налагодження операційних відносин ще недавно, працівники все частіше співпрацюють на спільних платформах, набувають поширення «робочі соціальні мережі», спостерігається збільшення

використання миттєвих повідомлень.

Крім того, на базі технологій штучного інтелекту розробляються нові інструменти управління командами. Нові версії Office 365, G-Suite та Slack тепер включають рекомендації на основі штучного інтелекту, які допомагають користувачам знаходити потрібний документ, відповідати на потрібне повідомлення та визначати, що є найважливішим [1].

Не зважаючи на активне впровадження нових інструментів, керівники підприємств повинні застосовувати індивідуальний підхід, приймаючи рішення щодо доцільності використання тих чи інших засобів комунікації.

Їх вибір, поєднання та пріоритетність є похідними від виду, обсягів та специфіки операційної діяльності підприємства. Так, для одних організацій буде доцільним перехід на платформу колективної роботи, тоді як для інших – доречнішим є використання електронної пошти як основного способу обміну інформацією. Критеріями доцільності впровадження або віддачі переваги певному засобу спілкування повинні бути їх вплив на індивідуальну продуктивність, продуктивність команди та всієї організації.

Проте іноді актуальним може виявитись і, навпаки, пристосування цілей організації до сучасних комунікаційних можливостей інформаційного простору. Для того, аби сприяти перетворенню засобів зв'язку та комунікації на більш продуктивні, організаціям варто змінити методи роботи, стилі керівництва, робочі простори таким чином, щоб ефективно використовувати можливості даних інструментів, водночас знижуючи потенційні негативні наслідки.

Прикладом цього може стати впровадження CRM-систем як основи формування комунікаційної політики між персоналом організації та кінцевим споживачем.

CRM - це прикладне програмне забезпечення, призначене для автоматизації стратегій взаємодії з замовниками (клієнтами), зокрема, для підвищення рівня продажів, оптимізації маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів шляхом збереження інформації про клієнтів та історії взаємин з ними, встановлення і поліпшення бізнес-процедур і подальшого аналізу результатів [2]. Серед інших бізнес-процесів (бізнес-аналітика; керування продажами; управління маркетингом; управління обробкою замовлень; управління відносинами з партнерами) CRM-системи дозволяють оптимізувати і управління відносинами між співробітниками.

CRM-системи дають можливість об'єднати всі канали комунікацій між працівниками та клієнтами: дзвінки, листи, звернення через соцмережі, з сайту, через веб-форми, оплату в 1С та інші. Достатньо підключити Email-трекер, відкриті лінії, телефонію, CRM-форми, 1С-трекер - і всі дані (контакти, історія дзвінків, листування в чаті, веб-форми сайту, оплати і т.д.) автоматично будуть зберігатися в CRM.

CRM-системи формують єдиний простір для спілкування всіх працівників організації; забезпечують зручне планування особистого розкладу та зустрічей з колегами; сприяють миттєвому пошуку потрібної інформації; дають можливість створювати робочі групи (відкриті, закриті, із зовнішніми підрядниками, клієнтами в екстранеті), розподіляти права доступу між учасниками.

CRM-системи забезпечують контроль роботи співробітників і стандартизацію роботи з клієнтами. Без загальної стандартизованої CRM-системи кожен співробітник працює так, як він звик. Хтось веде облік в електронних таблицях, хтось-в записній книжці або щоденнику, хто не веде облік взагалі, орієнтується виключно на звіти з 1С або на власну пам'ять. Контакти відбуваються досить хаотично. Листи клієнтам можуть відправлятися як корпоративного, так і з особистої поштової скриньки, дзвінки відбуватися з будь-якого зручного телефону, контроль якості роботи неможливий. CRM-система майже повністю вирішує цю проблему. Інформація про всіх вхідних і вихідних контактах буде знаходитися в одному сховищі, звідки її можна в будь-який момент отримати. Єдина система комунікацій, створена таким чином, сприятиме перетворенню

колективу у єдину продуктивну команду.

Важливим є застосування переваг сучасних засобів комунікацій як для організації контактів між працівниками всередині організації, так і між організацією та її потенційними працівниками. Мова йде про активізацію використання комунікацій через Інтернет-ресурси для здійснення рекрутингових функцій.

Так, для кадрових служб вони можуть бути корисні у наступних напрямках: формування зв'язків з потенційними кандидатами на посаду та перевірка інформації про вже наявних кандидатів.

Якщо розглядати класифікацію Інтернет-ресурсів з питань працевлаштування за типами останніх, то доцільно виділити наступні категорії:

— інтернет-портали пошуку роботи. Найчастіше роботодавці шукають персонал, публікуючи оголошення на спеціалізованих сайтах з пошуку роботи, і тому в першу чергу потрібно переглядати вакансії на великих українських сайтах з працевлаштування. Найбільш відомими з них є Rabota.ua, Work.ua, Trud.ua, JOB.ukr.net, Jobs.ua.

Вони дають можливість створити власне резюме, заповнивши зручну форму і отримувати нові вакансії на e-mail чи rss. Названі сайти є спеціалізованими Інтернет-ресурсами загальнодержавного масштабу. Крім них в Інтернеті є багато регіональних ресурсів, що також призначені для пошуку роботи на місцевому рівні;

— сайти місцевих газет. Більшість роботодавців користуються простим способом пошуку персоналу і подають оголошення про відкриту вакансію у місцеву газету з працевлаштування.;

— сайти компаній-роботодавців. Компанії-роботодавці для пошуку працівників виставляють оголошення про роботу на власному сайті. У багатьох організацій є спеціальний розділ на сайті, у якому детально описуються усі вимоги до кандидатів і постійно оновлюється список вакансій.

— дошки оголошень. Останнім часом великої популярності в Інтернеті набули сайти з безкоштовними оголошеннями. Крім пропозицій різноманітних товарів на них публікуються оголошення про роботу: Emarket.ua, Slando.ua, 212.ua

— соціальні мережі; У кожній соціальній мережі зареєстровано мільйони користувачів, які активно спілкуються між собою і тому пошук роботи через будь-яку соціальну мережу є досить ефективним. Оголошення про роботу можуть бути розміщені у спільнотах, групах чи сторінках, що присвячені пошуку роботи. Перевагою соціальних мереж є можливість спілкування з людиною, яка подала оголошення про роботу. Крім цього в Інтернеті існують спеціалізовані соціальні мережі для пошуку роботи: LinkedIn.com, Facebook.com; ВШтати; Moikrug.ru (один із сервісів Яндекс, який за функціоналом аналогічний LinkedIn). XING.com. Хорошими перспективами у цьому плані володіють такі існуючі національні мережі: <http://druzi.org.ua>, <http://ukrface.com.ua>, <http://vsitut.com/>, <http://www.uamodna.com>;

— форуми. В Інтернеті є надзвичайно велика кількість різноманітних форумів, на багатьох із яких можна зустріти розділ з оголошеннями про роботу. Роботодавцям доцільно використовувати форуми, які за тематикою відповідають бажаній сфері професійної діяльності. Наприклад, www.kadrovik.ua, www.hrliga.com у сфері управління персоналом, www.dou.ua у IT-сфері, www.banki.ua у сфері банківських послуг, www.food-forum.com.ua у сфері харчової промисловості тощо.

Таким чином, застосування можливостей і переваг сучасних засобів комунікацій для організації управління кадровими та операційними процесами в організації є одним з ключових напрямків його розвитку та конкурентоспроможності на ринку. Вдале поєднання використання різних комунікацій може стати важливою умовою забезпечення належної ефективності та продуктивності роботи персоналу організації.

Список використаних джерел:

1. *Комунікація без меж: працівник завжди на зв'язку. Чи зрозуміла межа між проактивністю та продуктивністю? (2018 Deloitte Global Human Capital Trends) [Електронне джерело]. – Режим доступу до джерела: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2018.html>*
2. Птащенко О.В. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / О.В.Птащенко, Є.Д.Мірошникова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені В.Даля. – № 6 (230). – 2016. – с. 108-115.

УДК 334.716:005.332.4

С.М. ЛИХОЛАТ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Львівський державний університет внутрішніх справ,
м. Львів, Україна,

В.Т. ЛОЗИНСЬКИЙ

кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу та логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

**ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ
МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ**

Конкуренція є вагомим елементом ринкової економіки, сприяє розвитку економічного прогресу в умовах глобалізації та відкритості товарних ринків. Посилення конкурентної боротьби вимагає усестороннього аналізу конкурентного середовища, визначення загроз та пошуку шляхів зміцнення власних позицій, що можна досягти розробленням методичних підходів та практичного інструментарію для оцінки конкурентного середовища та конкурентних позицій підприємств малого бізнесу.

Традиційно, для тих досліджень використовуються, до прикладу, індекс Херфіндала-Хіршмана, індекс монопольної влади Лернера, індекс Розенблюта, коефіцієнт варіації, коефіцієнт Джині, індекс концентрації але ці показники дають можливість здійснити лише кількісну оцінку конкуренції залишаючи поза увагою якісну оцінку чим звужують можливості щодо оцінки ринкового конкурентного середовища як показника привабливості обраного ринку для підприємств малого бізнесу та з позицій створення можливостей для конкурентного протистояння [1,2]. Водночас, необхідно враховувати ступінь протистояння конкурентному тиску підприємствам, які його чинять, тобто враховувати силу конкурентної позиції підприємства.

Оцінку ринкового конкурентного середовища потрібно проводити за такими напрямками як: наявність конкурентів; можливість появи нових конкурентів; споживачі; ресурсні можливості; наявність товарів-аналогів; рівень впливу суб'єктів, які формують інституційно-правове поле. Кожний напрям є наділений чинниками, які мають якісний характер, і для формалізації яких необхідно розраховувати за допомогою бального методу (від 1 до 5) враховуючи рівень впливу кожного на інтегральний показник ринкового конкурентного середовища як для кожного напрямку, так і для їх загалу.

Доречним буде здійснити розрахунок інтегрального показника ринкового конкурентного середовища за допомогою формули 1 [3]:

$$PKC = \sum_{j=1}^m \beta_j \sum_{i=1}^{n_j} PKC_{ij} Y_{ij} \quad (1)$$

де, β_j – вагомість j -ї групи обраних конкурентних чинників, $\sum \beta_j = 1$; PKC_{ij} – узагальнена експертна оцінка ринкового конкурентного середовища за i -им чинником j -ї групи в балах, $PKC_{ij} = \overline{1,5}$; Y_{ij} – вагомість i -го конкурентного чинника j -ї групи, $\sum Y_{ij} = 1$; m – кількість груп конкурентних чинників; n_j – кількість конкурентних чинників у j -й групі.

Для узагальнення експертних думок оцінки ринкового конкурентного середовища по кожному обрану чиннику та визначення його вагомості з прив'язкою до окремо взятої групи можна проводити шляхом розрахунку середньоарифметичної оцінки.

Сила конкурентної позиції підприємства визначається стійкістю до протистояння конкурентному тиску, який чиниться на нього, тож доречним є проведення оцінки ступеня можливості протистояння підприємств малого бізнесу такому тиску.

Оцінку інтегрального показника сили конкурентної позиції підприємства можна провести із використанням т.с. чинників, що й при розрахунку ринкового конкурентного середовища, тобто застосовуючи бальний метод із використанням коефіцієнта вагомості для кожної групи і для кожного чинника, які мають однаковий ступінь зв'язку із певною конкурентною позицією та з ринковим середовищем.

Отже, інтегральний показник оцінки сили конкурентної позиції підприємства можна розраховувати за допомогою формули 2:

$$СКПП = \sum_{j=1}^m \beta_j \sum_{i=1}^{n_j} СКПП_{ij} Y_{ij} \quad (2)$$

де, $СКПП_{ij}$ – експертна оцінка сили конкурентної позиції підприємства за за i -им чинником j -ї групи в балах, $СКПП_{ij} = \overline{1,5}$.

На даний час підприємства малого бізнесу перебувають в умовах загостреної конкурентної боротьби, що вимагає від них проводити всебічні дослідження конкурентного середовища з метою отримання більш цілісного уявлення про суб'єктів цього середовища та власну конкурентну позицію в ньому.

Отже, застосування розрахунків у діяльності підприємств малого бізнесу сприятиме більш глибокому розумінню конкурентного середовища та власної конкурентної позиції на ньому, а також дає додаткову можливість для визначення специфіки ринку на якому себе позиціонує підприємство.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г.Л. *Конкуренция: анализ, стратегия и практика* / Г. Л. Азоев // Монография. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
2. Ковтун Н. Використання статистичної інформації для побудови конкурентної карти ринку / Н. Ковтун, О. Хвостенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2011. - Вип. 124-125. - С. 21-25. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2011_124-125_8
3. Дяченко Т.А. Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку / Т. А. Дяченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 4. - С. 203-208.

Л.О. МАРМУЛЬ

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки,

С.Ю. КУЧЕРЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
декан фінансово-гуманітарного факультету,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИРОБНИЧО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Потенціал суб'єктів господарювання агросфери розуміється як сукупність взаємопов'язаних ресурсів, які використовуються для виробництва сільськогосподарської та/або продовольчої продукції, а також спроможність працівників використовувати їх з метою отримання максимального прибутку. Він є багатокомпонентним, складноструктурованим та складноорганізованим. Як правило, величина цього потенціалу визначається обсягом окремих видів ресурсів, які перебувають у розпорядженні підприємства, тобто його виробничо-економічним складником.

На наш погляд, виробничо-ресурсний потенціал агроформування – це можливості підприємства щодо використання наявних ресурсів, які не лише використовуються, але є у зовнішньому середовищі, а також тих, які можуть з'явитись у майбутньому для максимального задоволення потреб споживачів та отримання прибутку. Отже, виробничо-ресурсний потенціал необхідно розглядати як економічну основу потенціалу стійкого розвитку, реальну конкурентну перевагу сільськогосподарських підприємств. Він характеризується системою показників, які відображають не тільки наявні ресурси, а й їх резерви, які можуть бути використані за певних умов діяльності. Ефективність управління виробничо-ресурсним потенціалом аграрних підприємств досягається за умов раціонального його використання для отримання повного кінцевого результату у вигляді виробництва продукції високої якості. Як зазначає М. Ігнатенко, управління виробничо-ресурсним потенціалом відносять до складних завдань з огляду на різну природу відтворення його компонентів [1].

При цьому зрозуміти сутність складних явищ і одержати про них достовірні відомості можна тільки завдяки багаторазовому спостереженню за станом та динамікою, ринковою поведінкою досліджуваного об'єкта. Важливо не просто одержати достовірні матеріали про управлінський процес, а й оцінити якісну його сторону та виробити напрями й заходи з удосконалення досліджуваного процесу. Тому важливою передумовою забезпечення ефективного та конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств є підвищення ефективності управління їх виробничо-ресурсним потенціалом.

Підвищення ефективності управління виробничо-ресурсним потенціалом, забезпечення його раціонального використання значною мірою пов'язано з проведенням якісних змін у складі ресурсів та з підвищенням ефективності в їх використанні. Завдання підвищення ефективності управління полягає, насамперед, у вдосконаленні використання на інноваційній основі, у підвищенні його комплексності, яка проявляється у тісному взаємозв'язку його складників. Ресурсам підприємства повинен бути притаманний відповідний спектр функціональних характеристик, на основі яких має забезпечуватись компенсація їх дефіцитних властивостей.

Процес розвитку виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств вимагає постійного моніторингу, збору та аналізу інформації про вплив чинників зовнішнього

середовища, які можна поділити на чотири групи: економічні, соціальні, політико-правові, науково-технічні. Слід відмітити, що чинники зовнішнього середовища здійснюють, переважно, негативний обмежувальний вплив на розвиток потенціалу. Тому підприємство агросфери має формувати такий господарський механізм, який дозволив би швидко адаптуватися до цих змін.

Основа виробничо-ресурсного потенціалу становлять його складники як фактори виробництва. Засоби та предмети праці утворюють матеріальні ресурси, які приводяться в рух трудовими ресурсами. Тому до складу виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств включаємо трудові, матеріально-технічні, інформаційні, фінансові та природні ресурси. Саме елементи виробничо-ресурсного потенціалу створюють можливості досягнення цілей розвитку суб'єктів господарювання, які відкриваються при застосуванні засобів, предметів праці та робочої сили.

Виробничо-ресурсний потенціал підприємств загалом та аграрних зокрема характеризується сукупністю якостей системи взаємопов'язаних ресурсів та їх мобілізацією в умовах розвитку, досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Він бере участь у створенні сільськогосподарської продукції, яка є основним результатом виробничої діяльності, а її реалізація забезпечує прибуток як кінцеву мету підприємства. Продукція, отже, є результатом втілення ресурсів у виробничо-ресурсний потенціал, обумовлює його, оскільки вона забезпечує відтворення аграрного виробництва.

Оновлення продукції та технологій її отримання залежить від інноваційних перетворень на підприємстві. Впровадження нової продукції означає приріст обсягів виробництва, економію від зниження собівартості, зростання чистого прибутку. Чим вище науковий і технологічний рівень виробничо-ресурсного потенціалу і ступінь його використання, тим потужнішою є матеріально-технічна база аграрного підприємства, більше можливостей для впровадження інновацій, вдосконалення та збільшення масштабів діяльності.

Економічна ефективність використання виробничо-ресурсного потенціалу аграрних формувань залежить від багатьох чинників, особливо від рівня їхньої ресурсозабезпеченості. Розвиток сільського господарства на основі концепції виробничих ресурсів зумовлює збільшення виробництва продукції і підвищення його ефективності. При підвищенні ресурсозабезпеченості сільськогосподарських суб'єктів господарювання порівняно високими темпами зростають обсяги виробництва валової продукції.

Для дослідження економічної, екологічної, соціальної ефективності ресурсокористування та виробництва необхідно керуватись відповідними критеріями, методиками оцінки, економічними показниками. У відповідності з цим, важливим елементом дослідження ефективності використання виробничо-ресурсного потенціалу аграрних підприємств є вибір головної ознаки (критерію) оцінки ефективності, яка розкриває її сутність.

В сучасній економічній літературі не існує одностайної думки про методику розрахунку сукупної, комплексної оцінки ефективності використання виробничо-ресурсного потенціалу. Її сучасна методологія передбачає розрахунок показників продуктивності праці, фондівддачі та фондомісткості продукції. Ці показники, на думку І. Романюк, є критеріями оцінки кожного виду ресурсу і виступають індикаторами ефективності сільськогосподарського виробництва [2].

Ефективне управління, цілеспрямоване відтворення та повноцінне використання ресурсів суб'єктів господарювання агросфери можуть бути забезпечені тільки тоді, коли мають місце: по-перше, економічно та соціально доцільне співвідношення ресурсів праці і матеріально-технічної бази; по-друге, застосування прогресивних, високопродуктивних та екологічнобезпечних технологій у виробництві продукції; по-третє, розширення, відтворення та оновлення ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Ігнатенко М.М. *Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія.* Херсон: Айлант, 2015. 470 с.
2. Романюк І.А. *Особливості відтворювального процесу в аграрному сектор.* *Агросвіт.* № 11. 2016. С. 12-15.

УДК 658.152

Н.Б. МІГАЙ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та організації виробництва,

О.О. СЕРЕДА

магістрант,
Первомайська філія Національного університету
кораблебудування імені адмірала Макарова,
м. Первомайськ, Україна

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується інтеграційними процесами у світовий економічний простір, посиленням господарських зв'язків між країнами, сферами та галузями економіки. Зазначені процеси мають як позитивний, так і негативний вплив на функціонування вітчизняних промислових підприємств та вимагають пошуку шляхів забезпечення їх конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Економічний потенціал є характеристикою стану та перспектив розвитку підприємства в сучасних умовах. Володіння інформацією про економічний потенціал підприємства є основою прийняття стратегічних рішень та визначає напрямки його розвитку, обумовлює вибір та формування стратегії і є базовим критерієм управління сучасним підприємством. І тому, достовірна оцінка економічного потенціалу, формування виробничих відносин адаптованих до сучасних умов ринку передбачає необхідність вивчення особливостей управління економічним потенціалом та створення передумов для розробки та впровадження інтегрованої системи управління.

Економічний потенціал визначається як відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови: наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості; можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи керування фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього фінансового стану [4].

Тобто, в сучасних умовах розвиток підприємства залежить від економічного потенціалу, зміст якого може бути виражений сукупністю засобів і можливостей, наявних у розпорядженні підприємства, раціональне управління якими здатне збільшити ефективність його діяльності та забезпечити сталий розвиток в ринкових умовах.

Економічний потенціал підприємства, з одного боку, розглядається з точки зору ресурсного підходу, як сукупність ресурсів підприємства (у цьому випадку оцінка економічного потенціалу зводиться до визначення вартості наявних ресурсів (активів), а, з іншого, – з погляду результатного підходу, як здатність підприємства ефективно

використовувати свої наявні ресурси (така здатність визначається стійким фінансовим станом).

Функціональними складовими економічного потенціалу є:

- Виробничий потенціал, який включає матеріально-речові засоби та можливості їх використання при виробництві продукції.
- Фінансовий потенціал, що включає власні і позикові фінансові кошти і можливості їх використання в господарській діяльності.
- Ринковий потенціал, що включає можливості підприємства за рахунок наявних маркетингових заходів здійснювати збут і просування продукції.
- Науково-технічний потенціал, який включає можливості підприємства розвивати і впроваджувати результати науково-технічного прогресу.
- Екологічний потенціал, який включає можливості підприємства здійснювати господарську діяльність, зберігаючи екосистему.
- Трудовий потенціал формується як сукупність трудових потенціалів всіх функціональних видів діяльності [2].

Під управлінням економічним потенціалом підприємства Лапін Є.В. пропонує розглядати процес прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на раціональне використання, оптимізацію і нарощування економічного потенціалу підприємства з метою досягнення поставлених цілей і забезпечення стійкого функціонування і розвитку підприємства. Основними задачами управління економічним потенціалом підприємства є його формування, використання і відтворення [1, с. 21].

Визначення сутнісних особливостей управління економічним потенціалом полягає у формуванні базового набору стратегій розвитку підприємства, кожна з яких має свої переваги і недоліки. Управління економічним потенціалом в першу чергу залежить від поставлених керівником підприємства цілей розвитку.

Основними етапами процесу стратегічного управління підприємством на основі врахування його економічного потенціалу є:

– *оцінка економічного потенціалу.* Може здійснюватися за одним з трьох підходів. Витратним (майновим) - методи витратного підходу до оцінки активів підприємства дозволяють реально оцінки їх вартість у фазах становлення та занепаду життєвого циклу суб'єкта господарювання.

Порівняльним (ринковим) - за методами порівняльного підходу у фазах становлення і занепаду організації, оцінювачі орієнтуються лише на дійсний час.

Доходним (результативним) - дозволяє оцінити активи промислового підприємства у фазі успіху в життєвому циклі організації і виконати вартісну оцінку його потенціалу в майбутньому періоді. До уваги береться лише майбутній час, коли визначається майбутня користь від господарського використання потенціалу промислового підприємства, розмір чистого потоку капіталу, який має бути отриманий власником чи інвестором на конкурентному ринку. Вибір підходу залежить від мети, виду об'єкта оцінки та порядку здійснення оцінки;

– *визначення місії і цілей підприємства.* Формування стратегічних і тактичних цілей господарюючого суб'єкта з врахуванням фактичного етапу розвитку та перспектив;

– *оцінка і аналіз зовнішнього середовища, визначення можливостей і загроз;*

– *сильних і слабких сторін діяльності підприємства, дослідження і оцінка економічного потенціалу та окремих його підсистем, визначення фактичного рівня використання економічного потенціалу підприємства;*

Як правило, виокремлюють зовнішні та внутрішні фактори впливу на економічний потенціал, від яких безпосередньо залежить ефективність процесу управління. Внутрішні фактори (фактори мікросередовища) – формуються на рівні підприємства та обумовлені його організаційно-управлінськими, ресурсними, фінансовими характеристиками.

Зовнішні фактори (фактори макросередовища) - виникають за межами підприємства: економічні, політичні, соціальні, політичні умови та особливості функціонування промислових підприємств, наявність конкурентів, споживачів тощо.

– формування стратегічних альтернатив розвитку підприємства – формування чітких та послідовних завдань щодо формування і використання економічного потенціалу підприємства, які спрямовані на максимальне досягнення цілей;

– вибір комплексної стратегії розвитку підприємства, вибір стратегії використання і розвитку економічного потенціалу підприємства;

– розробка і реалізація вибраної стратегії розвитку підприємства.

Процес розробки стратегії відбувається на декількох рівнях.

Корпоративний рівень – розробляється в теоретичному вигляді. За його реалізацію відповідає керівник підприємства. Даний рівень носить характер перспективного розвитку і направлений на вироблення довгострокових цілей.

Бізнес-рівень. Визначаються конкретні межі діяльності шляхом встановлення цілей і задач. Визначається, чого треба досягти підприємству конкретно (цілі), що для цього необхідно зробити (задачі).

Функціональний рівень визначає напрямок діяльності тієї чи іншої функціональної служби всередині однієї сфери бізнесу. Даний рівень направлений на втілення в життя цілей і задач, поставлених на бізнес-рівні. Його процеси включають деталізацію стратегічних задач бізнес-рівня, а також проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства [3];

– контроль і оцінка результатів реалізації стратегії підприємства, планів по використанню і розвитку економічного потенціалу підприємства. Заключний етап управління економічним потенціалом промислового підприємства, який передбачає постійне спостереження за виконанням обраної стратегії розвитку.

Проблема розробки оптимальної для підприємств стратегії управління економічним потенціалом визначає необхідність детально проаналізувати можливі стратегії підприємства на предмет встановлення їхньої відповідності меті - забезпечення максимального прибутку із обов'язковим врахуванням факторів зовнішнього і внутрішнього впливу. Це надасть можливість підвищувати якість управління, формувати більш ефективні програми розвитку промислових підприємств на різних стадіях життєвого циклу, а також забезпечувати раціональне використання економічного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Ланін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. на добуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.01 – “Економіка промисловості” / Є.В. Ланін. – Х., 2006. – 37 с.

2. Максименко Д.В. Оцінка економічного потенціалу підприємств аграрного сектору економіки// Таврійський державний агротехнологічний університет. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/987/1/znptdau_2013_2%286%29_31.pdf

3. Минцберг Г. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Куинн, Б. Голаш. – СПб.: «Питер», 2001. – 684 с.

4. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2001. – 204с.

УДК 338.5:336.71

В.П. ПИЛИПЧУК

кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна,

О.Д. ЛЕНДЕЛ

старший викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,

Л.В. БУНДЗЯК

студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Банківській сфері фінансового ринку України притаманний постійний еволюційний розвиток. Ринок банківських послуг став однією із базових складових ринкового економічного організму України. Глобалізація та загострення конкуренції стимулюють банки до більш глибокого вивчення банківського сегмента фінансового ринку країни, розуміння та врахування запитів існуючих і потенційних клієнтів, потреб їх бізнесу, розробки та впровадження нових фінансових послуг і просування їх на ринку, застосування гнучких і диференційованих методів ціноутворення, формування та розвитку клієнтської бази. Основні зміни пов'язані не тільки з екзогенними факторами, такими як перетворення регуляторного середовища та зміна економічної кон'юнктури, а й включають переосмислення принципів ведення банківського бізнесу та управління відносинами з клієнтами на рівні акціонерів і топ-менеджменту банків.

Однак, серед загальних тенденцій останніх кількох років на ринку банківських послуг, можна відзначити: посилення регуляторних вимог, зниження прибутковості, зміна кредитного попиту, зниження якості кредитного портфеля. За такої ситуації усе більша частина комерційних банків шукає шляхи оптимізації існуючої бізнес-моделі в напрямку перерозподілу прибутковості за відсотковими продуктами та комісійними, впровадження інноваційних послуг і технологій, спрямованих на підвищення внутрішньої ефективності існуючого бізнесу, та чи не загальним трендом є мінімізація операційних витрат і закриття нерентабельних та малорентабельних відділень, орієнтація на сегменти з високими темпами зростання і низьким споживанням капіталу.

Перераховані тенденції, в своїй більшості, пов'язані з недостатнім ступенем розвитку внутрішніх систем і бізнес-процесів вітчизняних банків. Одним з напрямків вирішення існуючих проблем є застосування комплексної системи ціноутворення, яка базується на використанні кількох методів ціноутворення, що доповнюють один-одного та дозволяють врахувати специфіку визначення ціни на різні групи банківських продуктів та послуг. Ціноутворення являє собою процес установлення цін на банківські продукти та їх перегляд у відповідь на зміну кон'юнктури. Предметом цінової політики банку є процентні ставки, мінімальний розмір кредиту та депозиту, премії, знижки, тарифи й пільги на комісійні послуги, розміри штрафу, пені. Під ціновою політикою у банківському маркетингу мається на увазі система підходів, концептуальних положень щодо ціноутворення для досягнення генеральних цілей банку та вирішення конкретних маркетингових завдань. У маркетинговій діяльності банку ціна виконує важливу функцію узгодження інтересів банку та клієнтів. Тому ціна в банківському бізнесі може бути базова та фактична (ціна угоди). Ціна виконує декілька основних функцій: обліково-аналітичну, стимулюючу, розподільчу [1, с. 186].

Зокрема, від вибору методів ціноутворення та цінової стратегії банку залежить:

- ефективність планування доходності банківських продуктів та послуг з урахуванням їх сукупної собівартості для банку, а також можливість отримання цільового рівня прибутковості відповідно до обраної загальної стратегії банку чи цілей та завдань власників;
- рівень мінімізації обсягу недоотриманих доходів, прозорість та зрозумілість цін (гнучкі ціни з урахуванням крос-продажів) для клієнтів і персоналу;
- процес сегментації клієнтської бази з урахуванням поточної прибутковості клієнтів і потенціалу її росту;
- рівень економічного обґрунтування прийняття рішень в рамках кредитного процесу (зміцнення процедур стягнення заборгованості та реструктуризації) і виявлення напрямків вдосконалення операційних процесів (оптимізація продуктових портфелів, спрощення системи прийняття управлінських рішень).

Під час визначення цін на банківські продукти і послуги вітчизняні банки переважно використовують витратні та ринкові методи ціноутворення. Сутність витратного методу ціноутворення полягає у визначенні величини витрат (вартість фондування + вартість ризику + вартість капіталу + операційні витрати). Недоліком витратних підходів, які засновані на фактичних повних або маржинальних витратах, є відсутність стимулювання підрозділів банку до мінімізації вартості залучених ресурсів, а також не врахування цін та тарифів конкурентів й невідповідність пропонованій цінності очікуванням і можливостям клієнтів. Сутність ринкових методів ціноутворення полягає у врахуванні параметрів ринкового середовища (конкурентів, клієнтів), як базових для визначення цін і тарифів. При застосуванні ринкових методів розмір витрат на здійснення окремої послуги чи групи послуг враховується в ціні факультативно (ціна може бути меншою за витрати, але не систематично).

Специфіка ціноутворення у банку визначається специфікою банківських послуг і визначена у таблиці 1.

Таблиця 1

Специфіка ціноутворення на окремі послуги банку

Вид послуг	Базова ціна	Специфіка ціноутворення
Послуги депозитного характеру	Річна процентна ставка: -фіксована; -змінна	Ринковий метод (попит та пропозиція). Параметричні методи (оцінка ефективності ресурсів для банку)
Послуги кредитного характеру	Річна процентна ставка: - фіксована; - змінна	Витратні методи (витрати плюс ефективність). Параметричні методи (вартість ресурсів з врахуванням ризику)
Розрахунково-касові послуги	Тарифи на абонентське обслуговування	Ринкові методи, трансфертне ціноутворення
	Комісії за переказ: - у відсотках до суми, - за окремий переказ	Витратні методи. Параметричні методи
Інші послуги	Тарифи, ставки комісійної винагороди	Ринкові та витратні методи

Доповнено за [2, с. 151].

Необхідно зазначити, що визначена за одним методом чи підходом початкова ціна на банківську послугу або продукт може в подальшому коригуватись на основі іншого підходу чи методу. Сутність коригування початкової ціни на банківський продукт полягає у періодичному моніторингу ринкової кон'юнктури та розгляд процентних ставок та тарифів банку на відповідних комітетах. З метою удосконалення цінової політики банківської установи та управління ризиками банки створюють такі постійно діючі підрозділи банку, як комітет із питань управління активами та пасивами (КУАП), який

періодично аналізує собівартість пасивів та прибутковість активів і приймає рішення щодо політики відсоткової маржі, розглядає питання відповідності активів і пасивів за строками, затверджує основні цінові параметри банківських продуктів та тарифний комітет, який щомісячно аналізує співвідношення собівартості непроцентних банківських продуктів, ринкової конкурентоспроможності діючих тарифів та відповідає за політику банку з питань операційних доходів [3, с. 472-473].

Окрім того, поряд із основними методами ціноутворення в практичній діяльності банківські установи застосовують й додаткові методи, серед яких:

- бальний метод, сутність якого полягає у виділенні основних, допоміжних та додаткових параметрів банківської послуги, з подальшою їх експертною оцінкою у бальній формі та встановленні остаточної ціни послуги на основі бальної шкали;
- метод експертних оцінок економічної цінності послуг, сутність якого полягає у визначенні кінцевої ціни банківської послуги на основі експертної оцінки (групового обговорення), яка враховує співвідношення ринкової цінності послуги і її базової ціни;
- метод трансфертного ціноутворення, який базується на формуванні та розподіленні централізованого фонду фінансових ресурсів банку з урахування впливу факторів ринкового середовища та/або нормативів витрат;
- метод регресивного аналізу та інші.

Особливо актуальним використання даних методів є у тому разі, коли визначення ціни потребують не всі банківські продукти (послуги), а лише ті, основні складові показники яких піддаються чіткому кількісному визначенню, що дозволяє швидко встановити ціну послуги залежно від її виду і категорії споживача. Однак не слід забувати, що дані методи ціноутворення, попри свої переваги (простота, швидкість, зручність і прозорість використання), також мають недоліки. Зокрема недоліками даних методів ціноутворення є обмеженість у застосуванні, високий рівень суб'єктивності (наприклад, при формуванні бальної шкали оцінювання, експертних оцінок), нехтування кон'юнктурою ринку та ін. Усе це свідчить про доцільність їх використання поряд із основними методами банківського ціноутворення.

Таким чином, система ціноутворення в банку є складним інструментом управління, що включає:

- оцінку рентабельності банківських операцій та їх агрегування на рівні клієнтів і підрозділів;
- розрахунок економічно обґрунтованої ціни для клієнта, що враховує як витрати банку, пов'язані з наданням послуги та/або продажем продукту, так і ринкові ціни, що формуються пропозицією конкурентів;
- бюджетування та стратегічне планування, які передбачають визначення пріоритетів розвитку бізнесу з урахуванням розуміння сукупного потенціалу клієнтів і клієнтських груп, а також співвідношення «ризик-прибутковість» за напрямками бізнесу [4, с. 155].

В процесі ціноутворення слід враховувати, що кожен з вищенаведених компонентів є самостійною підсистемою, яка передбачає значну варіативність використовуваних для їх визначення методів. У той же час, використання в банківській сфері системи знижок є обґрунтованим лише в наступних випадках: по-перше клієнт має значний потенціал, і його прогнозна майбутня прибутковість по всіх продуктах та/або послугам зможе окупити необхідні для розвитку відносин знижки, по-друге, продукт, на який встановлюється знижка, є якірним, основний дохід при роботі з клієнтом приносять крос-продажі додаткових продуктів, при цьому фінансовий результат від крос-продажів частково враховується при оцінці рентабельності якірного продукту і робить його прибутковим, по-третє, коли знижка є елементом програми лояльності і забезпечує зростання обсягів споживання клієнтом банківських продуктів чи послуг.

Отже, підвищення конкурентоспроможності та посилення позицій на ринку банківських послуг будь-якого комерційного банку залежить від реалізації комплексу заходів, в число яких входить і ціноутворення та цінова політика. Особливістю ціноутворення в банку є відсутність чіткого взаємозв'язку ціни та споживчої вартості банківської послуги. Тому банк має можливість маневрувати ціною в досить широких межах, проводячи диференційовану цінову політику, використовуючи ціни як інструмент залучення клієнтів, їх утримання та підвищення прибутковості клієнтської бази.

Список використаних джерел:

1. *Маркетинг у банку: навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін.; ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України».* – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 353 с.
2. *Маркетинг у банку: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А.В. Нікітін, Т.Г. Іванова, І.Г. Бритченко, О.М. Момот ; за заг. ред. А.В. Нікітіна.* – К.: КНЕУ, 2010. – 474 с.
3. *Сєдих О. Є. Ціноутворення на банківські продукти в умовах глобалізації / О. Є. Сєдих // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; редкол.: О. О. Беляєв (відп. ред.) [та ін.].* – Київ : КНЕУ, 2009. – Вип. 21. – С. 467–474.
4. *Якубовская Д. Л. Ценообразование на банковские продукты в контексте проблемы рентабельности кредитных организаций // Проблемы современной экономики, 2015. – №1 (53). – С. 152-156.*

УДК 657

В.А. ПІГОШ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ЕКСПЛУАТАЦІЙНІ ВИТРАТИ В КОНТЕКСТІ ОРЕНДНИХ ПРАВОВІДНОСИН З БЮДЖЕТНИМИ УСТАНОВАМИ

Орендні правовідносини між бюджетною установою - орендодавцем та юридичною або фізичною особою - орендарем обов'язково мають бути оформлені відповідним договором оренди. Типовий договір оренди індивідуально визначеного (нерухомого або іншого) майна, що належить до державної власності, затверджено наказом Фонду держмайна від 23.08.2000 р. № 1774 (далі - Наказ № 1774, Типовий договір № 1774) [1]. Типові договори оренди майна комунальної власності затверджуються відповідними органами місцевого самоврядування.

Зазначимо, що Цивільний кодекс не вимагає від сторін договору оренди фіксації безпосередньо в цьому договорі порядку компенсації вартості комунальних послуг та інших витрат. Тому в разі оренди нерухомості небюджетних підприємств умови щодо відшкодування орендарем комунальних послуг та інших витрат можуть погоджуватись як безпосередньо в тексті договору оренди, так і в окремому документі.

Однак у разі оренди нерухомого майна, що належить до державної чи комунальної форми власності, орендна плата розраховується за встановленим певним нормативним актом алгоритмом, і до її складових витрати на оплату комунальних послуг та інші експлуатаційні витрати не входять. Для врегулювання цього питання має бути оформлено окремий договір.

Нагадаємо, що вичерпний перелік послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій наведено в додатку до Порядку формування тарифів на послуги

з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій, затвердженого постановою КМУ від 01.06.11 р. № 869 [2]. Зокрема, це:

- прибирання прибудинкової території;
- прибирання сходових кліток;
- вивезення побутових відходів (збирання, зберігання, перевезення, перероблення, утилізація, знешкодження та захоронення);
- прибирання підвалу, технічних поверхів та покрівлі;
- технічне обслуговування ліфтів;
- обслуговування систем диспетчеризації;
- технічне обслуговування внутрішньобудинкових систем (гарячого, холодного водопостачання, водовідведення, централізованого опалення, зливової каналізації);
- дератизація, дезінсекція;
- обслуговування димових та вентиляційних каналів;
- технічне обслуговування та поточний ремонт мереж електропостачання та електрообладнання (освітлення місць загального користування, електропостачання ліфтів, підкачування води), систем протипожежної автоматики та димовидалення, а також інших внутрішньобудинкових інженерних систем у разі їх наявності;
- поточний ремонт конструктивних елементів, внутрішньобудинкових систем гарячого і холодного водопостачання, водовідведення, централізованого опалення та зливової каналізації і технічних пристроїв будинків та елементів зовнішнього упорядження, що розміщені на закріпленій в установленому порядку прибудинковій території;
- поливання дворів, клумб і газонів;
- прибирання та вивезення снігу, посипання частини прибудинкової території, призначеної для проходу та проїзду, протижелезними сумішами;
- експлуатація номерних знаків на будинках;
- освітлення місць загального користування і підвалів;
- енергопостачання ліфтів [2].

Саме з вартості цих послуг і складаються експлуатаційні витрати з утримання будинків, споруд та прибудинкових територій.

Згідно зі ст. 19 Закону від 10.04.92 р. № 2269-XII «Про оренду державного та комунального майна» орендна плата є платежем, який сплачується орендарем орендодавцю за користування орендованим майном і який не залежить від результатів господарської діяльності орендаря [3]. А відповідно до п. 2 Методики розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу, затвердженої постановою КМУ від 04.10.95 р. №786 (далі - Методика № 786), розмір орендної плати встановлюється договором оренди між орендодавцем та орендарем [4]. Водночас згідно з п. 3 Методики №786 «до плати за оренду індивідуально визначеного майна не включаються витрати на утримання орендованого майна та плата за послуги, які відповідно до укладених угод зобов'язуються надавати орендарю державне підприємство, організація, господарське товариство, на балансі яких перебуває це майно».

Тобто сторони договору оренди не можуть установити такий розмір орендної плати, який би покривав видатки орендодавця на оплату експлуатаційних витрат.

Отже, плата за комунальні та інші послуги не повинна входити до орендної плати, а має бути стягнута на підставі, зокрема, окремого договору про відшкодування витрат балансоутримувача на утримання орендованого нерухомого майна та надання комунальних послуг орендарю. У ньому бюджетна установа - орендодавець та орендар визначають порядок розрахунків за експлуатаційні витрати.

Зазначимо, що Наказом № 1774 затверджено також Примірний договір про відшкодування витрат балансоутримувача на утримання орендованого нерухомого майна

та надання комунальних послуг орендарю. Орендар зобов'язаний укласти такий договір протягом 15 робочих днів після підписання договору оренди. Це впливає з п. 5.13 Типового договору № 1774 [1].

Розподіл витрат на утримання орендованих приміщень між орендарем (орендарями) здійснюється орендодавцем залежно від наявності, кількості, потужності, часу роботи електроприладів, систем тепло- і водопостачання, каналізації за спеціальними приладами обліку, а в разі їх відсутності - пропорційно до розміру орендованої площі. Інформацію щодо площі орендованого приміщення і площі всієї будівлі беруть із відповідних документів (технічний паспорт будівлі тощо). Орендодавець надає орендарям рахунки для відшкодування вартості комунальних та інших послуг, пов'язаних з утриманням орендованих ними приміщень.

У разі якщо орендар використовує орендоване приміщення погодинно, а в інший час у цьому приміщенні немає його матеріальних цінностей (наприклад, оргтехніка, навчальні посібники, прилади тощо), оплату експлуатаційних послуг доцільно розраховувати пропорційно до часу, протягом якого він фактично займає це приміщення. Вартість спожитих орендарем комунальних та інших експлуатаційних послуг орендар відшкодовує безпосередньо бюджетній установі - орендодавцеві.

Отже, для стягнення з орендарів суми оплати понесених експлуатаційних витрат обов'язково слід укласти з ними відповідний договір про відшкодування витрат балансоутримувача на утримання орендованого нерухомого майна та надання комунальних послуг орендарю. Без укладення такого договору стягнення плати за експлуатаційні послуги з орендаря буде неправомірним.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження договорів оренди: наказ Фонду держмайна від 23.08.2000 р. № 1774. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0930-00>
2. Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово-комунальні послуги: затверджений постановою КМУ від 01.06.11 р. № 869. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/869-2011-%D0%BF>
3. Про оренду державного та комунального майна: Закон України від 10.04.92 р. № 2269-ХІІ. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2269-12>
4. Про Методику розрахунку орендної плати за державне майно та пропорції її розподілу: затверджений постановою КМУ від 04.10.95 р. № 786. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/786-95-%D0%BF/ed20181221>

УДК 336.02

В.Я. ПОПФАЛУШІ

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Стегней М.І.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Світовий досвід свідчить про те, що ефективність функціонування економіки будь-якої країни здебільшого залежить від оптимального поєднання в ній малого та середнього бізнесу. Ведення бізнесу у нинішніх умовах – це прерогатива компетентних, стратегічно орієнтованих підприємців. Часи, коли ринок сприймав будь-які рішення, запропоновані бізнесменами-початківцями, давно минули. Роль і значення управління, управлінської

культури, методології управління в умовах сучасного бізнесу особливо вагома, оскільки посилення позицій будь-якої фірми в конкурентній боротьбі сьогодні залежить від якості управління, від здатності передбачати кожен крок заздалегідь.

Характерною особливістю малого і середнього бізнесу (МСБ) є багатогранність діяльності бізнесмена, який на власний ризик започаткував і веде бізнес, відповідає за результати діяльності, приймає рішення, і тому МСБ має ті самі риси, що притаманні великим підприємствам, одночасно є такі особливості:

- об'єднання функцій керівника і власника;
- відсутність на багатьох підприємствах планових відділів є причиною того, що плани не фіксуються документально;
- МСБ належать до адаптивних систем, яким притаманні гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями, децентралізація повноважень і відповідальності, переваги горизонтальних зв'язків, мінімальне використання формальних правил і процедур, готовність до змін;
- використання гнучких методів контролю;
- перевага усного (вербального) спілкування.

Існують певні відмінності в поведінці підприємств МСБ (табл. 1).

Таблиця 1

Відмінності у поведінці малого та середнього бізнесу [1]

Критерії	Малий бізнес	Малий і середній бізнес
Цілі	Визначаються ринком інтуїтивно з імпровізацією	Інтуїтивно корегуються ринком і спеціальною стратегією
Управління	Особисте, авторитарне пряме	Особисте консультування з ключовими партнерами і спеціалістами
Продукт (послуга)	Відсутнє планування та маркетингові дослідження	Короткострокове планування без маркетингових досліджень
Персонал	Особисті відносини за принципом “велика сім'я”, високий рівень мотивації і зацікавленості, відсутність впливу громадських організацій	Особисті відносини “наймач-колектив співробітників”, низький рівень зацікавленості
Фінанси	Власні кошти, банківські установи	Власні кошти, банківські установи

Управління містить три аспекти інституційний (хто ким управляє), функціональний (як здійснюється управління і як воно впливає на підлеглих), методологічний (яким способом здійснюється управління).

Згідно з управлінською решіткою Блейка і Моутона виділяють такі типи управлінської поведінки [2]:

- песиміст – мінімальна турбота як про людей, так і про виробництво. За цього стилю керівник докладає мінімальних зусиль, які вимагаються від нього, щоб зберегти своє місце в організації.

- диктатор – максимальна турбота про виробництво поєднується з мінімальною турботою про людей, керівник при цьому віддає пріоритет максимізації виробничих показників, реалізуючи надані йому повноваження і контролюючи діяльність підлеглих, диктуючи їм, що і як вони повинні робити.

- демократ – у цьому випадку мінімальна турбота про виробництво поєднується з максимальною турботою про людей. Велика увага приділяється збереженню дружніх відносин між працівниками, нехай навіть за рахунок виробничих показників.

- маніпулятор – відповідає “золотій середині” або системі припущень, що забезпечують мирне співіснування на шляху до єдиної мети. Цей стиль управління орієнтований на збереження статус-кво, або існуючого стану.

- організатор – поєднує піклування про виробництво і про людей. Важливою характеристикою такого стилю управління є спрямованість на інновації і постійний розвиток фірми. Підприємства, де працюють менеджери даного типу, як правило, лідирують на ринку. Вважають, що менеджер цього типу є еталоном сучасного управління.

Важливим етапом в системі управління МСБ є формування механізму прийняття рішень. Цей процес має відбуватися з урахуванням впливу споживачів і конкурентів. Для цього доцільно використати оцінку прогнозних очікувань від нового товару чи послуги, що пропонується фірмою для впровадження, так звану стратегічну канву. Її розробляють у такій послідовності: визначаються критерії, які важливі для потенційних споживачів при виборі продукції (послуги) певної галузі; оцінюються товари або послуги основних конкурентів за аналогічними критеріями і розробляється їхня стратегічна канва; оцінюються товари або послуги, пропоновані певною фірмою, і проектується власна стратегічна канва [3]. Максимальна кількість критеріїв оцінювання не повинна перевищувати десяти. Важливо враховувати те, що обираючи критерії, потрібно оцінювати їх з погляду споживача, а не підприємства. Наприклад, досконала система управління для клієнтів нічого не означає, якщо це не полягає у кращому обслуговуванні та нижчих цінах. Якщо після порівняння товарів чи послуг певної фірми і власної переваги збігаються, це означає, що пропозиції недостатньо диференційовані, і саме це призводить до цінової конкуренції і зниження прибутку.

Ефективне управління підприємствами малого та середнього бізнесу відіграють одну з провідних ролей у розвитку приватного сектора та поступово стають важливим чинником економічного зростання, створення нових робочих місць, структурної перебудови економіки, зміцнення економіки регіонів.

Список використаних джерел:

1. Рачинець Г. В., Копець Г. Р. *Актуальні аспекти управління малим та середнім бізнесом в Україні // Національний університет "Львівська політехніка", – К. : КНЕУ, 2015. – С. 240-247.*
2. Щекин Г. В. *Управление бизнесом: Экспресс- курс для деловых людей / Г. В. Щекин. – 5-е изд.; стер. – К.: ДП Изд. дом "Персонал", 2012. – 232с.*
3. Пекменов Р. *Секрети поетапного перетворення бізнесу для керівників // Власний бізнес. – 2013. – № 73. – С. 37.*

УДК 334.72:338(4)(043.2)

В.Ф. ПРОСКУРА
доктор економічних наук, професор,
зав. кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
І.В. ПАВЛИШИНЕЦЬ
магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ДОСВІД КРАЇН ЄС ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ СЛУЖБИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах, що характеризуються нестабільністю ринкового середовища, забезпечення економічної безпеки підприємства є однією з ключових функцій управління. У зв'язку з цим, проведення зваженої та обґрунтованої політики у сфері економічної безпеки підприємства є актуальним та одним з пріоритетних завдань поточного та стратегічного управління.

На думку науковців «погіршення важливих макроекономічних характеристик розвитку і безпеки підприємництва, особливо у секторі малого бізнесу України, зниження фактичних показників більшості індикаторів макроекономічної, фінансової, техніко-технологічної, інтелектуально-кадрової та інших складових безпеки до значень, нижчих за критичні), що розпочалося в 2008–2009 рр. та триває досі, було настільки істотним, що разом із недостатністю інституційного забезпечення та системними недоліками бізнес-середовища дає об'єктивні підстави стверджувати про критичне погіршення економічної безпеки підприємництва в нашій державі» [1]. Зважаючи на значні економічні, організаційні та правові прогалини в забезпеченні економічної безпеки підприємств в Україні, важливим завданням на сучасному етапі є дослідження зарубіжного досвіду в цій сфері та запозичення кращих практик управління економічною безпекою на всіх рівнях.

Економічну безпеку кожної країни, що входить до складу Європейського союзу необхідно розглядати у контексті загальної концепції економічної безпеки ЄС. Зокрема, активна роль Німеччини в західноєвропейських інтеграційних процесах значною мірою визначає концепцію її економічної безпеки, адже соціально-політична ситуація в країнах Центральної й Східної Європи, що входять до ЄС, безпосередньо впливає на економічну безпеку Німеччини, яка виступає головним фінансовим донором ЄС. Тому Німеччина більш, ніж будь-яка інша держава зацікавлена у розв'язанні проблем забезпечення економічної безпеки всіх країн-членів ЄС. [2]

В країнах ЄС по-різному організовують забезпечення економічної безпеки підприємств. Зокрема, у більшості країн (серед яких Німеччина, Великобританія, Нідерланди) перевага щодо організації забезпечення економічної безпеки підприємств надається найманню спеціальних детективно-охоронних агентств та створенню сучасних контррозвідувальних структур, які здійснюють функції підрозділів безпеки й охорони.

У законодавстві Фінляндії визначено також загальні й обов'язкові вимоги до співробітників приватних охоронних організацій, серед яких: досвід роботи в місцевих правоохоронних структурах, наявність поліцейської або юридичної освіти, благонадійність та високі моральні якості. Схожі вимоги запроваджено також у Бельгії, де на сьогоднішній день функціонують близько 400 приватних розшукових бюро й охоронних підприємств, у яких задіяні понад 3 тисячі співробітників. Дозвіл на право займатися приватним охоронним бізнесом видає МВС країни. [3]

У Франції останнім часом спостерігаються тенденції є стрімкого розширення діяльності служб економічної безпеки у фінансових інститутах та у промислово-торговельних компаніях. Це пов'язано із потребами національних бізнес-структур у зниженні комерційних ризиків, особливо при виході на слабо вивчені ринки, підвищенні безпечності підприємницької діяльності а також особистої безпеки бізнесменів.

У Європейській країнах також велику увагу приділяють захисту електронних даних. Зокрема, у сфері безпеки персональних комп'ютерів і боротьби з комп'ютерною злочинністю діють десятки правових актів, які детально регулюють статус суб'єктів інформаційної діяльності, режим інформаційного обміну і підключення до загальних інформаційних систем, автоматизованих банків даних, а високий рівень технічної оснащеності дозволяє систематично виявляти акти промислового шпигунства відносно компаній – іноземних конкурентів.

Загальними тенденціями у сфері управління економічною безпекою підприємств у країнах ЄС є:

- проведення систематичного моніторингу внутрішнього та зовнішнього ризиків та розробка рекомендацій спрямованих на посилення конкурентних позицій національних підприємств і захист їх економічних інтересів як на рівні органів державного управління, так і безпосередньо підприємницьких структур;

- проведенні робіт щодо зміцнення інституційної та правової бази захисту права власності. Зокрема, у цьому напрямі на рівні ЄС укладено спільну угоду з права

інтелектуальної власності між органами влади, академічними і промисловими структурами та науково-дослідними установами, що поширюється на всі-країни учасники;

- пошук та забезпечення джерел фінансування ризикового капіталу, особливо інвестицій інноваційного спрямовування для підвищення рівня НДКР у довгостроковій перспективі (досвід країн ЄС). Це, як правило, фінансування інвестицій як у новостворені підприємства, так і високотехнологічні, а також у розвиток сектору динамічних високотехнологічних дослідницьких малих і середніх підприємств. [4]

- широке використання електронних систем та програм моніторингу ринку, фінансового становища підприємства та конкурентів, тенденцій на світових ринках тощо. Перехід на використання інтернет-технологій відслідковування та систематизації інформації на основі Big data;

- розроблення та впровадження сучасних систем захисту даних.

На основі проведеного дослідження передового досвіду країн ЄС відносно організації економічної безпеки підприємств, можна зробити висновок, що рівень її забезпечення залежить від ефективної державної політики в цій сфері, наявності діючих правових механізмів та заходів, спрямованих на попередження загроз. На рівні підприємств, основними методами забезпечення безпеки є розробка правил, норм та нормативів поведінки, забезпечення захисту електронних даних, ефективна кадрова політика та впровадження інноваційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Детермінанти державної політики забезпечення економічної безпеки підприємництва в Україні/З.С. Варналій//Економічна безпека України: стан, проблеми та перспективи: тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (22 квітня 2016 р.). – Львів: ЛьвДУВС, 2016. – 360 с., с. 7).

2. Онищенко В. О. Міжнародний досвід забезпечення економічної безпеки держави /В. О. Онищенко, А. В. Матковський// Економіка, Менеджмент, Підприємство, № 26 (I), 2014).

3. Савенко М.М. Міжнародний досвід організації економічної безпеки підприємств/М.М. Савенко//Інвестиції: практика та досвід.-2011.-№4.-С. 60-63, с. 62

4. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник / Небава М. І., Міронова Ю.В. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 73 с.

УДК 330.111.4

К.Й. ПУГАЧЕВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

С.С. БАЛАБАН

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Питанню визначення та оцінки виробничих ресурсів присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених: серед іноземних вчених, які досліджували виробничі ресурси як фактори виробництва, зазначаємо Ч. Кобба, П. Дугласа, А. Маршалла, П. Самуельсона, Р. Солоу, С. Фішера. Методиці проведення аналізу використання виробничих ресурсів підприємства присвячені праці українських вчених М. Чумаченка, В. Івахненка, М. Болюха, П. Поповича.

Серед вчених-економістів існують різні погляди щодо трактування поняття виробничі ресурси підприємства та їх складових. Багато науковців як невід'ємну частину виробничих ресурсів виділяють три їх складові елементи: основні виробничі засоби, основні оборотні кошти та трудові ресурси. Найбільш повним слід вважати трактування виробничих ресурсів підприємства як сукупності певних чинників (запасів, джерел, засобів та предметів праці), які має в наявності підприємство, а також можуть бути мобілізовані та використані ним для досягнення конкретної мети й одержання очікуваного результату в певний проміжок часу [1, с.210].

Забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємства та підвищення ефективності його функціонування в умовах фінансової нестабільності безпосередньо залежить від ефективності використання його виробничих ресурсів [1, с.207].

Оскільки розвиток підприємства передбачає наявність виробничих ресурсів певної кількості та якості, то проведення обґрунтованої оцінки використання виробничих ресурсів набуває особливого практичного значення для кожного підприємства. Використовують декілька методичних підходів оцінки ефективності їх використання.

Багаточинниковий підхід. Цей підхід пропонується в науковій економічній літературі, проте рідко застосовується на практиці. Він передбачає використання агрегованих індексів ефективності, що є складними і важкими для інтерпретації, а тому і не стали загально визнаними [2, с.417].

Традиційний підхід. Цей підхід передбачає оцінку ефективності на основі двох груп показників: узагальнюючих - показників першого рівня, які характеризують ефективність діяльності підприємства в цілому, порівнюючи результативні показники з витратами усіх ресурсів, та показників другого рівня, які оцінюють ефективність використання окремих видів ресурсів підприємства [2, с.418].

На практиці найбільш поширеним є традиційний підхід. Розглянемо його основні групи показників:

1. Узагальнюючі показники першого рівня:

- показник фондовіддачі – один із основних узагальнюючих показників, що характеризує ефективність використання основних засобів;
- фондомісткість продукції – один із узагальнюючих показників, що показує розмір основних виробничих засобів, які необхідні для випуску одиниці продукції;
- показник рентабельності основних засобів, що показує, скільки прибутку отримує підприємство на кожну гривню основних засобів;
- показник фондоозброєності праці, що відображає величину основних засобів, яка припадає на одного робітника.

2. Показники другого рівня:

- показники ефективності використання трудового потенціалу підприємства;
- показники ефективності використання основного капіталу;
- показники ефективності використання оборотного капіталу
- показники ефективності використання поточних затрат [3, с. 258].

Практичне використання системи показників економічної ефективності в галузях і господарюючих суб'єктах передбачає:

1. Орієнтацію підприємства чи галузі на інтенсивний шлях розвитку і досягнення більш високого рівня ефективності в динаміці.

2. Вивчення резервів подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, вдосконалення технології та покращення організації виробництва.

3. Створення дієвого механізму підвищення ефективності господарювання. В якості узагальнюючого показника ефективності господарської діяльності підприємства потрібно використовувати відношення обсягу реалізованої продукції чи ефект у вигляді

прибутку до сукупної величини ресурсів, включаючи середню вартість основних і обігових засобів, чи до загальної суми витрат виробництва чи обігу.

Неврівноважений стан в економіці ще більш загострює проблеми ефективного використання виробничих ресурсів українських підприємств. Це вимагає подальшого дослідження зазначеного терміну та вирішення наступних проблем методики оцінки використання виробничих ресурсів, зокрема:

- забезпечення достовірної вхідної інформації;
- співставлення вартісних і натуральних оцінок складових елементів виробничих ресурсів;
- оцінки рівнів ефективності використання виробничих ресурсів;
- розробки узагальнюючої системи показників для оцінки окремих елементів (видів) виробничих ресурсів;
- удосконалення існуючої методики оцінки ефективності використання виробничих ресурсів;
- розробки інтегрального (узагальнюючого) показника оцінки виробничих ресурсів підприємства з метою обґрунтованого аналізу ефективності їх використання.

Посилення конкуренції обумовлює потребу у поглибленні наукових досліджень з пошуку сучасних способів управління конкурентоспроможністю підприємства. Ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства значною мірою залежить від вміння максимально вдало застосовувати методику аналізу забезпечення та використання виробничих ресурсів підприємства. Це дозволяє використати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва, надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Матросова Л.М. Теоретичні засади поняття «Виробничі ресурси підприємства» та їх класифікація. / Матросова Л.М., Носкова С.А /Економічний вісник Донбасу -2011.- № 2. –С.207-211.
2. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч.посібник/І.В. Ковальчук. - К.:Знання, 2008. – 679 с.
3. Суліма Н.М. Економіка і фінанси підприємства [Текст]: [підручник] / Н.М. Суліма, Л.М. Степасюк, О.В. Величко; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – К.: Компринт, 2015. – 465 с.

УДК 338.2

К.Й. ПУГАЧЕВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

В.Е. ПОЛЯНСЬКА

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Для кожного підприємства, що розвивається рано чи пізно настає момент, коли його починає не задовольняти характеристики вітчизняного ринку, політичний клімат чи економічні умови в державі, тому виникає питання виходу підприємства на зовнішні ринки. Для України це доволі актуальне питання, але нестача фінансових засобів,

незадовільний стан основних засобів, невідповідність продукції міжнародним стандартам, а також застарілість технологій, є, для багатьох підприємств, одними з основних причин, що перешкоджають виходу на закордонні ринки. Але в Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентноздатними не тільки на вітчизняному ринку, а й на ринках багатьох зарубіжних країн.

Дослідженням питання управління просуванням товарів на зовнішніх ринках активно займаються українські вчені: А.В. Войчак, А.Ю. Гурєєва, С.М. Ілляшенко, В.Я. Кардаш, Н.В. Куденко, Є.В. Крикавський, А.О. Старостіна, А.Б. Толокнєєва, Д.М. Черваньов та інші.

Ефективне функціонування підприємств в ринкових умовах неможливо без такого важеля для управління попитом як просування продукту, який відноситься до набору дій для здійснення комунікації з цільовою аудиторією, щоб спонукати їх купувати товар, задля стимулювання продажів товару на ринку. Кожна компанія в розробці комунікаційних програм вибирає набір інструментів для просування продукту.

Просування – це зусилля з привернення уваги клієнтів до товару чи організації. Традиційно до основних інструментів просування відносять рекламу, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, особистий продаж. Основним завданням просування за моделлю «AIDA» (attention (увага), interest (інтерес), desire (бажання), action (дія)) є: поширення інформації про товар, нагадування про нього та місце збуту, інформування про переваги товару, спонукання до його придбання.

Просування товару на вітчизняні та міжнародні ринки є невід'ємною частиною маркетингу підприємств. В Україні в умовах політичної та економічної кризи, стагнації у торгівлі, падіння купівельної спроможності існує необхідність посилення ефективності просування товарів на внутрішні та міжнародні ринки з врахуванням особливостей їх розвитку. Ефективне просування вимагає ретельного планування і бюджетування, врахування тенденцій розвитку методів просування в Україні та світі.

Для підвищення ефективності просування необхідна чітка стратегія та комплексне використання усіх елементів системи просування. Існує багато методів просування товару та результати аналізування дають можливість рекомендувати вітчизняним підприємствам подальшу активізацію маркетингових комунікацій через Інтернет, що сьогодні є найперспективнішим з точки зору ефективності. Українським підприємствам необхідно спиратись на досвід розвинених країн – системно здійснювати управління просуванням, використовувати нестандартні й найсучасніші його способи з врахуванням особливостей міжнародного середовища.

Для ефективного управління просуванням варто дотримуватись таких основних рекомендацій:

1. Оцінювання можливих засобів просування (реклама, стимулювання збуту тощо).
2. Інвестування у системи управління клієнтами. Необхідно в онлайні відслідковувати специфіку попиту та купівельну поведінку й, відповідно, орієнтуватись на неї.
3. Генерування творчих ідей для просування (безкоштовні послуги, консультації, навчання, конкурси, тощо);
4. Проведення фінансового аналізу для кожного типу просування. Необхідно передбачати ризики під час просування, обсяги продажів, точку беззбитковості та потенційну віддачу від інвестицій тощо.
5. Конкретизація клієнтам термінів початку та закінчення кампанії з просування.
6. Встановлення конкретних маркетингових цілей підприємства.
7. Розроблення маркетингової стратегії, основне призначення якої - взаємоузгодження маркетингових цілей фірми з її можливостями, вимогами споживачів, використання слабких позицій конкурентів та власних конкурентних переваг. Стратегія дає змогу: змінити реактивну поведінку фірми на проактивну; координувати основні

сфери діяльності, націлюючи їх на задоволення потреб споживачів за максимізації прибутку; надання чіткого кількісного та якісного характеру діяльності фірми та можливості зосередитись на найперспективніших напрямках розвитку [1].

8. Конкретизація повідомлення у просуванні. Потрібно сформувати чіткий і міцний зв'язок між ключовими повідомленнями та товаром. Велике значення мають оптимальне використання трьох елементів брендингу (назва товару, візуальне оформлення та позиціонування), високоякісні послуги фахівців з просування та попереднє тестування.

9. Системне залучення команди працівників до процесу просування, заохочення.

10. Накопичення й постійне аналізування інформації про клієнтів.

11. Повторення успішних методів просування у майбутньому.

В даний час потреба підприємств у виході на міжнародний ринок дуже велика. Співробітництво з країнами ближнього і далекого зарубіжжя є наслідком ефективної роботи відділу з зовнішньоекономічних зв'язків підприємства. Головна мета, що ставитися перед підприємствами – сприяти зростанню прибутків. Вивчення ринків збуту, визначення номенклатури виробів, що випускаються, встановлення цін та інші питання маркетингових досліджень мають своєю метою формування оптимальних умов реалізації товарної продукції [2].

Таким чином, вихід на зовнішній ринок, де існує жорстка міжнародна конкуренція, можливий тільки за умови використання сучасних методів управління і ефективного маркетингу. При вході на зовнішній ринок необхідно визначити безліч параметрів, в тому числі: макро- і мікроекономічні чинники, сильні і слабкі сторони компанії, ринкового середовища, соціально-економічні і політичні чинники, що впливають на діяльність господарюючих суб'єктів. Крім того, ефективний аналіз середовища підприємства повинен включати в себе аналіз усього світового ринку, щоб не залишити поза увагою нові тенденції, нових конкурентів і нові ринкові можливості.

Список використаних джерел:

1. Кардаш В. Я. *Маркетингова товарна політика: \В.Я.Кардаш Навч. посібник.-К.: КНЕУ, 1997.-156 с.*

2. Гурєєва А.Ю. *Аналіз методів просування товарів на зовнішній ринок / А.Ю. Гурєєва //Управління розвитком. – 2012. – № 3. – С. 32–34.*

3. Куртіна І. О. *Організація ефективного просування та продажу продукції на підприємстві / І. О. Куртіна, В. В. Добрянська // Молодий вчений. - 2014. - № 7 (10). - С. 38-40.*

УДК 005:658:331

Н.С. РИНКЕВИЧ

асистент кафедри фінансів і маркетингу,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури,
м. Дніпро, Україна

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

На даний час однією з корпоративних цінностей є клієнтоорієнтованість, яка полягає в прагненні компанії до формування довготривалих партнерських взаємовідносин з клієнтами. Згідно досліджень компанії Booz Allen Hamilton та Інституту Аспену [1], в 88% заяв про цінності зазначено інтереси клієнтів.

У результаті обстеження «Що співробітники думають про корпоративну культуру своїх компаній» [2] серед 618 опитаних 14,5% респондентів визнали, що на формування корпоративної культури найбільший вплив мають клієнти впливають. У зв'язку з цим

стає актуальним відстеження змін потреб клієнтів, приділення уваги підвищенню споживчої цінності продукції і послуг, навчання персоналу принципам орієнтованості на клієнта.

Однак у ході опитування компаній, яке проведено Агентством електронного консалтингу Econsultancy [3], виявлено, що корпоративна культура не побудована навколо вимог клієнтів (39% респондентів).

На основі аналізу спеціальної літератури з менеджменту встановлено, що часто відбувається заміна понять, а саме: клієнтоорієнтованість ототожнюється з наявністю в компанії стандартів якісного обслуговування. Разом з тим слід розуміти, що організація, яка чітко дотримується прийняті норми взаємовідносин з клієнтами, може і не бути клієнтоорієнтованою. Це відбувається у випадках, коли компанія не створює умови, за наявності яких клієнт захоче повторно скористатися її послугами.

Для виявлення особливостей клієнтоорієнтованої компанії варто визначити суть і зміст терміна «клієнтоорієнтованість», під яким розглядається:

- концепція, що проголошує важливість принципів задоволення потреб клієнтів, відповідності їх очікуванням, передбачення їх бажань при здійсненні всіх напрямів організаційної діяльності;

- орієнтація на клієнта з метою кращого розуміння його потреб і задовольнити їх;

- здатність організації отримувати додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння й ефективного задоволення потреб клієнтів.

Кожна компанія розуміє клієнтоорієнтованість по-різному з урахуванням особливостей свого функціонування: для одних це означає технічне оснащення офісів продажів, своєчасні доставки готової продукції до клієнтів. Для інших – це впровадження CRM-системи, систематичне проведення маркетингових досліджень на предмет задоволеності клієнтів, навчання співробітників основам психології переговорів. Все це в сукупності і призводить до того, що підприємство стає клієнтоорієнтованим.

Організація може отримати додатковий прибуток від взаємовідносин, які орієнтовані на клієнта, у таких випадках:

- клієнт повертається в компанію за додатковим придбанням, тобто клієнт збільшує частоту й обсяг закупівель, як результат – зростання доходу від реалізації;

- клієнт ділиться з організацією інформацією, яка допомагає поліпшити продукт і якість логістичного сервісу, оптимізувати бізнес-процеси;

- клієнт рекомендує компанію своєму близькому оточенню, яке приносить прибуток.

У результаті ретельного вивчення потреб клієнтів можна значно збільшити обсяги продажів і розширити клієнтську базу. При цьому використовується тільки наявна клієнтська база і не потрібно витрачатися на залучення нових клієнтів. Фінансовий результат такого підходу може значно перевищити очікування. Для кожної компанії ефективність перерахованих вище варіантів отримання додаткового прибутку може бути різною.

Необхідно визначити свій оптимальний варіант і зосередитися на оцінюванні можливостей підвищення фінансового результату. Для цього слід відповісти на такі питання:

- що або хто впливає на величину покупки вашого клієнта: компетентний персонал, який знає весь асортимент пропонованих послуг і здатний запропонувати клієнту саме те, що йому потрібно, або, може бути, імідж вашої компанії в порівнянні з іншими або реклама і громадська думка;

- чому аналогічну продукцію купують у ваших конкурентів;

- як збільшити обсяг покупок, зроблених у вашій компанії;

- чому вашу компанію рекомендують (не рекомендують); що стало приводом для рекомендації;

- які заходи дозволять поліпшити якість виробленого вами продукту і сервісу.

Відповіді на ці питання дозволять скорегувати політику компанії в сферах виробництва та збуту. Поширення позитивної практики обслуговування, що сприяє залученню додаткового прибутку і підвищенню рівня лояльності клієнтів є однією з цілей клієнтського бізнесу. Проблема якісного управління рекламаціями дуже важлива для компанії. Догляд незадоволеного клієнта, негативні рекомендації, скарги можуть призвести до втрати позитивно налаштованих клієнтів. Задля уникнення цих проблем доцільно запропонувати створити якусь спільноту покупців, тобто впровадити систему персоналізованого обслуговування клієнтів.

Якщо в роботі підприємства використовується автоматизована система з обліку клієнтів – CRM, то до неї заноситься вся інформація про клієнтів. На кожного клієнта заводиться карточка, до якої вносяться персональні дані про клієнта. Крім цього клієнтові видається якась подібність пластикової карти, що підтверджує факт підвищеної уваги з боку компанії до клієнта, факт постановки на обслуговування. Така карта має бути аналогом сервісної книжки та містити, як мінімум, таку інформацію, як назва компанії, телефон гарячої лінії та персональний номер клієнта (номер може бути використаний для проведення розіграшів, а також для підтвердження «значущості» клієнта для компанії). Негативна реакція і можливо агресивна поведінка, незадоволення клієнтів часто виникає від незнання, що робити. Треба заздалегідь донести до клієнта інформацію про те, що ситуація не є критичною, а виникла невелика проблема, яку клієнту обов'язково вирішать. Далі, наприклад, раз на півроку, коли сезонна купівельна активність знижується, можна обдзвонювати клієнтів, і дізнаватися, залишилися задоволені вони останньою покупкою або послугою, чи відповідають вони очікуванням покупця, чи є скарги тощо. Клієнт буде відчувати турботу і увагу з боку компанії, таким чином, стаючи лояльним до неї. При цьому клієнт може розповісти і своїм знайомим про вашу компанію.

У результаті впровадження такої політики по відношенню до клієнтів вдасться в тій чи іншій мірі вирішити такі завдання:

- перетворити незадоволених клієнтів у лояльних;
- знівелювати сезонність у роботі служби рекламації рівномірним розподілом роботи протягом року;
- відстежувати роботу служби рекламації за допомогою систематичного моніторингу задоволеності клієнтів;
- розширити клієнтську базу.

Також варто відзначити, що створення спільноти або клубу і його заходи – це відмінні додаткові інформаційні приводи, які можуть бути використані PR-менеджером компанії. Коли щодо клієнта створено всі умови, варто звернути увагу на персонал компанії. Для цього має бути розроблена комплексна система мотивації, яка стимулює співробітників на поліпшення своєї роботи, а саме: поліпшення якості роботи, збільшення швидкості роботи, підвищення продуктивності. Для кожного з цих критеріїв мають бути знайдені конкретні показники, на основі яких можна сформулювати дієву систему винагород. Для створення і подальшого підтримання організаційної культури має сенс проведення заохочувальних заходів, таких як: корпоративні свята, разові премії, нагородження кращих співробітників, створення «дошки пошани» і т.п.

На думку науковців, одним із напрямів управління бізнес-процесами клієнтоорієнтованої компанії в цифровій економіці є корпоративна культура. Необхідно формувати нові колективні цінності – прийняття рішень має ґрунтуватися на результатах обробки даних за всіма видами процесів в організації. Велике значення слід приділяти такому напрямку PR, як відгуки клієнтів. Обробка отриманої інформації має використовуватися для оптимізації діяльності організації [4, с. 28].

Таким чином, організаційна культура, яка орієнтована на клієнта, стає питанням виживання на висококонкурентних ринках. Узагальнюючи результати безлічі досліджень,

можна визначити такі особливості реалізації концепції клієнтоорієнтованості: чіткість розуміння клієнтоорієнтованості; рівень обслуговування клієнтів компанії; рівень післяпродажного обслуговування в компанії; методи роботи з персоналом; проблеми взаємодії між продавцем і клієнтом; чинники прийняття рішення про покупку; створення відділу реклаमाцій.

З огляду на це, до основних принципів клієнтоорієнтованої компанії можна віднести:

- орієнтацію на споживача, яка доповнюється міжфункціональною взаємодією людських ресурсів компанії в процесі прийняття управлінських рішень;
- включення клієнтоорієнтованості до корпоративної культури і концепцію менеджменту компанії;
- інтеграцію персоналу в процесі прийняття рішень і розвиток людського капіталу персоналу компанії.

Список використаних джерел:

1. Йон Д. Ли. Пять запретных слов. URL: <https://hbr-russia.ru/management/korporativnyu-opyt/P25591>.
2. Пашикина Т. Что сотрудники думают о корпоративной культуре своих компаний: результаты опроса. URL: <https://the.point.rabota.ua>.
3. *Building a Digital Culture. Best practice guide, 2017.* URL: <https://www.econsultancy.com/reports/building-a-digital-culture/>.
4. Аренков И.А., Крылова Ю.В., Ценжарик М.К. Клиентоориентированный подход к управлению бизнес-процессами в цифровой экономике. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки.* 2017. Т. 10. № 6. С. 18-30. DOI: 10.18721/JE.10602.

УДК 339.138

Н.Я. РОЖКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри промислового маркетингу,
Тернопільський національний технічний університет
імені І. Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В МЕЖАХ ЛАНЦЮГА ВАРТОСТІ ПОРТЕРА

Аналіз ланцюга вартості Портера допомагає визначити межі, в яких здійснюються оптимізація маркетингової діяльності для максимальної спрямованості на споживача. Важливо, разом з цим зберегти у клієнта відчуття потреби та бажання здійснити покупку вдруге.

Кожен інструмент маркетингу в межах ланцюга вартості повинен бути спрямований на забезпечення можливості реалізації продукту та підвищення цінності для споживача. Неefективне застосування хоча б одного із структурних складових маркетингової діяльності може викликати розрив ланцюга або зменшення цінності для споживача. Наприклад, якщо служба постачання не може доставити продукцію вчасно, споживач може не купити продукцію. Магазин, який не зможе вчасно отримати вантаж, втратить клієнтів. Для уникнення таких проблем пропонуємо у ланцюжку вартості визначити будь-які потенційні проблеми та знайти варіанти їх усунення. При цьому можливо реконструювати свій ланцюжок, замінивши або вилучивши окремі структурні елементи маркетингу у вже існуючій мережі.

Для того, щоб обґрунтувати маркетингові інструменти в межах ланцюга вартості Портера пропонуємо здійснити такі кроки (рис. 1).

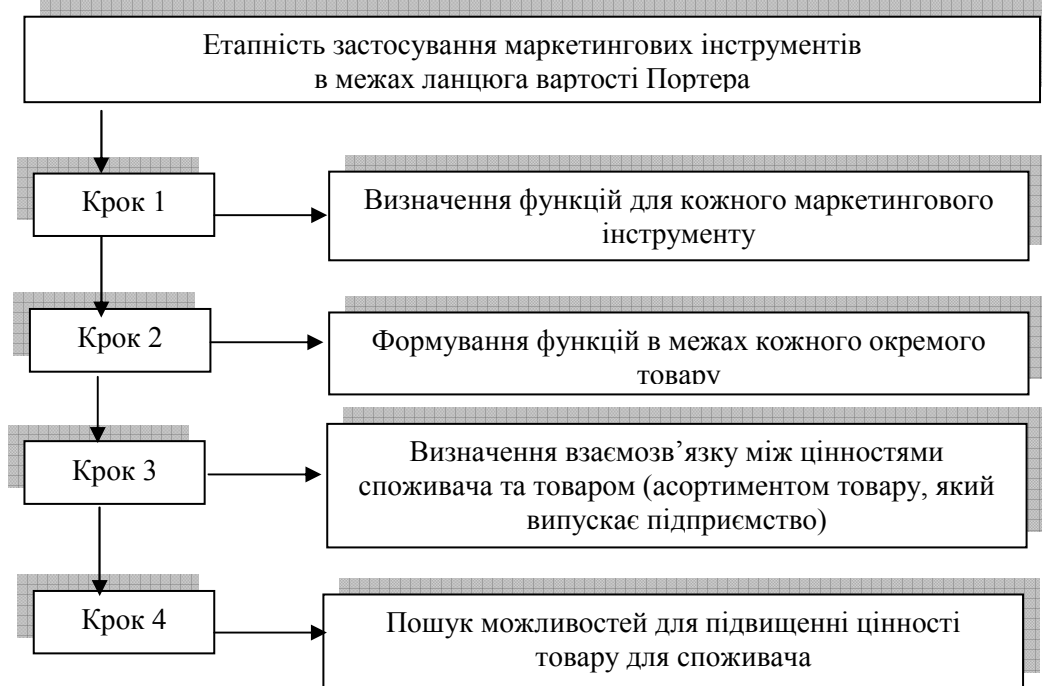


Рис. 1. Застосування маркетингових інструментів в межах ланцюга вартості Портера

Для початку необхідно визначити функції, які повинен виконувати кожен із маркетингових інструментів, що спрямовані на споживача. Зокрема функції поділені на прямі, які створюють цінність самостійно (наприклад, планові обсяги реалізації продукції) та непрямі, які здійснюють маркетингову діяльність опосередковано (наприклад, збирання інформації від клієнта шляхом заповнення ним анкети, з метою формування клієнтської бази). Важливим також є врахування рівня якості маркетингової діяльності, що гарантує ефективність застосування прямих та непрямих функцій.

Формування функцій в межах кожного окремого товару характеризується наявністю та виконанням функцій виробників товару, які створюють цінність товару та їхнє особисте ставлення до товару. Сукупність цінностей формують вартість самого товару та носять міжфункціональний характер для кожного вару в загальній структурі підприємства.

Важливим є встановлення тісного взаємозв'язку між цінностями споживача та товаром. Звичайно це потребує багато часу, але виявлення таких зв'язків є ключовими для зростання вартості конкурентних переваг в межах ланцюга вартості. Наприклад, існує тісний взаємозв'язок між зростання кількості людей, які ведуть здоровий спосіб життя і обсягами продажів продукції на ринку фруктів та овочів; між термінами виконання замовлення та телефонними дзвінками розчарованих клієнтів, яким не вчасно доставили товар.

Список використаних джерел:

1. Бочко О. Ю., Харук К. Б., Скриньковський Р. М. Практичне застосування інтерактивних маркетингових комунікацій підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наук. фахове вид. Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського, 2016. Вип. № 10. С. 512–516. URL: <http://global-national.in.ua>. (дата звернення : 03. 06. 2017).

2. Чубукова О. Ю. Тенденції розвитку світового сучасного ринку маркетингових комунікацій на теперішній час https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4115/1/Konf20161104_IV_P008-009.pdf

УДК 631.1.027

У.В. РОСОЛА

старший викладач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

НЕОБХІДНІСТЬ ОПТИМІЗАЦІЇ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тривалий час вітчизняні аграрії були позбавлені процесу вибору способів доведення сільськогосподарської продукції від виробника до кінцевого споживача. В більшості випадків вибір каналів розподілу вирішувався централізовано. Інша проблема, яка була притаманна на початку 2000 років – відсутність фахівців, які б вдало налагоджували взаємозв'язки з покупцями та координували співпрацю з сільськогосподарськими виробниками. В результаті цього селяни збували продукцію за значно нижчими цінами, ніж потенційні, а відтак залишались без достатнього рівня прибутку. Згодом лише прийшло усвідомлення того, що недостатньо виробити продукцію, потрібно ще й вдало реалізувати її. За це відповідають маркетингові канали розподілу, логістика.

Зі вступом України до СОТ для сільськогосподарських виробників відкрились нові можливості збуту своєї продукції, хоча в той же час значно посилились вимоги щодо якості цієї продукції. Всі вони зводяться в основному до приведення якісного виробництва, збільшення виробництва продукції, покращення сировинної бази для інших галузей економіки.

За останні роки в Закарпатській області спостерігається динамічне зростання кількості фермерських господарств, особистих домогосподарств, а відтак і збільшення сільськогосподарського виробництва. Загальновідомо, що рентабельність будь-якого підприємства залежить від обсягів реалізації продукції. В цих умовах важливим питанням є мінімізація нереалізованої продукції. Очевидно, що чим вищий цей залишок, тим менший прибуток отримає підприємство. На залишок нереалізованої продукції впливають такі фактори, як: зміни в ринковій кон'юнктурі; зміни у виробництві на підприємстві; не ефективна збутова політика та інше.

В умовах нинішньої конкуренції для керівників агропідприємств важливою проблемою залишається збут продукції. Певне насичення ринків призводить до того, що виробники змушені шукати різноманітні шляхи поліпшення збутової діяльності, тому їм потрібно використовувати методи прогнозування, щоб визначитися з оптимальними напрямками вдосконалення системи збуту. Цей процес супроводжується великими труднощами, зумовленими невмінням керівників мислити стратегічно, відсутністю досвіду прогнозування [1].

Насправді, вибір каналу розподілу є складним управлінським рішенням, оскільки товаропросування напряму впливає на виручку від реалізації, а відтак і на прибуток сільськогосподарського підприємства.

В сьогоденних умовах в більшості сільськогосподарських підприємств одним з головних індикаторів, що впливає на прийняття рішення щодо каналу розподілу є відпускні ціни на продукцію. Вони, в свою чергу, можуть відрізнятись в залежності від каналу та кінцевого споживача в залежності від об'ємів реалізації, умов договору та ін.

Аналіз і прогнозування збуту мають велике значення для досягнення цілей загальної стратегії підприємства. Прогноз повинен формуватися відповідно до певної політики, що відображала б напрями планів збуту на багато років уперед і підкорялася

цілям стратегії, як загальної, так і маркетингу. Для досягнення цього застосовуються спеціальні методи прогнозування, планування, координації дій, контролю, обліку й аналізу роботи зі збуту [2].

При реалізації сільськогосподарської продукції слід враховувати специфіку та особливості цієї галузі. Певні товари, такі як свіжі овочі та фрукти, виробник може реалізовувати безпосередньо кінцевому споживачу, але зернові та продукцію тваринництва, через необхідність обробки, виробники реалізують як правило через посередників (переробні підприємства, спеціалізовані підприємства).

Близько 80% сільськогосподарської продукції реалізується непрямими каналами, тобто із залученням посередників. Через це виробники отримують менший відсоток прибутку або подекуди не отримують взагалі через незначну різницю між ціною собівартості та закупівельної ціни. В свою чергу, посередники при цьому отримують достатній рівень прибутку, так як самостійно встановлюють ціну на сільськогосподарську продукцію враховуючи попит, якість, кількість і тд.

Оптимізація каналів збуту сільськогосподарської продукції передбачає насамперед зростання ролі та участі виробників на відповідних ринках, які б змогли контролювати якість продукції, ціни, а також мати зворотній зв'язок з кінцевими споживачами; організація виробництва екопродукції; використання маркетингових інструментів.

Таким чином, в сучасних умовах багаторівневої торгівлі, відділ реалізації сільськогосподарських підприємств не має достатнього досвіду роботи, так як їх функції зводяться до організації доставки до заготівельників. Аналіз збуту це не лише обробка інформації щодо реалізації продукції, але і показник успішності роботи підприємства. Він дає можливість дослідити ефективність рекламних каналів та роботи менеджерів, ступінь рентабельності торговельних точок та скорегувати маркетингову діяльність.

Отже, аналіз та оптимізація каналів збуту сільськогосподарської продукції допомагає обґрунтувати маркетингові рішення щодо розширення чи, навпаки, звуження ринків збуту, як територіально, так і по сегментам визначати стратегію з розробкою та виходом на ринок нової продукції чи зняття з виробництва існуючої.

Список використаних джерел:

1. Гарматюк О.В. Формування інформаційного забезпечення прогнозування збуту продукції. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 208–211. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-12/19-stati-12/1310-garmatyuk-o-v>.

2. Ільченко Т.В. До питання маркетингового забезпечення планування збуту продукції підприємства. *Економіка та держава*. 2016. № 4. С. 57-60.

УДК 658.8.012.12

М.А. РУБІШ

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ: ЙОГО РОЛЬ ТА ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ

Сьогодні імідж є однією з найважливіших характеристик організації, чинником довіри до неї та її товару, а отже, є умовою її процвітання. Мета створення іміджу полягає не в отриманні організацією популярності, а у забезпеченні позитивного ставлення до неї. Імідж є динамічним і може змінюватися під впливом обставин і нової інформації. Він створюється цілеспрямованими зусиллями та залежить від кожного працівника [1, с. 260].

Створення доброго іміджу – це тривалий та клопіткий процес [2, с. 200-201]. Перш за все, необхідно пам'ятати, що імідж:

- соціальне явище. Він не існує тільки на рівні окремої людини, тобто об'єкт повинен бути відомим якійсь групі людей (споживачів, клієнтів тощо), а також повинен мати значення для членів цієї групи, викликати до себе інтерес та увагу;

- є динамічним, адже його атрибути перетворюються, видозмінюються в залежності із змінами у самому носії чи у груповій свідомості;

- є активним за своєю суттю - може впливати на свідомість, емоції, діяльність і вчинки як окремих людей, так і цілі групи населення.

Імідж підприємства являє собою його образ, який існує у свідомості людей, а саме: споживачів, партнерів, здобувачів вакансій, конкурентів. Їхні враження значною мірою є суб'єктивними і багато в чому визначаються такими емоційно залежними чинниками, як чутки, настанови, стереотипи, шаблони, які існують у свідомості людини. Деякі з цих чинників створюють ментальні шаблони та є надзвичайно стійкими: їх формування відбувається спонтанно, під впливом оточуючого середовища, а змінення можливе тільки за результатом цілеспрямованого впливу, наприклад, різноманітних маркетингових, інформаційних або PR заходів.

Імідж підприємства не є сталим. Його формування відбувається протягом тривалого часу, а сформований імідж коригується під впливом вражень споживачів, партнерів та інших соціальних груп.

На більшості вітчизняних підприємствах відсутня системність та чітка послідовність у процесі формування та підтримки іміджу. Тому виникає необхідність визначити етапність формування іміджу.



Рис. 1. Етапи формування іміджу підприємства сфери послуг

Порядок етапів формування іміджу підприємства має важливе значення, оскільки визначає не тільки швидкість формування та рівень іміджу, а також впливає на бюджет рекламних та інших маркетингових заходів підприємства.

Імідж фірми – це своєрідна «медаль», одна сторона якої є внутрішнім образом компанії, укоріненим у свідомості членів фірми, а друга – її зовнішній образ, призначений для партнерів, конкурентів, фінансово-кредитних організацій, податкової служби тощо. Він може формуватися стихійно і ціле направлено. У таких випадках створюється стихійний імідж, що має, звичайно, як позитивні, так і негативні риси, через що про одну і ту ж компанію можна почути прямо протилежні думки. Зазвичай, правильним є розпочинати роботу по формуванню іміджу одночасно із створенням підприємства [3, с. 228-229]. Керований імідж – це результат складної, добре виваженої діяльності, спрямованої на створення, підтримку та посилення позитивної громадської думки про фірму та її товар (послуги) [4, с. 178]. Таким чином, робота над іміджем є складною та охоплює багато процесів і багато людей, але є дуже необхідною, тим паче, якщо підприємство хоче закріпитися на ринку та мати хороші перспективи для свого подальшого розвитку [5, с. 228-229]. Важливе значення для успіху фірми має не тільки зовнішній, але й внутрішній імідж.

На основі іміджу прогнозують уявлення про виробника та його продукцію. Практикою доведено, що спрямування коштів та зусиль на виготовлення зовні привабливої, естетично бездоганної продукції – це передумова і високої її споживчої якості.

Список використаних джерел:

1. Монастирський Г. Л. *Теорія організації: навч. посіб.* - К.: Знання, 2008. - 319 с.
2. Лозниця В. С. *Психологія менеджменту: навч. посіб.* - К.: КНЕУ, 1997. - 248 с.
3. Рудинская Е. В., Яромич С. А. *Корпоративный менеджмент: учеб. пособие.* - К.: КНТ, Эльга-Н, 2008. - 416 с.
4. Данчева О. В., Швалб Ю. М. *Практична психологія в економіці та бізнесі.* - К.: Лібра, 1998. - 270 с.
5. Рудинская Е. В., Яромич С. А. *Корпоративный менеджмент: учеб. пособие.* - К.: КНТ, Эльга-Н, 2008. - 416 с.

УДК 631.11(043.2)

А.В. РЯБКО

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: ст. викладач Пчелинська Г.В.,

Східноукраїнський національний університет

імені Володимира Даля,

м. Северодонецьк, Україна

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сільське господарство в Україні є досить перспективною галуззю завдяки родючим ґрунтам та сприятливому клімату. Галузі агропромислового комплексу забезпечують третину населення робочими місцями та приносять значну частину валового доходу країни. Однак, при стратегічній важливості для економіки, розвиток АПК потребує постійних удосконалень та модернізацій, пошуку нових ідей та рішень. Для стабільного функціонування сільського господарства необхідно посилювати державне регулювання діяльності та фінансового стану сільськогосподарських підприємств. З метою підтримки вітчизняних виробників та підняття рівня виробництва

на селі у державному бюджеті України на 2019 рік закладено 1 млрд. грн. видатків для надання кредитів малим сільськогосподарським підприємствам [1]. На місцевому рівні, зокрема у Луганській області, проводяться програми розвитку та бюджетної підтримки АПК для підвищення якості внутрішньої продукції шляхом використання нових методів переробки.

Невеликі фермерські господарства займають значне місце в АПК країни, адже вони виробляють більше 50% валового продукту. Але успішному функціонуванню таких підприємств перешкоджають застарілі технології, оскільки інновації потребують значного фінансування. Тому малим товаровиробникам потрібна підтримка держави для подальшого розвитку. Однією з головних сучасних проблем аграріїв є мінімізація втрат продукції при зберіганні у зерносховищах. Результати проведеного дослідження свідчать, що найчастіше втрати врожаю пов'язані з температурними умовами зберігання та рівнем вологості, що призводить до зменшення обсягів товарної продукції на 8-10% [2].

Значна частина сільгоспвиробників не має змоги та ресурсів для облаштування власних місць для зберігання врожаю. Будівництво складських приміщень потребує значних матеріальних затрат, тому більшість невеликих аграріїв орендують зерносховища. Але такі місця найчастіше недостатньо обладнані і не призначені для зберігання того чи іншого виду продукції, що значно псує її якість. Тому для фермерів є актуальним питання пошуку оптимальних варіантів зберігання врожаю з максимальним скороченням витрат.

Провідні фахівці у сільськогосподарській галузі пропонують наступні сучасні методи зберігання на основі новітніх технологій та модернізації обладнання.

Для постачання високоякісної продукції сільгоспвиробникам необхідно звертати особливу увагу на умови зберігання зернових культур. Зберігання зерна може бути на невеликий період часу (до місяця) і довготривалим, коли врожай зберігається в зерносховищах від кількох місяців до кількох років. Незалежно від часу зберігання продукції, сховища мають бути обладнані так, щоб запобігти зниженню якості продукції та її псуванню [3, с.124].

Найчастіше зернові культури зберігають насипом, що дозволяє раціонально використовувати складську територію. В залежності від цього розрізняють декілька видів сховищ: наземні склади, бетонні та металеві силосні башти. Такі зерносховища дуже відрізняються за своєю ціною і деякі з них є фінансово недоступними для малих і середніх фермерських господарств.

Одним з найбільш розповсюджених методів є зберігання на відкритих майданчиках – буртах. Врожай в таких буртах складають конусоподібно, що полегшує його накривання та стікання атмосферних опадів. Але такий спосіб не є ефективним в сільському господарстві, адже призводить до значних втрат продукції через samozапалювання всередині насипу та розмноження шкідників. Використання буртів пов'язано з нестачею у виробників власних або орендованих складських приміщень.

Звичайні немеханізовані склади найбільш поширені серед невеликих виробників сільськогосподарської продукції. Зазвичай це старі будівлі, які потребують додаткового ремонту і значних капіталовкладень. На їх зміну є альтернативний варіант – будівництво нового каркасного ангара. На ринку послуг пропонуються готові металеві конструкції під зерносховища. Ціна такого складу сягає від 500 тис грн. до 800 тис грн. в залежності від площі ангара. До переваг такого способу зберігання продукції можна віднести мінімальне подрібнення зерна та можливість зберігання як насипом, так і в тарі. Недоліками використання таких сховищ є їх низький рівень механізації.

Спосіб зберігання зерна в силосних баштах широко розповсюджений за кордоном та популяризується серед українських сільгоспвиробників. Завдяки технологічній вентиляції зернові культури зберігаються в належній температурі, завдяки чому зменшується рівень витрат. Такі зерносховища є швидкими в будівництві, але їх ціна

залежить від матеріалу, з якого виготовлена башта та її об'єму. Головною перевагою такого виду зберігання є механізація завантажувально-розвантажувальних робіт та надійність конструкції. Основним недоліком використання силосних башт є значне подрібнення при перезавантаженні.

Найбільш оптимальним варіантом для довготривалого зберігання зернових є елеватор – повністю механізована споруда, яка забезпечує очищення та сушіння зерна. Такі споруди потребують значних капіталовкладень і, як правило, використовуються великими товаровиробниками такими, як, наприклад, компанія «Нібулон» - один з лідерів аграрного ринку України [2].

Останнім часом стає широко розповсюджений спосіб зберігання зерна в поліетиленових мішках об'ємом до 200 тон. [4]. Ціна одного мішка становить 13 тис грн. Матеріал, із якого виготовлений мішок, не пропускає вологу та захищає продукцію від розмноження комах. Такий метод зберігання є ефективним і зменшує ризики втрати продукції під час зберігання, але для використання поліетиленових пакетів необхідний спеціальний пакувальник зерна. Даний пристрій допомагає рівномірно розподілити зерно по мішку. Однак вартість цього обладнання становить близько 300 тис грн., що не дозволяє користуватися даним способом малим сільськогосподарським підприємствам.

Отже, головним кроком до підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств є максимальне використання пільг від держави та участь у програмах підтримки малих господарств. Це, в свою чергу, підвищує вимоги до фахівців суб'єктів господарювання для практичної реалізації всіх функцій управління – плануванню, організації, аналізу, обліку, контролю.

Список використаних джерел:

1. АПК. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <https://budget2019.info/priority/4>
2. Стадник І. Зберігання зерна у сховищах / І. Стадник, Ю. Сухенко, В. Василів // Пропозиція. 2016. № 11.
3. Подпратов Г.І. Технологія зберігання та переробки продукції рослинництва: підручник / Г.І. Подпратов, В.І. Рожко, Л.Ф. Скалецька. К.: Аграрна освіта, 2014. – 393 с.
4. Житова Л.В. Эффективность различных способов хранения зерна пшеницы в условиях сельскохозяйственного производства Крыма // Наукові праці ПФ НУБіП України «КАТУ». Серія «Сільськогосподарські науки», 2013. № 157. – С. 84-90.

УДК 330:658.1(043.2)

Т.Й. ТОВТ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

Н.В. ДРОЗД

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

**ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ**

У сучасних умовах господарювання посилюється конкурентна боротьба між підприємствами різних форм власності, що зумовлює необхідність дослідження їх потенціалу для забезпечення формування конкурентних переваг.

Діяльність підприємства слід розглядати з точки зору формування й використання його потенціалу, а, відповідно, управління діяльністю підприємства – це управління використанням наявного потенціалу.

Від наявного потенціалу залежать рівень ефективності розвитку підприємства та адаптації до умов мінливого зовнішнього середовища.

Дослідження можливостей розвитку підприємства, насамперед, пов'язане з чіткою конкретизацією поняття “потенціал підприємства” та його структуруванням.

Зокрема в “Економічній енциклопедії” потенціал визначається як наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети [1, с. 13].

В “Економічному словнику” термін “потенціал” розглядається, по-перше, як засоби, запаси, джерела, які є в наявності й можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення будь-якого завдання; по-друге, як здібності окремої людини, суспільства, держави до певної діяльності [2, с. 279].

Проведений аналіз вказує на існування різноманітних підходів до визначення економічного змісту поняття “потенціал підприємства”, які розкривають різні погляди в розумінні його сутності та структури. Серед них доцільно виділити наступні, які представлені на рис. 1.

ПІДХІД	ВИЗНАЧЕННЯ
Ресурсний	Сукупність наявних ресурсів або таких, що можуть бути залучені ззовні. Оцінювання величини потенціалу зводиться до визначення вартості наявних ресурсів.
Цільовий	Спроможність підприємства забезпечити своє довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей за наявних кількості, якості та структури ресурсів, тобто потенціал підприємства розглядається і як ресурси, і як можливості щодо їх ефективного використання в процесі досягнення цілей. Оцінювання потенціалу зводиться до визначення здатності підприємства здійснювати подальшу діяльність та досягати поставлених цілей на основі використання наявних ресурсів.
Структурно-функціональний	Сукупність елементів, кожен із яких виконує відповідні функції. Він передбачає його структуру і визначення значимості, пріоритетів серед елементів потенціалу з метою встановлення раціональності співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними. Тобто потенціал це цілісне уявлення про єдність структури та функції об'єкта, виявлення їх взаємозв'язку. Відповідно до цього потенціал й ефективність будуть залежати від того, настільки вдалою є структура об'єкта.
Результатний	Наявність ресурсів та їхня здатність у ході фінансово-господарської діяльності давати визначені результати (обсяг виробництва, виручка, прибуток). Оцінювання величини потенціалу зводиться до визначення потенційного обсягу виробництва матеріальних благ і послуг, техніко-економічних та фінансових показників діяльності підприємства.
Конкурентний	Джерело конкурентних переваг, які визначатимуть оптимальний розвиток підприємства в майбутньому за наявності відповідних ресурсів.
Стратегічний	Упорядкована сукупність ресурсів, що забезпечують можливості підприємства щодо досягнення стратегічних цілей.
Системний	Складна, цілісна система, яка включає наявні можливості, здатності та ресурси, які постійно знаходяться у взаємозв'язку та можуть бути використані для реалізації стратегічних, тактичних та поточних цілей підприємства.

Рис. 1. Підходи до визначення змісту поняття “потенціал підприємства”

Аналіз публікацій показав, що, по-перше, під поняттям “потенціал” зазвичай розуміють можливості, спроможності, ресурси підприємства; по-друге, практично всі розглянуті вище визначення так чи інакше спираються на трактування поняття «ресурси», та враховують факт досягнення цілей підприємства за допомогою ресурсів.

Представники ресурсного підходу розглядають потенціал як сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів. Л. Абалкін [3] зауважує, що поняття «потенціал» і «ресурси» неможливо протиставляти, оскільки потенціал (економічний, узагальнений, підприємницький, виробничий) – це узагальнена, збірна характеристика ресурсів, прив’язана до місця та часу.

Виходячи з ресурсного підходу можливості підприємства щодо здійснення господарської діяльності визначаються всіма його ресурсами. При цьому ресурси, задіяні у виробництві, становлять виробничий потенціал підприємства. Проте виходячи з результатного підходу здатність підприємства освоювати (переробляти) наявні ресурси та розвиватися (збільшувати прибутки і свою вартість) визначається економічним потенціалом.

Узагальнивши ці підходи з погляду діючого підприємства, можемо зробити висновок, що найбільше поняттю “потенціал підприємства” відповідає виробничо-економічний потенціал, під яким слід розуміти можливості підприємства (матеріально-технічні, організаційно-економічні та ін.) забезпечувати ефективність виробництва й реалізації продукції, зумовлені, з однієї сторони, наявними ресурсами (виробничим потенціалом), а з іншої – спроможністю підприємства ефективно їх використовувати й відтворювати, його здатністю до подальшої діяльності й розвитку, адаптації до нових умов функціонування (економічний потенціал). Ці можливості підприємство реалізує, використовуючи резерви й інновації. Тобто потенційні можливості підприємства визначаються наявними ресурсами, резервами та інноваціями. Тому виробничо-економічний потенціал – це поєднання можливостей, які реалізуються економічним механізмом підприємства (у вигляді можливості ефективного управління ресурсами й використанням резервів, можливості залучення коштів, можливості інноваційного розвитку та ін.) та визначаються ресурсами (ресурсний потенціал як складова виробничого потенціалу) і спроможностями (здатністю трудових ресурсів працювати в нових умовах, можливостями технічних й інформаційних ресурсів та ін.).

Таким чином, потенційні можливості підприємства залежать від факторів, які впливають на ресурсний потенціал (зміна ринкової ціни активів, темп зростання вартості чистих активів та ін.), на діючий (наявний) потенціал (темп зростання доходів від реалізації продукції, темп зростання чистого прибутку, собівартості продукції, зміна податкових ставок та ін.), а також від нематеріальних факторів, результат дії яких може бути виражений як інноваційний потенціал.

Різноманіття підходів до розуміння сутності потенціалу підприємства дозволяє вважати його багаторівневим і багатоаспектним поняттям, зміст якого розкривається у всій сукупності його проявів.

Список використаних джерел:

1. *Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 3 / ред. кол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2002. – 952 с.*
2. *Економічний словник / за ред. П.І. Баргія, С.І. Дорогунцова. – К.: Гол. ред. УРЕ, 1973. – 623 с.*
3. *Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – М.: [б. и.], 1981. – 453 с.*

УДК 330.36:711.1

Л.О. УДОВА

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу форм і методів
господарювання в агропродовольчому комплексі,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ЗАЛУЧЕННЯ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ ДО ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВІДНОСИН В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

В Україні організаційна структура сільського господарства представлена двома категоріями аграрних продуцентів – сільськогосподарськими підприємствами різних організаційно-правових форм і господарствами населення, що здійснюють сільськогосподарську діяльність як з метою самозабезпечення членів родини та міських родичів продуктами харчування, так і виробництва товарної сільськогосподарської продукції, та не мають статусу юридичної особи. До економічних функцій, що притаманні господарствам населення відносять виробництво сільськогосподарської продукції, вирощування трудомістких культур, участь у процесі відтворення робочої сили, підвищення рівня життя та добробуту сільського населення завдяки збільшенню доходів від продажу продукції на міських ринках, використання засобів малої механізації, що нехарактерно для великих сільськогосподарських підприємств.

Сільськогосподарська продукція, яка виробляється малими господарствами, реалізується дрібними партіями як сировина посередникам або безпосередньо переробним підприємствам аграрної продукції на внутрішньому ринку за низькими цінами.

Серед перспективних напрямів, які сприятимуть підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва, слід виділити розвиток інтеграційних процесів в аграрному секторі. Дрібні товаровиробники зацікавлені у такого роду відносинах, оскільки інтеграція надає їм гарантії щодо забезпечення роботою та ринку збуту виробленої продукції. У процесі реалізації інтеграційних відносин господарства населення забезпечуються засобами і предметами праці, насінням, посадковим матеріалом та кормами, технологічною підтримкою та збутом виробленої продукції.

Вченими розроблено декілька моделей залучення господарств населення до інтеграційних відносин в аграрному секторі України, однією з яких є міні-кластерна. Існує декілька трактувань терміну кластер: кластер – група розташованих на території поселення або поблизу нього взаємозалежних підприємств та організацій, які взаємодоповнюють і посилюють конкурентні переваги один одного; кластер – добровільне галузево-територіальне об'єднання суб'єктів господарювання, включаючи органи державної влади, з метою консолідації діяльності та досягнення конкурентних переваг в умовах глобалізації, тощо [1].

При утворенні кластера потрібно розрізняти вертикальну й горизонтальну інтеграцію. Вертикальна інтеграція виникає шляхом комбінації технологічно взаємопов'язаних виробництв, систем розподілу збуту й інших економічних процесів у межах діяльності об'єднання. Перевага вертикальної інтеграції полягає в досягненні економії чи зменшенні витрат у процесі спільного виробництва, збуту продукції, налагодженого функціонування системи контролю якості тощо. Стабільність постачань сировини сприятиме більш ефективному управлінню виробничим плануванням, графіками постачань, приведе до зменшення загальних витрат [1].

Для застосування неформальних типів горизонтальної і вертикальної інтеграції у світовій практиці були напрацьовані міні-кластерні моделі [2]. Ядром кластера є підприємство-інтегратор, яке формує його внутрішню інфраструктуру відповідно до

певного виробничого типу. Залежно від спеціалізації, за ядро кластера може слугувати одне або декілька переробних чи торгівельних підприємств, а його учасники (сільськогосподарські виробники) формують сировинну зону. Досвід функціонування кластерів засвідчує, що найбільш раціональним є формування кластерних об'єднань великими підприємствами, які зацікавлені в залученні дрібних та середніх товаровиробників для отримання трудомісткої продукції з метою заповнення специфічних товарних ніш, а також кооперативних підприємств товаровиробників, підтриманих органами державної влади [3].

Агропромислова кластеризація, за визначенням П.Т.Саблука і М.Ф.Кропивка [4] – концентрація і спеціалізація агропромислового виробництва з формуванням на території замкнутих продуктових ланцюгів на засадах інтеграції для одержання учасниками кластерів конкурентоспроможної продукції, а також підвищення прибутковості.

Кластерна модель організації розвитку агропромислового виробництва передбачає формування на певній території замкнутих циклів «виробництво - зберігання - переробка - реалізація сільськогосподарської продукції», що діють на засадах інтеграції та кооперації, для забезпечення ефективного функціонування кожного з учасників агрокластера, виробництва конкурентоспроможної продукції та максимізації прибутку. Включення господарств населення у кластерну модель функціонування аграрного ринку створить об'єктивні умови для підвищення ефективності їх господарювання.

Кластерна модель – це організаційна основа політики забезпечення регіональної конкурентоспроможності, а також галузевої, продуктової тощо.

Кластерні локальні мережі територіально-виробничих систем є джерелами й факторами забезпечення високого рівня та якості життя населення, економічного зростання і сталого розвитку територій. Формування і розвиток кластерів у продовольчому комплексі передбачає об'єднання виробників окремого виду аграрної сировини та/або харчових продуктів у технологічний ланцюжок з горизонтальними та/або вертикальними зв'язками. У рамках кластеру високими темпами на основі інтеграційних та кооперативних зв'язків відбувається адаптація аграрних і переробних підприємств до ринкових умов господарювання. Підвищення економічної ефективності господарювання досягається шляхом підтримки, розвитку та інтенсифікації виробничо-економічних зв'язків, які, в кінцевому рахунку, і забезпечують високий загальний результат. Підвищення ефективності виробництва в кластерах має своїм наслідком підвищення якості, безпечності й конкурентоспроможності продукції, що виробляється, та зростання економічних результатів господарювання для всіх його учасників [5].

Поряд із задачею управління складом аграрного кластеру важливого значення набуває задача управління його структурою, оскільки основною ціллю механізму управління ним є створення системи взаємовідносин між учасниками, що сприяє протистоянню впливу негативних факторів, оперативному внесенню коректив і реагуванню на зміни зовнішнього середовища, а головною задачею – забезпечення організаційної єдності учасників у підвищенні ефективності діяльності, створенні необхідних умов для перетворення економічних відносин, успішному розв'язанні проблем стійкого економічного і соціального розвитку [6].

Об'єднання зусиль господарств населення та інших організаційно-правових форм господарювання на засадах кластеризації позитивно вплине на їх розвиток внаслідок зниження операційних витрат виробництва, зниження фінансових ризиків, формування відносин на договірній основі, що сприятиме підвищенню рівня рентабельності виробництва в дрібних господарствах. Поряд з цим у результаті ефективного функціонування агрокластера широкого поширення набуватиме розвиток підсобних промислів, зокрема ремонт і будівництво складських приміщень, ремонт обслуговуючих машин і сільськогосподарської техніки, тобто альтернативними сегментами діяльності дрібних господарств у межах агрокластера можуть стати такі, що доповнюють основне

виробництво. Подібна система організації виробництва, безумовно, усуває низку суперечностей, що виникають між окремими суб'єктами в аграрному секторі економіки [7], а з часом призведе до розвитку виробничої та соціальної інфраструктури на селі, зростання рівня життя сільського населення.

У рамках кластера на основі інтеграційних і кооперативних зв'язків значними темпами відбувається адаптація аграрних і переробних підприємств до конкурентних умов, що є надзвичайно актуальним у розвитку аграрного сектора.

Формування агрокластерів передбачає зростання, розвиток та підвищення якості виробленої в дрібних господарствах сільськогосподарської продукції, зростання конкурентоспроможності суб'єктів господарювання для їх виходу на товарні ринки та формування належного середовища їх функціонування, що спричинить зростання ефективності аграрного виробництва, диверсифікації економіки та підвищення рівня життя і добробуту сільського населення. Особливу увагу необхідно звернути на географічну концентрацію суб'єктів господарювання в межах створюваних кластерів, що сприятиме посиленню інтеграційних та кооперативних зв'язків між товаровиробниками і посилюватиме синергетичний ефект у процесі виробництва сільськогосподарської продукції.

Ефективне функціонування кластерів за комплексної участі всіх суб'єктів аграрного ринку забезпечить створення замкнутих циклів з виробництва, зберігання та переробки продукції, що призведе до підвищення якості виробництва та зростання його конкурентоспроможності на ринку, сприятиме зростанню рівня зайнятості сільського населення.

Крупні сільськогосподарські підприємства в процесі диверсифікації, нарощення обсягів виробництва або розвитку сировинної бази здатні задовольнити власні інтереси шляхом залучення господарств населення до спільної діяльності, які, у свою чергу, отримують гарантії щодо соціального захисту, працевлаштування, ефективного розподілу прибутків, забезпечення основними засобами, кормами, насінням. Кластерна модель дозволить вирішити проблему сировинності галузі і сприяти реалізації на ринку продукції з високою доданою вартістю.

Для успішного функціонування кластерів на регіональному рівні доцільно затвердити програми підтримки кластерних принципів управління, які можуть бути реалізовані у вигляді регіональних конкурсів на кращі кластерні проекти.

Список використаних джерел:

1. Мартинюк Я.М. Кластерний підхід до комплексного розвитку агропромислового виробництва і сільських територій. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. 2012. № 1 (56). Т. 4. С. 170-176.
2. Аграрні кластери у запитаннях та відповідях / М.Ф. Кропивко, Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік та ін.; за ред. М.Ф. Кропивка. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. 30 с.
3. Лупенко Ю., Кропивко М. Проаналізуємо кластерні моделі організації агропродуктового виробництва. *Зерно і хліб*. 2013. № 4. С. 30-32.
4. Саблук П.Т., Кропивко М.Ф. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки. *Економіка АПК*. 2010. №1. С. 3-12.
5. Крисанов Д.Ф., Удова Л.О. Кластеризація економічної діяльності та обслуговування як інструмент сталого розвитку сільських територій. *Економіка України*. 2009. № 10. С. 69-75.
6. Гринчак О., Давлетханова О., Михайлишина Л. Механізм управління складом та структурою агропромислового кластера. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11(4). С. 51-55.
7. Соколенко С. І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентоспроможності регіону. *Формування та розвиток регіональних кластерів як один із інструментів підвищення конкурентоспроможності регіону: матер. круглого столу, Полтава, 11 липня 2008 р.* – Полтава: Полтавська ОДА. 2008. URL: <http://ucluster.org/sokolenko/2008/07/innovacijny-klastery-mexanyzm-pidvyshhennya-konkurentospromozhnosti-regionu/>.

І.В. ФЕДОРОВИЧ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної економіки,
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ

Люди вже тривалий час вивчають і аналізують стратегію як явище та інструмент розв'язання їхніх проблем, тому що вони хочуть знати, що їм робити завтра, післязавтра, в довгостроковій перспективі, як, хоча б частково, керувати процесами, що відбуваються на підприємстві та навколо нього. Щоб розв'язати цю проблему, теорія й практика менеджменту створили стратегічне управління.

Стратегія – це специфічний управлінський план дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану.

У фундаментальній праці І. Ансоффа «Стратегічне управління» наводиться таке поняття стратегії: «За своєю сутністю стратегія є переліком правил для прийняття рішень, якими організація користується в своїй діяльності». Він стверджує, що досвідчений фахівець бізнесу завжди зможе розгледіти за успіхом фірми ту чи іншу оригінальну стратегію [1].

Стратегія – це довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики.

Для розробки стратегії кожне підприємство має усвідомити такі важливі елементи своєї діяльності: місію; конкурентні переваги; особливості організації бізнесу; ринки збуту, де діє фірма; продукцію (послугу); ресурси; структуру; виробничу програму; організаційну культуру.

Стратегія необхідна будь-якій фірмі, що претендує на успіх, щоб визначити, в якому напрямку вона буде розвиватися. По суті, вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед підприємством, воно обирає конкретний напрямок. Добре розроблена стратегія – основа підвищення конкурентоспроможності фірми, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах.

Отже, стратегія:

✓ дає визначення основних напрямків і шляхів досягнення цілей зміцнення, зростання та забезпечення виживання організації в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах;

✓ є способом встановлення взаємодії фірми із зовнішнім середовищем;

✓ формується на основі дуже узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації;

✓ постійно уточнюється в процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджений зворотний зв'язок;

✓ через багатоцільовий характер діяльності підприємства має складну внутрішню структуру, тобто можна ставити питання про формування системи стратегій у вигляді «стратегічного набору»;

✓ є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків розвитку підприємства;

- ✓ є інструментом міжфункціональної інтеграції діяльності підприємства, способом досягнення синергії;
- ✓ є основою для формування та проведення змін в організаційній структурі підприємства, узагальненим стрижнем діяльності всіх рівнів і ланок ОСУ;
- ✓ є основним змістовним елементом діяльності вищого управлінського персоналу;
- ✓ є фактором стабілізації відносин в організації;
- ✓ дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати.

Стратегія — це багатогранне та дуже ефективне для діяльності підприємства творіння, яке, між іншим, не є панацеєю від всіх негараздів підприємства. Тому дуже важливо чітко визначити, чого саме не треба очікувати від стратегії.

Чого не дає стратегія:

- ✓ негайного результату;
- ✓ 100 % передбачення майбутнього, котре б забезпечувало у поточному періоді прийняття «винятково правильних рішень»;
- ✓ продажу товарів у запланованих обсягах;
- ✓ забезпечення необхідними за кількісними та якісними характеристиками ресурсами за низькими цінами саме тими постачальниками, що були заздалегідь визначені;
- ✓ 100% виконання всіх стратегічних настанов;
- ✓ визначення стандартного переліку дій та етапів розробки стратегії для всіх без винятку суб'єктів господарської діяльності;
- ✓ обов'язкового виживання підприємства в довгостроковій перспективі (відсутність стратегії зменшує ймовірність виживання підприємства взагалі).

Чим не повинна бути стратегія:

- ✓ «вилитим у бронзі» планом, який треба виконати за будь-яких умов і будь-якою ціною;
- ✓ переліком сухих стандартних форм і документів, де втрачається основна ідея існування та розвитку підприємства;
- ✓ простою агрегацією продуктових, ресурсних і функціональних планів;
- ✓ планом «обсягом 100 сторінок»;
- ✓ ідеєю лише вищого управлінського персоналу;
- ✓ розробленою та виконаною в умовах конфлікту;
- ✓ заміною здорового глузду та інтуїції.

Аналіз діяльності підприємств у ринковій економіці дав змогу виокремити фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії:

- потреби клієнтів;
- наявність можливості та період впровадження необхідних нововведень різних типів;
- наявність необхідних ресурсів;
- можливості використання власних і залучених капіталовкладень;
- рівень діючої технології та можливості її модифікації;
- тип і масштаб використання сучасних інформаційних технологій;
- кадровий потенціал та ін.

Стратегічне управління здійснюється на рівні вищого керівництва підприємства і орієнтується на довгострокові (від трьох років і більше) перспективи розвитку. Стратегічною метою управління конкурентоспроможністю підприємства є формування, підтримання та розвиток стратегічної конкурентної переваги.

Конкурентна перевага організації може бути визнана стратегічною конкурентною перевагою, якщо вона є глобальною, тобто стійкою в часі і привертає широку і постійну

увагу з боку зовнішнього оточення підприємства [4, с. 198]. Показником, що характеризує результат стратегічного управління, є показник стратегічного успіху чи неуспіху діяльності організації на ринку (зростання або падіння його ринкової частки).

В стратегічному управлінні найчастіше конкурентоспроможність розглядається в двох аспектах:

1) конкурентоспроможність товару (продукції), тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

2) конкурентоспроможність підприємства — це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо — стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить своє відображення в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Розробка стратегій управління на сучасних підприємствах дає змогу підприємству вижити на ринку та перемагати у конкурентній боротьбі. Стратегія підприємства розглядається як систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості. Застосування стратегічного управління та стратегій на підприємствах дає змогу використовувати економічні, організаційні, технічні можливості виробництва, своєчасно координувати роботу з розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 303 с.
2. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод, посібник для самоств. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2002. - 198 с.
3. Стратегія підприємства: Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
4. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка і стратегія забезпечення: [монографія] / В.А. Павлова. — Д.: Вид.-во ДУЕП, 2006. — 276 с.

УДК 005.936.3:005.332.4

О.В. ФЕЄР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

С.І. МЕДВІДЬ

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Динамічність розвитку та поглиблення глобалізаційних економічних процесів на світовому ринку спонукає вітчизняних суб'єктів бізнесу активізувати свою роботу в напрямку підвищення конкурентоспроможності як власної продукції так і підприємства зокрема. Одним з напрямів забезпечення конкурентних позицій підприємства на ринку є формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю. Адже, саме

ефективна система управління конкурентоспроможністю підприємством забезпечить стійке положення підприємства на ринку забезпечуючи стабільне підвищення його конкурентних переваг у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища [1, с.90].

Починаючи з ХХ століття поняття «управління конкурентоспроможністю підприємства» (УКП) активно досліджується вченими - економістами та практиками. Зокрема і українські вчені значну увагу приділяють даній проблематиці. Зокрема, Кузьмін О. Є. і Горбаль Н. І. під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють ті аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають політику у сфері створення і реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі і відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності [2]. Тарнавська М.П. розуміє УКП як процес системного формування, розвитку та використання спільного пролонгованого досвіду поєднання матеріальних і нематеріальних активів (як комплексу знань, умінь і навичок) підприємства на стратегічному і тактичному рівнях через механізм інноваційного розвитку, який забезпечує продукування ексклюзивних конкурентних переваг [3, с.158]. Оберемчук Н.Ф. під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміє аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів; цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності [4, 128 с]. Мансуров Р.Є. вважає, що управління конкурентоспроможністю підприємства – діяльність, спрямована на формування ряду управлінських рішень, які, відповідно, повинні бути спрямовані на протистояння можливим зовнішнім впливам для досягнення лідерства відповідно до поставлених стратегічних завдань [1]. І. О. Піддубний і А. І. Піддубна визначають управління конкурентоспроможністю підприємства як напрям менеджменту, спрямований на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [5].

Отже узагальнивши існуючі підходи до досліджуваної категорії можемо констатувати наступне:

1. Управління конкурентоспроможністю підприємства є складовою загальною системою управління;
2. Управління конкурентоспроможністю підприємства - процес реалізації загальних функцій менеджменту;
3. Управління конкурентоспроможністю підприємства спрямоване на формування та реалізацію конкурентних переваг.
4. Об'єктом управління є рівень конкурентоспроможності підприємства, а суб'єктом – менеджмент підприємства, який приймає і реалізовує управлінські рішення спрямовані на реалізацію конкурентних переваг на внутрішньому і зовнішньому ринках та забезпечення фінансової стійкості.

Список використаних джерел:

1. Мансуров Р. Е. *Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия»* / Р. Е. Мансуров // *Маркетинг в России и за рубежом.* – 2006. – № 2 (52). – С. 91 – 94.
2. Кузьмін О. Є. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник* / Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – С. 131.

3. *Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н.П.Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – С. 158.*
4. *Оберемчук Н. Ф. Стратегія підприємств / Н. Ф. Оберемчук. -К. : МАУП, 2000. - 128 с.*
5. *Піддубний І. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметнометодологічні аспекти розвитку / І.Піддубний, Л. Піддубна // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 58.*

УДК.334.72:658:8

О.В. ФЕЄР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

К.І. РУСИН

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Сучасні ринок товарів представлений значною кількістю товарів-аналогів, що спонукає виробників розробляти дієві заходи не тільки по виведенні та просуванні товару, але і по встановленні тісних комунікацій з потенційними споживачами. Йдеться насамперед про інформування, переконання, нагадування споживачам про товар, підтримку збуту, а також створення позитивного іміджу підприємства, ефективної реклами, тобто про маркетингові комунікації.

На думку Зоріної О.І. саме маркетингові комунікації виступають одним із головних та визначальних чинників економічного благополуччя підприємства, які спрямовані на максимальне задоволення потреб покупців у товарах та послугах. Однак сучасна практика діяльності підприємств показує, що маркетингові комунікації зазвичай сприймаються виключно як допоміжна діяльність, що найчастіше відособлено застосовується та ототожнюється лише з просуванням продукту на ринок, а не в комплексі з іншими елементами маркетингу. Відповідно, ця ситуація приводить до зниження сприйняття маркетингових комунікацій, ускладнення їх інтеграції в систему управління підприємством і, як наслідок, до неефективної діяльності [1, с.284].

Під маркетинговою комунікацією Войнаренко С.М. розуміє двобічний процес: з одного боку, передбачається вплив маркетингових технологій на цільові й інші аудиторії, а з іншого – одержання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на результати впливу, що здійснюється фірмою [2, с.51].

Ж.-Ж. Ламбен розглядає маркетингові комунікації як сукупність сигналів, які виходять від фірми на адресу різних аудиторій, в тому числі клієнтів, збутовиків, органів управління та власного персоналу [3, с.271].

Ф. Котлер розглядає загальну програму маркетингових комунікацій, яка називається комплексом просування, представляє собою специфічне поєднання засобів реклами, особистого продажу, стимулювання збуту і пропаганди [4, с.827].

Братко О.С. трактує маркетингову комунікацію як систему налагодженого обміну інформацією з ринком збуту, яка дозволяє підприємству адаптуватися до ринкових умов, що змінюються і добиватися поставлених цілей [5, с.6-7].

Метою маркетингових комунікацій є допомога покупцеві у виборі товару фірми, надання інформації про переваги, недоліки продукції, що пропонується [6, с. 199–208].

До основних засобів маркетингових комунікацій належать реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, зв'язки з громадськістю (Public Relations) та прямий маркетинг.

Ефективне і своєчасне використання підприємством необхідного набору засобів маркетингових комунікацій забезпечить йому конкурентні переваги на ринку, покращить результативність господарської діяльності, забезпеч мит ріст прибутку і щонайголовніше задовольнить інтереси споживачів.

Список використаних джерел:

1. Зоріна О.І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах / О.І. Зоріна, В.Ю. Фадеєнко // Глобальні та національні проблеми економіки, 2018. - Випуск 21. - С. 284.
2. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах / С.М. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету, 2011. - № 6, Т. 2.- С. 51
3. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива/ Ж.Ж. Ламбен – СПб.: «Союз», 1996. – 870 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ./ Котлер Ф., Армстронг Г. и др – К.; М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
5. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник / О.С. Братко. - Тернопіль: Карт-бланш, 2006. - 275 с.
6. Євдокимов Ф.І. Азбука маркетингу: Навчальний посібник / Ф.І. Євдокимов, В.М. Гавва. – [3-є вид. переробл. і доповн.]. – Д. :: Стакер, 1998. – 432 с.

УДК 330.338.242.2

К.М. ХАУСТОВА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
менеджменту та управління економічними процесами,

І.М. МЕДВІДЬ

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Основними джерелом функціонування і розвитку будь-якого підприємства є його ресурсний потенціал. Саме тому, питання пов'язані з визначенням, оцінкою, формування оптимальної структури та організації ефективного використання ресурсного потенціалу підприємств, особливо в умовах трансформацій та перманентних змін у зовнішньому середовищі, є одними з найбільш актуальних та значущих для вітчизняних підприємств.

Основу категорії «ресурсний потенціал підприємства» становить загальна категорія «ресурси», що означає «запас», «джерело». До ресурсів зараховуються запаси та джерела сировини, матеріалів, майно та грошові кошти, праця [1, с. 135].

У економічному контексті ресурси являють собою сукупність елементів, що прямо або опосередковано приймають участь у процесі виробництва товару чи послуги. Відповідно, найбільш загальною класифікацією ресурсів є їх поділ на матеріальні (засоби праці, предмети праці, енергія) та нематеріальні (фінанси, праця, інформація тощо).

Ефективне управління ресурсами підприємства передбачає насамперед забезпечення підприємства ресурсами - структурні, кількісні та якісні характеристики

яких відповідають поточним потребам функціонування і розвитку підприємства а також організація їх ефективного використання.

Разом з цим, наявність чи відсутність тих чи інших ресурсів на підприємстві у певній кількості не відображають його потенціал у повній мірі. Виходячи з узагальнюючого трактування поняття «потенціал», що розкривається у «Глумачному словнику української мови», потенціал – «це сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил тощо, які можуть застосовуватись в будь-якій галузі, ділянці, сфері; являє собою запас чого-небудь; резерв; приховані здатності, сили для певного виду діяльності, які здатні виявитися за певних умов» [2]. Таким чином, ресурсний потенціал виступає насамперед цільовою характеристикою ресурсів, тобто їх здатністю бути використаними для досягнення цілей підприємства.

Розглядаючи різні підходи до трактування поняття потенціалу підприємства Барибіна Я.О., виділяє такі загальні риси, що характерні для більшості підходів:

- основою функціонування підприємства є ресурси (фактори виробництва), саме вони визначають можливості чи потенціал підприємства;
- крім традиційних видів ресурсів, виділяють управлінські можливості підприємства (менеджмент, блок управління) [3, с. 51].

Схожих позицій дотримується також Волошин Л., який доводить що потенціал показує сукупність наявних і прихованих ресурсів. Перші необхідно ефективно використати, а другі – мобілізувати» [4].

Узагальнюючи досліджені підходи під ресурсним потенціалом підприємства слід розуміти найбільш оптимальну комбінацію наявних ресурсів та доступних джерел їх залучення, якісні, структурні й економічні характеристики яких є необхідними і достатніми для виробництва конкурентоспроможної продукції та досягнення цілей функціонування розвитку підприємства у визначених умовах.

Важливим чинником ефективного управління ресурсним потенціалом підприємства є визначення його оптимального складу та загальної величини.

На думку Латишевої О.В., у контексті забезпечення сталого розвитку підприємств в Україні елементний склад ресурсного потенціалу підприємства слід розглядати через призму взаємодії тріади складових (соціальної, екологічної, економічної компонент), тобто з врахуванням процесу трансформації внутрішньої (економічної) та екологічної складової (природно-ресурсні компоненти) в соціальну складову (задоволення суспільних потреб) за умов спроможності, готовності та здатності суб'єкта господарювання використовувати наявні ключові можливості – ресурсні (природні, трудові, економічні тощо), організаційні, компетентнісні (маркетингові, інвестиційно-технологічні, управлінські тощо) [5, с.129].

На сьогодні існує багато методичних підходів до визначення величини та структури ресурсного потенціалу підприємства. Найбільш поширеними з поміж них є:

1) ресурсний (обліковий), що передбачає визначення величини ресурсного потенціалу як суми фізичних та вартісних показників його складових. Такий підхід дозволяє оцінити реальну вартість підприємства на певну дату. Проте не дає уявлення про ефективність структури потенціалу, надлишок чи нестачу окремих ресурсів.

2) структурний (функціональний) підхід, орієнтований на визначення раціональної структури ресурсного потенціалу підприємства на основі порівняння прогресивних норм та відношень, що діють на найбільш ефективних підприємствах галузі. Такий підхід не враховує специфічні особливості підприємства та не дозволяє визначати рівень забезпеченості підприємства нематеріальними ресурсами.

3) цільовий (стратегічний) підхід, спрямований на дослідження відповідності наявного складу та структури ресурсів підприємства необхідним характеристикам для досягнення поставлених цілей. Складність цього підходу полягає у визначенні необхідних обсягів та співвідношень ресурсів, що дозволять найбільш повно та у

встановлені строки сприяти реалізації поставлених цілей. Проте, у стратегічному контексті даний підхід вважається найбільш дієвим.

Визначення ресурсного потенціалу підприємства повинно здійснюватися насамперед на основі стратегічної мети та цілей підприємства, що являються основними критеріями для визначення наявних та прогнозованих потреб підприємства у всіх видах ресурсів і встановлення оптимальних співвідношень між ними. Використання цільового підходу до визначення ресурсного потенціалу дозволить окреслити сильні та слабкі сторони ресурсного забезпечення підприємства у розрізі всіх видів ресурсів, розробити дієві програми їх постачання та використання, оптимізувати норми витрат що дозволить забезпечити безперебійне та економічно ефективне функціонування і розвиток підприємства.

Список використаних джерел:

1. *Богацька Н.М. Сучасний підхід до оцінки сутності ресурсного потенціалу підприємства/Н.М. Богацька, В.В. Хачатрян//Економіка і суспільство.- 2016.-№3.-С.134-139.*
2. *Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – URL: <http://sum.in.ua/>*
3. *Барибіна Я. О. Підходи до визначення сутності поняття «потенціал» у категоріальному апараті /Я.О. Барибіна//Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011.-№ 6 (51), ч. 2. –С. 48-53.*
4. *Волошин Л. Використання інноваційних ресурсів в Україні: проблеми та шляхи їх усунення / Л. Волошин // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2010. – Вип. 15. – С. 145–151.*
5. *Латишева О.В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та особливості управління елементами забезпечення сталого розвитку/ О.В. Латишева//Економічний вісник Донбасу. - 2018. - № 3(53).- С. 126-130.*

УДК 331.108.2

К.М. ХАУСТОВА
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
менеджменту та управління економічними процесами,
О.К. ПОПОВИЧ
магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

**СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ
СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ**

В сучасних умовах персонал розглядається в якості провідного стратегічного ресурсу, що забезпечує високі економічні результати та розвиток підприємств на високо конкурентних ринках. Саме тому, питання, пов'язані з забезпеченням підприємства кваліфікованою робочою силою, здатною сприяти економічному зростанню та забезпечувати відповідний рівень конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі є одними з ключових завдань стратегічного управління.

Загальновідомо, що стратегія управління персоналом – одна з функціональних стратегій підприємства, логічне продовження стратегічного управління щодо всебічної роботи з персоналом. Підтвердження цього – чіткий практичний взаємозв'язок

стратегічних рішень щодо діяльності підприємства із системою управління персоналом, оскільки саме працівники є одночасно організаторами та виконавцями всіх робіт [1, с. 33]. Саме тому стратегія управління персоналом виступає однією з найважливіших забезпечуючи стратегій підприємства і дає змогу:

- планувати й використовувати трудовий потенціал відповідно до змін в умовах господарювання;
- забезпечити набір і формування необхідних категорій персоналу;
- організувати підготовку персоналу до відповідної професійної діяльності;
- здійснювати належну оцінку та розвиток персоналу;
- проводити постійний моніторинг безпеки праці;
- створювати умови для забезпечення соціальної захищеності персоналу підприємства.

Під стратегію управління персоналом слід розуміти систему ресурсних, функціональних, економічних та соціально-психологічних заходів, спрямованих на формування та управління трудовим потенціалом підприємства у відповідності до поставлених цілей [2, с.271]. Інструментами реалізації кадрової стратегії є кадрова політика а також відповідні їй процедури і правила.

Основними складовими стратегічного управління персоналом є: прогнозування чисельних, якісних та структурних характеристик персоналу у відповідності до обраної загальної стратегії розвитку підприємства; розроблення програм розвитку кадрів та підвищення кваліфікації у контексті стратегічних потреб; формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку праці, як необхідної умови залучення кваліфікованих працівників; розробка ефективних механізмів стимулювання праці; удосконалення організаційної структури та методів керівництва, що відповідають потребам забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі; удосконалення організації праці.

У процесі розроблення стратегії управління персоналом важливим завданням є аналіз стану та прогнозування тенденцій розвитку ринку праці. Результатом такого аналізу дозволять сформулювати якісну складову стратегії залучення персоналу із зовнішніх джерел та встановлення конкурентної мотивації праці.

Як зазначають науковці Зелінська А.М. та Копитова І.В., «системна криза трансформаційного періоду призвела до погіршення всіх складових соціального розвитку в Україні, а саме зниження демографічних показників; падіння загального рівня життя та погіршення стану здоров'я населення; зростання міграційних процесів тощо. Це суттєво позначилося на формуванні ринку праці, загострило наявні проблеми у сфері зайнятості, а також породило нові. Крім того, вищевказані негативні тенденції посилюються регіональними диспропорціями соціально-економічного стану, нерівномірністю розвитку ринку праці та неефективними механізмами забезпечення продуктивної зайнятості населення» [3, с.562].

Дослідження сучасного стану та особливостей розвитку ринку праці в Україні, що проведені вітчизняними науковцями [4] дозволили окреслити основні тенденції, характерні для розвитку сучасного ринку праці в Україні:

- зниження рівня зайнятості та зростанням кількості безробітних;
- підвищення кількості само зайнятих осіб;
- наростання професійно-кваліфікаційних дисбалансів та неоднорідність кон'юнктури на ринку праці;
- посилення внутрішньої міграції робочої сили внаслідок структурних змін в економіці та під впливом військових дій на Сході України;
- значний відтік робочої сили за кордон.

Вказані тенденції потребують дослідження та систематизації з позиції визначення стратегічних потреб підприємства щодо кількісних і якісних показників персоналу, а також формування ефективної кадрової політики та системи мотивації праці.

Стратегічне управління персоналом є одним з ключових напрямків стратегічного менеджменту підприємства та інструментом приведення у відповідність кількісних, якісних та структурних характеристик у відповідності до необхідних для реалізації корпоративної стратегії параметрів. Ефективність стратегічного управління сере іншого залежить від здатності підприємства аналізувати розвиток ринку праці та адаптувати відповідні механізми залучення, розвитку і мотивації персоналу до сучасних тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня/С.Бортнік//Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.-2015.-№2.-С.33-39.
2. Хаустова К.М. Теоретичні підходи до визначення та класифікації кадрової стратегії в контексті стратегічного вибору підприємства/ К.М.Хаустова, М.І. Козар// Науковий вісник МДУ: журнал наукових праць.- 2016.-Випуск 20 (15).- С. 265-272.
3. Зелінська А.М. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку праці в Україні/А.М. Зелінська, І.В. Копитова//Глобальні та національні проблеми економіки.-2017.-Випуск 17.- С.562-565.
4. Федунчик Л.Г. Ринок праці в Україні: проблеми та напрями їх вирішення/Л.Г. Федунчик// ринок праці та зайнятість населення.-2016 .-№2.-С.31-34.

УДК 658.86/.87

Т.В. ЧЕРНИЧКО

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна,

С.Ф. ЧЕРНИЧКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності,
Ужгородський торговельно-економічний університет КНТЕУ,
м. Ужгород, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЕРЕДНИКІВ

У сучасному світі посередництво посідає вагоме місце у системі економічних відносин між суб'єктами ринку. За рахунок посередництва забезпечується оптимізація ринку збуту та підвищується якість обслуговування кінцевих споживачів. За даними міжнародних джерел, до 80% світового обігу товарів і послуг здійснюється за допомогою посередників [1].

Розрізняють торговельне та логістичне посередництво. Завдяки торговельним посередникам підприємства-виробники розширюють ринки збуту та асортимент товарів, активно реалізують товари, швидше реагують на зміну попиту, що зумовлює збільшення товарообігу, а отже, і їх доходів та прибутків.

З метою оцінювання ефективності логістичної діяльності посередників у міжнародній практиці застосовується загальний індекс LPI – система показників, яка дозволяє проводити порівняння (з можливістю відображення найкращого світового виконавця) за шістьма показниками:

- 1) ефективність процесу оформлення органами прикордонного контролю, включаючи митні органи (тобто швидкість, простота і передбачуваність формальностей);
- 2) якість інфраструктури, пов'язаної з торгівлею та транспортом;
- 3) простота організації перевезень за конкурентними цінами;
- 4) компетентність та якість логістичних послуг;
- 5) здатність відслідковувати вантажі;
- 6) своєчасність поставок у пункт призначення протягом запланованого або очікуваного часу доставки.

Дані, що використовуються в рейтингу, випливають з опитування фахівців з логістики, яким задають питання про країни, в яких вони працюють. Компоненти, які використовуються для визначення International LPI, обирають на основі сучасних теоретичних і емпіричних досліджень і практичного досвіду фахівців з логістики, які займаються міжнародною експедицією вантажів. Значення Індексу ефективності логістики (LPI) розраховуються відділом Групи Світового банку з міжнародної торгівлі з періодичністю приблизно один раз на два роки, починаючи з 2007 року.

За результатами оцінювання у 2018 році розрив у показниках ефективності торгової логістики між країнами, які демонструють найкращі і найгірші результати, як і раніше досить великий. Розрив зберігається в зв'язку зі складністю пов'язаних з логістикою реформ та інвестицій в країнах, що розвиваються, незважаючи на майже повсюдне визнання того, що низька ефективність системи поставок є основною перешкодою для торгової інтеграції в сучасному світі.

Згідно з дослідженням індексу LPI за 2018 рік перше місце в світі за ефективністю логістики зайняла Німеччина (табл. 1). Найгірша оцінка – у Сомалі. Як і в попередніх випусках доповіді, за результатами дослідження 2018 року десятка кращих країн представлена в основному країнами з високим рівнем доходів. Серед країн з низьким рівнем доходів найкращі результати демонструють Малаві, Кенія і Руанда. Загалом, попередні дослідження виявляють тенденцію до поліпшення показників, при цьому у країн з низькими результатами загальна бальна оцінка підвищується швидше, ніж у країн з високими показниками.

Таблиця 1

Значення агрегованого LPI (TOP-10), 2018 р.

Country	LPI Rank	Customs	Infrastructure	International shipments	Logistics competence	Tracking & tracing	Timeliness
Germany	1	1	1	4	1	1	1
Netherlands	2	3	2	6	2	7	6
Sweden	3	4	3	2	5	11	4
Belgium	4	13	10	1	3	4	2
Singapore	5	2	5	8	4	8	3
United Kingdom	6	8	7	10	7	5	5
Japan	7	5	4	14	8	9	9
Austria	8	14	8	5	6	2	11
Hong Kong, China	9	9	11	3	10	13	13
United States	10	11	6	23	11	3	16

Джерело: LPI Aggregated Rankings [2]

Автори доповіді прийшли до висновку, що країнам з низькими, середніми і високими доходами необхідні різні стратегії для поліпшення показників ефективності логістики. У країнах з низьким рівнем доходів найзначніші поліпшення показників, як правило, досягаються за рахунок вдосконалення інфраструктури та підвищення ефективності основних процедур прикордонного контролю. Це може мати на увазі необхідність реформування митних органів, проте все частіше мова йде про поліпшення

роботи інших відомств, присутніх на кордоні, в тому числі тих, хто відповідає за санітарний і фітосанітарний контроль. Найчастіше потрібні багатосторонні підходи.

У країнах із середнім рівнем доходів, навпаки, інфраструктура і прикордонний контроль досить ефективні. Ці країни зазвичай домагаються найбільшого поліпшення результатів завдяки підвищенню якості логістичних послуг і, зокрема, за рахунок аутсорсингу спеціалізованих функцій, таких як, наприклад, транспортування, експедирування та складування вантажів.

У країнах з високим рівнем доходів все більше визнається важливість і зростає попит на «зелену» логістику, тобто екологічно чисті логістичні послуги.

Список використаних джерел:

1. *In a Complex World, Logistics Improvements Require Measurement and Strategy* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogs.worldbank.org/trade/complex-world-logistics-improvements-require-measurement-and-strategy>.

2. *Aggregated LPI. The World Bank* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lpi.worldbank.org/international/aggregatedranking?sort=asc&order=LPI%20Rank#datatable>.

3. *Индекс эффективности логистики: разрыв сохраняется* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/press-release/2014/03/20/logistics-performance-index-gap-persists>.

УДК 334.72:69:657(043.2)

Ю.С. ШЕВЧЕНКО

студентка ОС «бакалавр»,

Науковий керівник: доц. Боліла Н.В.,

Київський національний університет будівництва і архітектури,

м. Київ, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оптимальне використання оборотних коштів має велике економічне і соціальне значення для підприємства будівельної галузі. Ефективне управління оборотними коштами будівельного підприємства сприяє зниженню витрат на виробництво і збут продукції (надання послуг).

Оборотні кошти – це грошові ресурси, які вкладено в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервного виробництва та реалізації виготовленої продукції, які беруть участь у виробничому процесі один раз і повністю переводять свою вартість на собівартість продукції [1].

Оборотні кошти – це сукупність коштів підприємства, що авансуються на створення оборотних фондів та фондів обігу і забезпечення їх неперервного обігу[2].

«Оборотні фонди» слід використовувати для позначення сукупності оборотних виробничих фондів та фондів обігу для позначення кругообігу засобів виробництва; термін «оборотний капітал» - для характеристики джерел формування оборотних засобів; «оборотні активи» - для цілей бухгалтерського обліку і аудиту; «оборотні кошти» - у фінансовому менеджменті для вираження обсягу авансованих коштів у оборотні засоби.

Багато авторів і науковців стверджують, що «оборотні активи», «оборотні кошти», «оборотний капітал» та «робочий капітал» є синонімами. Ототожнюють поняття «оборотний капітал» та «оборотні засоби» і розуміють їх як частину продуктивного капіталу, вартість якого цілком переноситься на продукт у процесі виробничого

споживання і повертається до підприємця в грошовій формі протягом кожного кругообігу капіталу [3].

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «оборотні кошти»

Підходи	Автори	Визначення
1. Грошові ресурси, вкладені до оборотних виробничих фондів і фондів обігу для забезпечення безперервного виробництва і реалізації виробленої продукції	Аранчій В.І. Покропивний С.Ф. Роштейна Л.О.	Кошти, витрачені на придбання чи виготовлення оборотних активів підприємства, які необхідні для забезпечення на підприємствах безперервності процесу виробництва і реалізації продукції та отримання прибутку.
2. Активи, які на протязі одного виробничого циклу або одного календарного року можуть бути перетворені в гроші	Опарін В. М. Ковальов В.В., Русак Н.А. Білик М.Д.	Являють собою ту частину фінансових ресурсів, яка постійно перебуває в обігу; спрямовуються на придбання сировини, основних і допоміжних матеріалів, напівфабрикатів та інших елементів виробничих запасів.
3. Авансована вартість у оборотні виробничі фонди і фонди обігу	Смагін В.Н. Слав'юк Р.А. Брігхем Є. Ф.	Кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди й фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції й одержання прибутку.

Ефективне використання оборотних коштів – це таке їх функціонування, під час якого забезпечується стійкий стан фінансових ресурсів та досягаються найвищі результати діяльності при найменших витратах підприємства.

Джерела формування оборотних активів підприємства:

1) Власні оборотні кошти (working capital) – це величина, на яку оборотні активи підприємства перевищують його короткострокові зобов'язання[3] : статутний капітал; додатковий капітал; резервний фонд; цільове фінансування; нерозподілений прибуток.

2) Залучені оборотні кошти – вони не належать підприємству, отримані ним з боку, але тимчасово використовуються в обороті [3]: кредиторська заборгованість (сталі пасиви); благодійні та інші надходження.

3) Позикові оборотні кошти – покривають тимчасову додаткову потребу в оборотних коштах. Як правило, запозиченим джерелом оборотних коштів тут виступають короткострокові банківські кредити і позики [3] : довгострокові кредити; короткострокові кредити; комерційні кредити; відстрочені податкові зобов'язання підприємства.

Основними напрямками стратегічної роботи підприємства в області управління джерелами оборотних коштів є: визначення потреби підприємства в оборотних коштах; визначення наявності власних оборотних коштів і приведення їх обсягів до оптимального значення; вживання заходів щодо прискореного повернення підприємству сум дебіторської заборгованості; припинення виконання робіт для неплатоспроможних замовників; визначення оптимального обсягу виробництва продукції з урахуванням рівня беззбитковості виробництва; скорочення управлінських та усунення непродуктивних витрат; впровадження прогресивних методів управління виробництвом; поступове збільшення обсягу статутного капіталу підприємства для фінансування власних оборотних коштів [4].

Підвищення ефективності використання оборотних коштів пояснює за рахунок таких заходів:

- 1) скорочення строків виготовлення продукції в результаті механізації робіт, удосконалення технологічних процесів;
- 2) зменшення обсягів виробничих запасів за рахунок поліпшення організації матеріально-технічного постачання, зменшення дальності їх транспортування;
- 3) економія матеріальних ресурсів, їх краще зберігання, суворе дотримання норм витрат;
- 4) удосконалення розрахунків із замовниками, поліпшення фінансової та платіжної дисципліни [5].

Отже, в економічній літературі є багато підходів до визначення сутності поняття «оборотні кошти». З наведених визначень обігових (оборотних) коштів та оборотного капіталу та розкриття їхньої економічної суті можна дійти висновку, що це рівнозначні поняття за своєю економічною природою. Формування оборотних коштів повинно бути частиною комплексної політики управління фінансово-господарською діяльністю підприємств. Це має важливе значення для здійснення управління оборотними коштами та фінансовими ризиками підприємства.

Список використаних джерел:

1. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств : навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – 3-тє вид., випр. і доп. – Київ : Знання-Прес, 2009. – 299с.
2. Небава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Ч.1. Економіка підприємства: Навчальний посібник/Небава М.І., Адлер О.О., Лесько О.Й.-Вінниця: ВНТУ, 2011 - 117с.
3. Ярошевич Н. Б. Фінанси підприємств: навчальний посібник / Н. Б. Ярошевич. - К.: Знання, 2012. - 341 с.
4. М. М. Бердар Фінанси підприємств. Навч. посіб. - К.: ЦУЛ, 2010. - 352 с.
5. Управління оборотними активами будівельного підприємства як засіб отримання конкурентних переваг //О.Ю. Беленкова/ Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин.: зб. наукових праць. – вип.33. – 2015. – С.10- 17

УДК 31:336

Н.Л. ЮЩЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,
Чернігівський національний технологічний університет,
м. Чернігів, Україна

СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Створення передумов для довгострокового сталого розвитку фінансового сектору (рис. 1, 2) – забезпечення стійкості та надійності фінансового сектору в довгостроковій перспективі, наближення стандартів регулювання платоспроможності та ліквідності банків до рекомендацій Базельського комітету, стимулювання ринку фінансових послуг і розвитку інфраструктури та інструментів фінансового сектору передбачені Планом пріоритетних дій Уряду України [1].

Результати комплексного статистичного аналізу у взаємозв'язку з чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища є базою розроблення заходів державного регулювання та стратегічного підприємництва самих банків стосовно підвищення забезпеченості соціально-економічного розвитку країни кредитними ресурсами;

поліпшення розрахункового, депозитно-кредитного та іншого фінансового забезпечення економічного зростання збереженням залучених коштів і підвищення довіри клієнтів; ефективним спрямуванням коштів в економіку; забезпеченням прибуткової діяльності та здійснення якісних і своєчасних розрахунків і платежів, розширенням наявних ринків банківських послуг і опанування нових ринків; удосконалення законодавчої бази щодо задоволення вимог банків-кредиторів і підвищення відповідальності позичальників-боржників за неповернення кредитів, продаж ними без згоди банку заставленого майна тощо [2].

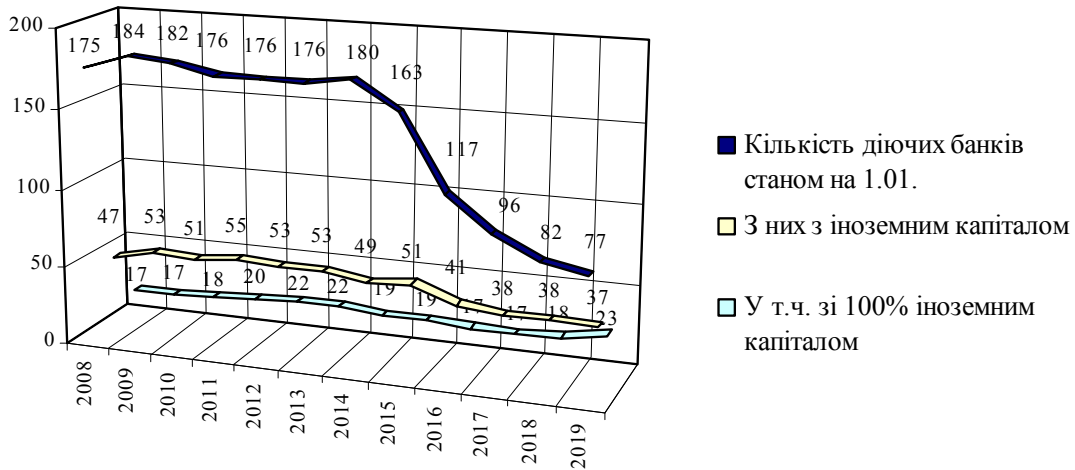


Рис. 1. Кількість комерційних банків в Україні з 2008 по 2019 рр.
Джерело: побудовано за даними [3]

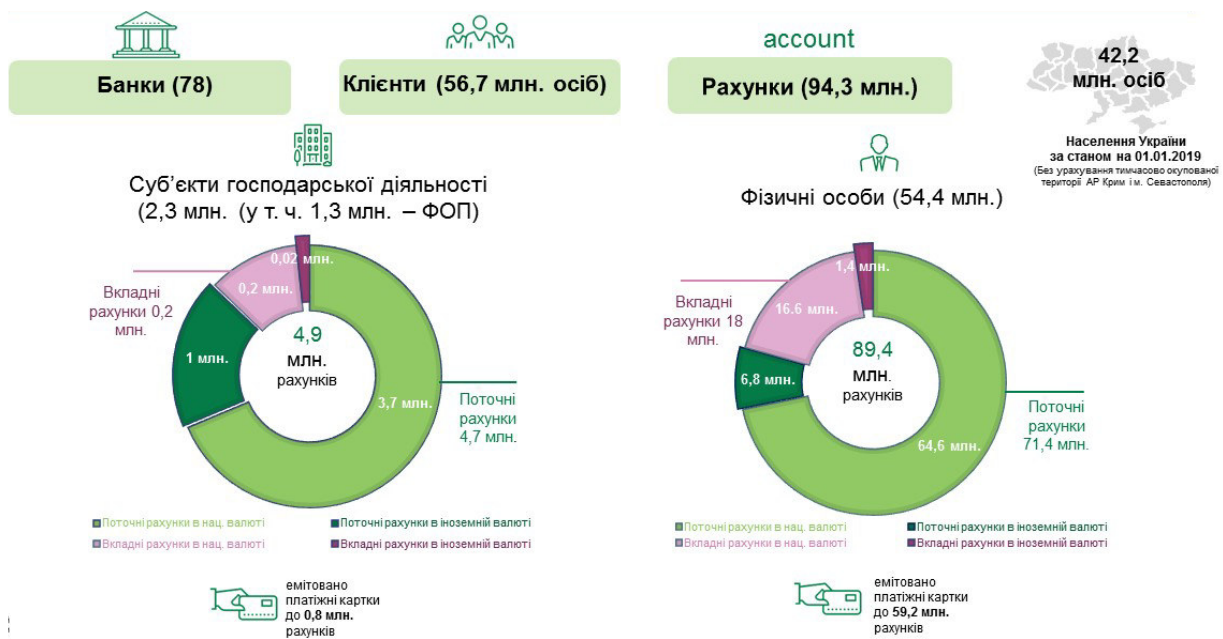


Рис. 2. Інформація про кількість клієнтів банків та кількість відкритих клієнтами рахунків станом на 01.01.2019 р. [4]

Основні напрями розроблення управлінських рішень в розподілі за результатами статистичного аналізу зведені в табл. 1.

Напрями розроблення управлінських рішень за результатами статистичного аналізу

Напрями статистичного аналізу	Напрями розроблення управлінських рішень
Факторний аналіз ефекту, ефективності та інтенсифікації кредитної діяльності	Розроблення заходів щодо підвищення ефективності та інтенсифікації банківської діяльності стосовно кредитних операцій
Індексний аналіз прибутковості кредитних операцій	Розроблення заходів щодо підвищення ефективності структурної політики банків стосовно розміщення кредитних ресурсів та підвищення ефективності діяльності окремих установ банків
Аналіз пропорційності банківської діяльності	Розроблення заходів щодо підвищення ефективності пропорційності розподілу за установами банку активів і кредитних ресурсів для підвищення прибутковості кредитної діяльності
Статистичний аналіз взаємозв'язків в кредитній діяльності з чинниками внутрішньобанківського та зовнішнього середовища	Розроблення заходів щодо підвищення ефективності кредитної діяльності окремих банків з урахуванням впливу основних чинників. Розроблення заходів щодо державного регулювання кредитної діяльності банків з урахуванням впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища для підвищення її ефективності та задоволення потреб економіки в кредитах
Аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку [5]	Розроблення заходів з урахуванням кон'юнктури ринку банківських послуг та прогнозу цього ринку для підвищення ефективності банківської кредитної діяльності та кращого задоволення потреб економіки в кредитах. Розроблення заходів з додержання нормативів діяльності банків. Обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення оціночних показників банківської діяльності. Оцінювання рейтингу діяльності банківських установ

Так, аналізуючи конкурентне середовище [6], варто виокремити найбільш значних конкурентів, вивчити їхні маркетингову, операційну і фінансову стратегії, оцінити стратегічні можливості.

У процесі аналізу розрізняють три стратегічні групи:

- банки, розміщені на тій самій території;
- великі і спеціалізовані банки інших регіонів, які мають мережу філій;
- різні небанківські фінансові заклади: інвестиційні, трастові, брокерські фірми та організації, що виконують банківські операції та можуть відволікати фінансові кошти з банківської сфери.

У складі самої сукупності банків виокремити групи за ознаками розміру капіталу, місцезнаходженням, політикою кредитування тощо.

Перелічені розподіли є базою для побудови типологічних групувань банківських конкурентів. Показниками, що їх характеризують, є інформація в кількісному та якісному виразах.

Кількісну характеристику конкурентів становлять такі дані:

- організаційно-правова форма – основні пайовики або засновники;
- обсяг статутного фонду;
- наявність ліцензій на окремі види діяльності;
- наявність і розміри мережі установ;
- перелік основних видів послуг;
- інші дані (банки-кореспонденти, великі клієнти тощо).

Якісною характеристикою конкурентів є відомості про:

- репутацію;
- рівень обслуговування;
- привабливість для клієнтів;

– рекламну стратегію тощо.

Така інформація використовується для порівняльного аналізу як усередині всієї сукупності банків, так і для зіставлення показників конкурентного банку з характеристиками діяльності на ринку банківських послуг інших банків, що є базою для розроблення управлінських рішень щодо конкурентних переваг, просування послуг на ринку, розроблення обґрунтованої стратегії розвитку банку.

Список використаних джерел:

1. *Середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року* : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3.04.2017 р. № 275-р / Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/diyalnist/programa-diyalnosti-uryadu/serednostrokovij-plan-prioritetnih-dij-uryadu-do-2020-roku-ta-plan-prioritetnih-dij-uryadu-na-2017-rik>
2. Головач А.В., Захожай В.Б., Головач Н.А. *Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика : навчальний посібник*. Київ : КНЕУ, 2005. 333 с.
3. Мінфін : веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/2018>
4. Національний банк України : веб-сайт. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=66320&cat_id=66315
5. Ющенко Н.Л., Ющенко Т.Л. *Статистика : навчальний посібник*. Чернігів : Десна Поліграф, 2015. 344 с.
6. *Статистика ринків : підручник / за наук. ред. Н.О. Парфенцевої*. Київ : НАСОА Держстату України, 2012. 916 с.

СЕКЦІЯ 4.
ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ
ГОСПОДАРСЬКИМИ ПРОЦЕСАМИ

УДК 332.02

Д.А. АРЗЯНЦЕВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування,
Хмельницький університет управління та права,
м. Хмельницький, Україна

ПЕРСПЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ СФЕРОЮ
ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД НА ЗАСАДАХ ВЗАЄМОДІЇ ВЛАДИ,
БІЗНЕСУ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

В умовах обмежених фінансових ресурсів актуалізується завдання пошуку додаткових фінансових джерел для забезпечення повноважень органів місцевого самоврядування. Перехід до інноваційної соціально-орієнтованої економіки передбачає побудову ефективних механізмів взаємодії громади, бізнесу та органів місцевого самоврядування, спрямованих на координацію зусиль усіх сторін, забезпечення врахування інтересів різних соціальних груп суспільства та бізнесу при розробці та проведенні соціально-економічної політики, зокрема щодо управління соціальною сферою об'єднаних територіальних громад. Партнерства соціального розвитку місцевості можуть створюватись у різноманітних формах: зони соціального підприємництва, публічно-приватне партнерство, соціальне замовлення, фонди соціально відповідальних інвестицій, фонди місцевих громад тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Пріоритетні інструменти управління соціальною сферою
об'єднаних територіальних громад на засадах взаємодії
органів місцевого самоврядування, бізнесу та громадськості

Інструмент управління	Характеристика	Результат
1	2	3
Бюджет участі	демократичний процес, який надає можливість мешканцям ОТГ брати участь в розподілі коштів селищного бюджету через створення проектів та/або голосування за них у сферах житлово-комунального господарства, освіти, охорони здоров'я, культури, соціального захисту, охорони навколишнього природного середовища, спорту.	для громади - залучення громади до вирішення місцевих проблем соціальної інфраструктури, для ОМС – підтримка рішень з боку громади, визначення пріоритетності вирішення соціальних проблем, збільшення прозорості задля скорочення корупції та бюрократичної неефективності.
Фандрейзинг та краудфандинг	процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо) для реалізації різного роду соціальних проектів та підтримання існування передусім неприбуткових організацій	для ОМС – економія бюджетних коштів, для громади – зменшення соціальної напруги у суспільстві, швидке вирішення гострих соціальних питань ОТГ; бізнес – підвищення іміджу

1	2	3
Публічно-приватне партнерство	система взаємовигідного економічного співробітництва державного/комунального і приватного секторів економіки (з можливістю залучення третіх осіб), що певним чином організаційно-юридично оформлена, заснована на розподілі ризиків між владою і приватним сектором (на покладанні ризиків на того партнера, який зможе попередити, або пом'якшити їх негативні наслідки) і орієнтується на одержання максимального ефекту від реалізації проектів ДПП та на задоволення інтересів суб'єктів ДПП в умовах обмеженості ресурсів окремої сторони	синергетичний ефект: для бізнесу – отримання доступу до нових сегментів та прибутку; для ОМС – економія бюджетних коштів; для громади – підвищення якості послуг соціальної інфраструктури; створення додаткових робочих місць в новостворених об'єктах соціальної інфраструктури
Соціальне підприємництво	підприємницька діяльність, спрямована на інновативну, суттєву та позитивну зміну у суспільстві, тобто це прибутковий бізнес, який має соціальні цілі, і прибутки якого спрямовуються головним чином на розвиток цього бізнесу або на громадські справи. Соціальне підприємництво виконує соціальні функції та розвивається в тих сферах, де це неможливо для державних підприємств через дефіцит фінансування, а приватний сектор не зацікавлений через низьку рентабельність	підвищення соціокультурного рівня населення, зменшення соціальної напруги у суспільстві, швидке вирішення гострих соціальних питань ОТГ; створення робочих місць у тих сферах і для тих категорій населення, що є не привабливими для приватного бізнесу.

Примітка: Систематизовано автором.

Утворення об'єднаних територіальних громад відкриває нові можливості залучення бізнесу до спільного вирішення місцевих питань. Без участі інвесторів, нових підходів в управлінні сьогодні практично неможливо реагувати на сучасні виклики суспільства. Саме тому, механізм публічно-приватного партнерства набуває популярності серед територіальних громад в рамках реалізації нової регіональної політики в Україні, яка спрямована на підсилення спроможності територіальних громад на місцях самостійно та ефективно використовувати наявні ресурси для забезпечення безпосередніх потреб населення певної території. Так, окремі органи об'єднаних територіальних громад вже мають позитивний досвід впровадження проектів публічно-приватного партнерства щодо управління соціальною інфраструктурою.

Розвиток партнерства об'єднаних територіальних громад і бізнесу обумовлюють наступні обставини: громада не має достатньо коштів для модернізації, обслуговування й розширення інфраструктури, яка знаходиться в комунальній власності; а більш ефективним власником завжди вважався приватний бізнес, а не органи місцевого самоврядування. Крім того, приватний власник має певний економічний інтерес – одержання прибутку та одержання конкурентних переваг за рахунок освоєння таких економічних ніш, які до того або не були представлені на ринку або знаходилися у винятковому володінні органів місцевого самоврядування. Майже всі дослідники наголошують (і ми приєднуємося до такого висновку), що одне з важливих завдань у рамках державно-приватного партнерства – таке узгодження інтересів учасників, яке дозволило б кожному з них реалізувати власні потреби з мінімальними втратами і одержати вигоди [1, с.52-57; 2, с.150].

У результаті спільних зусиль органи місцевого самоврядування і бізнесу державно-приватне партнерство одержує належний розвиток у довгостроковій

перспективі, забезпечуючи високу ефективність для одних і стабільний дохід для інших. Це дозволить забезпечити економічне зростання при скороченні державних витрат, і при цьому державні функції виконуватимуться на більш високому рівні без шкоди національній безпеці і соціально-економічній стабільності. Крім того, утворюється безпрецедентний синергетичний ефект, який обумовить високі темпи якісного економічного зростання протягом довгострокового періоду.

Актуальним є розвиток і функціонування соціального підприємництва як одного з інструментів соціального розвитку, яке ґрунтується на посиленні ролі економічно активних учасників місцевого ринку в підтримці соціально вразливих категорій громадян та вирішенні соціально значущих питань. На нашу думку, соціальне підприємництво доцільно використовувати у тих галузях соціальної інфраструктури, які є не привабливими для приватного сектору: створення різних соціальних центрів (не комунальної власності) для людей, що опинились у складних життєвих обставинах; прибирання територій; соціальні магазини; громадські ресторани тощо. Залучення соціально незахищених прошарків населення (які також є непривабливими для приватного бізнесу) до роботи на соціальному підприємстві веде до зниження соціальної напруги у суспільстві через зростання трудових доходів, а отже означає розширення можливостей для забезпечення добробуту людей та підвищення якості життя.

На нашу думку, важливим інструментом багатоканального фінансування установ соціальної інфраструктури об'єднаних територіальних громад може бути також фандрейзинг – процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо) для реалізації різного роду проектів (як правило, соціальних) та / або підтримання існування передусім неприбуткових організацій. Основними завданнями фандрейзингу об'єктів соціальної інфраструктури об'єднаних територіальних громад є: пошук потенційних донорів; обґрунтування потреб організації відповідно до інтересів потенційних донорів та рівня розуміння ними проблем цієї організації; постійна робота з потенційними донорами (формування, підтримка і розвиток взаємовигідних зв'язків); формування громадської думки про необхідність та корисність підтримки діяльності об'єктів соціальної інфраструктури. В рамках фандрейзингу можуть використовувати різні методи для досягнення своїх цілей, а саме: участь у спільних проектах і отримання цільового фінансування за програмами міжнародних організацій; участь у проектах, фінансованих державою; організація спеціальних заходів щодо збору коштів (благодійних вечорів, аукціонів, концертів, спортивних змагань); залучення волонтерів; особисті зустрічі; використання ресурсів Інтернету; краудфандинг тощо.

Інструменти краудфандингу пропонуємо поєднувати із впровадженням громадського бюджету, до якого можуть входити бюджет громадської участі, батьківський фонд, конкурс міні-проектів, програма сприяння ОСББ, програма сприяння розвитку культури, спорту, молодіжної політики та туризму [3]. Впровадження інструменти бюджету участі забезпечить підвищення ефективності розподілу суспільних ресурсів. Для органів місцевого самоврядування ефект полягатиме у збільшенні можливостей для громадян щодо підвищення їх політичної та соціальної свідомості, збільшення прозорості задля скорочення корупції та бюрократичної неефективності. Ефект для громадян полягатиме у забезпеченні прямого взаємозв'язку між участю у процесі бюджетування та якістю суспільних благ, що надаються органами місцевого самоврядування; збільшенні можливостей для вирішення соціальних проблем.

Таким чином, пропонується в стратегії та програмах розвитку соціальної сфери об'єднаних територіальних громад запровадити інструменти та механізми реалізації окремих заходів соціальної політики через: більш широке залучення бізнесу, в тому числі залучення в якості учасників ДПП та соціального підприємництва, посередників у народному фінансуванні (crowdfunding); розвиток і просування соціального підприємництва у всіх галузях соціальної сфери; більш широке використання

інструментарію народного фінансування (crowdfunding) для реалізації соціально важливих, однак менш пріоритетних для соціальних заходів; впровадження «громадського бюджету».

Список використаних джерел:

1. Брайловський І. А. *Інтереси та переваги в проектах державно-приватного партнерства [Текст] / І. А. Брайловський // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль, 2013. – Т. 14. – № 2. – С. 52–57.*
2. Вайсман Е. Я. *Механізм залучення інвестицій в економіку регіону на основі державно-приватного партнерства [Текст] / Е. Я. Вайсман // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 6. – С. 149–153.*
3. Булеца Н.В. *Партисипативне бюджетування як інструмент удосконалення бюджетного регулювання на засадах фіскальної децентралізації / Н.В. Булеца // Перспективи реформування національної економіки: Економічні наукові Інтернет-конференції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www/economy-confer.com.ua/full-article/2080/>*

УДК 339.92

К.В. ГЕГЕДОШ

аспірант,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Чучка І.М.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

ПРОБЛЕМИ ТРАНСКОРДОННОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ

Карпатський Єврорегіон (КЄ) функціонує вже більше як 25 років від початку свого створення. Перші етапи його функціонування показували продуктивні аспекти розвитку. Однак, в подальшому міжрегіональна діяльність п'яти країн опинилася на порозі того, що транскордонне економічне співробітництво (ТКЕС) знаходиться в невизначеності щодо перспектив розвитку. Останнім часом вченими пропонуються деякі рекомендації щодо вирішення окремих проблем в ТКЕС. В той же час, ми спробуємо визначити та узагальнити через аналіз наукових праць – найбільш важливі проблеми, які сьогодні впливають на ефективність ТКЕС саме в Карпатському Єврорегіоні.

Професор Н.А. Мікула [1-3] була одна з перших, яка найширше вивчила проблеми ТКЕС в КЄ. Серед них, наступні (тезисно висвітливо):

по-перше – відсутність системної взаємодії та спільних проблем для п'яти країн одразу. Це призводить, як наслідок до того, що стратегічні та операційні дії формуються тільки в двосторонньому форматі;

по-друге – в українських єврорегіонах відсутні підрозділи, які: повинні працювати з місцевим населенням прикордонних територій, з організаціями та підприємствами; відповідальні за проектні ініціативи через можливості грантових програм тощо;

по-третє – фахова підготовка управлінських кадрів знаходиться на низькому рівні, а також часта їх зміна призводить до прийняття рішень суб'єктивного характеру;

по-четверте – діяльність КЄ на веб сторінках регіональних органів управління (обласних/районних державних адміністрацій, обласних/районних рад) висвітлено або нема, або занадто недостатньо;

по-п'яте – відсутній механізм взаємодії між публічним сектором, бізнес структурами та неурядовими організаціями у частині ТКС. Відтак втрачається синергетичний ефект і губиться значна частина ресурсів учасників ТКС.

Як зазначають деякі вчені Львівського інституту менеджменту та Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень (В. Борщевський, Т. Васильців, В. Волошин, О. Мокій, В. Засадко, Ю. Мігущенко, Н. Мікула, О. Радіца, В. Гулима, В. Дейнеко, О. Музичук та І. Тимечко) єврорегіони на Україні є цілком анахронічними утвореннями, які потребують кардинальної реорганізації:

По-перше, існування цих єврорегіонів є скоріше формальним, аніж реальним. Вся їхня «активність» зводиться до збирання членських внесків з областей (на забезпечення роботи єврорегіональної бюрократії та додаткових трансакційних витрат, пов'язаних з наявністю зайвої посередницької ланки у вигляді керівних структур та національних представництв єврорегіонів), звітування перед МЗС та іншими урядовими структурами про виконання своєї євроінтеграційної функції (з наведенням прикладів співпраці у межах єврорегіону, які не мають жодного відношення до його функціонування, а відображають факти транскордонної співпраці громадських організацій, наукових установ та підприємницьких структур, які відбуваються на міжрегіональному рівні, незалежно від існування чи відсутності єврорегіону) ...» [4, с. 135].

По-друге, реальний стан транскордонних економічних відносин, «який на дві третини складається з неофіційної «човникової» торгівлі, зацікавлений в одному – заробляти гроші, не особливо переймаючись ані місцевими екологічними та соціальними проблемами, ані державною політикою європейської інтеграції. Центральна, а за нею і місцева влада вбачає у такому бізнесі лише зайвий «головний біль» та джерело потенційних суспільно-політичних проблем, а відтак намагається максимально убезпечити себе від нього за допомогою жорстких адміністративних дій на кшталт посилення митно-тарифного регулювання, фіскального тиску, прагнення очолювати і координувати підприємницьку та громадську активність у транскордонному вимірі. Громадські ж організації та наукові установи перебувають «на своїй хвилі», реалізуючи власні програми та проекти, котрі здебільшого відірвані від життя і не мають жодних практичних наслідків у вигляді прийняття владних рішень чи виконання підприємницьких дій. Причому перші з них у своїй діяльності орієнтуються виключно на отримання грантів і виконання вимог грантодавця (зазвичай міжнародної організації, далекої від реальних проблем українського прикордоння), а другі – на формальну звітність (кількість захищених дисертацій, опублікованих монографій та статей, виконаних науково-дослідних робіт, тощо)...» [4, с. 137-138]

По-третьє, що гальмує розвиток ТКС – «недовикористання синергетичного ефекту від співпраці підприємницьких структур із владою, громадськістю та наукою через низький фаховий рівень вітчизняних чиновників та підприємців, а часто і науковців та громадських експертів. Значною мірою він породжується специфікою українського ринку, яка ведеться не за відкритими правилами, де перемагає розумніший, здібніший та кваліфікованіший, а за принципом олігархічно-кланової системи, де перемогу отримує жорстокіший, підступніший та спритніший. Як наслідок, чинниками кар'єрного зростання як у владі, так і в науці та бізнесі, стають не вміння давати стратегічну оцінку ринковим процесам і тенденціям, не глибина мислення чи фахова кваліфікація працівників, а зовсім інші навички та уміння (обійти податки, домовитися про «відкати», дати хабара, задобрити керівництво тощо), які до того ж, часто впливають на здатність досягати успіху також у громадській і політичній діяльності.» [4, с. 139].

По-четверте, основні напрями проектних тем більшості неурядових інституцій (задіяних у ТКС) – це вирішення соціальних, наукових чи культурних питань для поглиблення взаємовідносин між прикордонними територіями, аніж реальних економічних проблем [4, с. 167].

Деякі українські практики стверджують, що проблемою КЄ є: політичний характер даного об'єднання, створення його «з гори», відсутність юридичної особи та формально юридичних структур співпраці...[5].

В аналітичній доповіді «Єврорегіони як інноваційна форма розвитку ТКС в Україні», вченими були виявлені наступні диспропорції розвитку ТКЕС країн КЄ [6]:

По-перше – зовнішня торгівля в переважній більшості здійснюється не готовими продуктами, а сировиною. Це спричиняє певні проблеми та невикористані можливості щодо економічного зростання.

По-друге – не створено належних механізмів для зростання інвестиційної активності зарубіжних акторів на українському ринку (та навпаки в рамках транскордонних регіонів). Це призводить до того, що втрачається можливість (принаймні це гостро простежується на вітчизняному ринку) щоб залучати із країн сусідів (які входять до ЄС) сучасні технології у виробничій сфері, менеджменті, у стандартах ведення бізнесу тощо.

По-третьє – реалізовані транскордонні проекти переважно не мають достатньої науко місткості і прибутковості (на перспективу). Їхній ефект одноразовий.

По-четверте – складна ситуація щодо потоків трудової міграції, яка позначається на демографічній ситуації, ринку праці, соціально-економічному розвитку, добробуті громадян, бідності та соціальному розшаруванні. «Транскордонний рух трудових мігрантів зумовлювався, в основному, зупинкою роботи підприємств, зростаючим безробіттям, багатомісячними затримками з виплат заробітної плати, а також суттєвою різницею в її розмірах. Ці чинники стимулювання трудової міграції із західних областей України до сусідніх країн одночасно є характеристиками низької конкурентоспроможності українських західних регіонів» [6, с. 13]. У КЄ спостерігається значна територіальна диференціація розмірів заробітної плати. Так, у 2018 році в Словаччині (Кошицький край) мінімальна заробітна плата становила 720 доларів (\$), в Польщі (Підкарпатське воєводство) – 554\$, в Угорщині (Салбоч-Сатмар Березька область) – 531\$, в Румунії – 465\$ [7-10], а в Україні (Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, Чернівецька області) – від мінімальної 133 до середньої 250 доларів [11-14].

Для відновлення економічного зростання у прикордонних регіонах України майже не задіяний потенціал промислових зон та кластерів, зокрема транскордонних (на яких відсутня відповідна державна підтримка), які є основною інституційною складовою інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки. Їх впровадження дозволило б кардинально поліпшити ситуацію щодо залучення інвестицій та конкурентоспроможності регіонів та країни в цілому [6, с. 43].

Отже, вирішувати проблеми ТКЕС необхідно з реінжинірингу управлінських процесів в КЄ. Такий хід в історії КЄ і підтримує Міністр закордонних справ України Павло Клімкін [15]: «Повинні, врешті-решт, перезавантажити Карпатський Єврорегіон. Він починався в 90-х роках, там було багато планів, зараз фактично нічого не відбувається». Міністр вважає, що майбутнє єврорегіону полягає в розвитку малого і середнього бізнесу, унікальних можливостях від туризму, а також у рамках розвитку науки і освіти. Проте вважаємо, що для початку необхідно комплексно вивчити сучасний стан внутрішньої структури управління в Міжрегіональній Асоціації «КЄ».

Список використаних джерел:

1. Мікула Н. А., *Єврорегіони: досвід та перспективи*. – Львів : ІРД НАН України, 2003. – 223 с.
2. Мікула Н. А., *Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: Монографія*. – Львів : ІРД НАН України, 2004. – 395 с.

3. Мікула Н. А. Транскордонне співробітництво в умовах інтеграційних процесів України: Автореф. дис ... д-ра екон. наук: 08.10.01 / Надія Анатоліївна Мікула . – Львів : Б.в., 2005. – 40 с.
4. Проблеми розвитку ТКС України в умовах розширеного ЄС: Монографія / За ред. д.е.н., проф. Н. Мікули, к.е.н., доц. В. Борщевського, к.е.н. Т. Васильціва. – Львів: Ліга Прес, 2009. – 436 с.
5. Карпатський регіон: актуальні проблеми та перспективи розвитку : монографія у 8 томах / НАН України. Інститут регіональних досліджень; наук. ред. В.С. Кравців. – Львів, 2013. – Том 8. Транскордонне співробітництво / відп. ред. Н. А. Мікула. – 2013. – 372 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»)
6. Єврорегіони як інноваційна форма розвитку транскордонного співробітництва України: аналітична доповідь / Національний інститут стратегічних досліджень – Львів, 2013 – 59 с.
7. Уровень зарплаты для иностранцев в Словакии в 2018 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emigranto.ru/evropa/slovakiya/zarplata-v-slovakii.html#i-2>
8. Fókuszban a megyék – 2018. I. Félév. Térségi összehasonlítás. Szabolcs-Szatmár-Bereg (SZ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/182/index.html>
9. Минимальная заработная плата в Польше в 2018 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vsetutpl.com/ru/mynymalnaya-zarabotnaya-plata-v-polshe-v-2018-godu>
10. Минимальная и средняя зарплата в Румынии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hochusvalit.com/rumuniya/zarplata-v-rumunii>
11. Головне управління статистики у Закарпатській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/zakrp/zakrp.html>
12. Головне управління статистики у Івано-Франківській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifstat.gov.ua/INDEX.HTM>
13. Головне управління статистики у Чернівецькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua/>
14. Головне управління статистики у Львівській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lv.ukrstat.gov.ua
15. Необхідно переозвучити Карпатський єврорегіон, – Клімкін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.censor.net.ua/n3037503>

УДК 656:332:338(477)

С.В. ІВАНОВ

доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент НАН України,

Н.В. ТРУШКІНА

кандидат економічних наук, член-кореспондент АЕН України,
старший науковий співробітник,
Інститут економіки промисловості НАН України,
м. Київ, Україна

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО СТВОРЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ В СЛОБОЖАНСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РАЙОНІ

Одним з динамічних і стрімких напрямів розвитку сучасних регіональних екосистем є транспортна логістика як ефективне джерело забезпечення конкурентних переваг. Це вимагає застосування нових інструментів підвищення конкурентоспроможності регіонів, серед яких кластерний підхід, суть якого полягає у

формуванні й розвитку логістичних кластерів шляхом консолідації зусиль держави, бізнесу, науки, освіти у пріоритетних сферах економічної діяльності. Актуальність цієї проблеми підтверджується науковими розробками провідних вчених [1-10]. Однак, незважаючи на таку пильну увагу до окресленої проблеми з боку науковців, доцільним є проведення подальших ґрунтовних наукових досліджень у даному напрямі.

Розглянемо передумови створення логістичного кластеру на прикладі Слобожанського економічного району, до складу якого входять Полтавська, Сумська і Харківська області. До таких передумов можна віднести вигідне географічне положення району, високий рівень промислового розвитку, розвинену мережу логістичної інфраструктури і транспортних комунікацій, зростання обсягів прямих інвестицій у сферу транспорту та складського господарства, значне збільшення обсягів капітальних інвестицій, позитивну динаміку вантажоперевезень залізничним й автомобільним транспортом.

За даними Державної служби статистики України, обсяг вантажоперевезень Південною залізницею зріс за 2000-2017 рр. на 61,3%, або з 19,1 до 30,8 млн т, а його частка в загальноукраїнському обсязі вантажоперевезень залізницями збільшилася на 4,6 відсоткових пункти, або з 6,5 до 11,1%. За цей період вантажообіг Південної залізниці зріс на 53,4%, або з 13,1 до 20,1 млрд ткм, а питома вага – на 2,9 в.п., або з 7,6 до 10,5% загальнодержавного вантажообігу залізничного транспорту загального користування.

Обсяги вантажоперевезення автомобільним транспортом у Слобожанському економічному районі збільшилися в 2017 р. порівняно з 2000 р. на 53% (з 142,5 до 218 млн т), що обумовлено зростанням автомобільних вантажоперевезень у Полтавській області на 81,5% (з 95,3 до 173 млн т) і Харківській області – на 16,5% (з 27,8 до 32,4 млн т). Частка вантажоперевезень автомобільним транспортом Слобожанського економічного району збільшилася з 15,2 до 19,4%, тобто на 4,2 відсоткових пункти в загальнодержавному обсязі.

За досліджуваний період спостерігалася тенденція зростання вантажообігу автомобільного транспорту району в 4 рази (з 1967,4 до 7798,1 млн ткм). Це відбулося в результаті збільшення вантажообігу автомобільного транспорту в Харківській області в 7,3 рази (з 611 до 4478,3 млн ткм), Полтавській – у 3 рази (з 866,2 до 2563 млн ткм) і Сумській – в 1,5 рази (з 490,2 до 756,8 млн ткм). Питома вага вантажообігу автомобільного транспорту в Слобожанському економічному районі зросла на 2,3 відсоткових пункти, або з 10,2 до 12,5% загальноукраїнського вантажообігу [11, с. 49, 54].

Отже, в Слобожанському економічному районі доцільно створити логістичний кластер як групу географічно сусідніх і взаємозалежних підприємств і пов'язаних з ними організацій, що характеризуються спільною діяльністю, взаємодоповнюють і підсилюють конкурентні переваги одна одної через синергетичний ефект. Це територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, наукових установ і вищих навчальних закладів, інституцій логістичної інфраструктури та органів влади з метою підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції, наданих послуг і сприяння сталого розвитку території району.

Створення й функціонування логістичного кластеру в Слобожанському економічному районі має ґрунтуватися на засадах Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», Державної стратегії регіонального розвитку України до 2020 року, Стратегій розвитку Полтавської, Харківської, Сумської областей на період до 2020 року в рамках Проекту Європейського Союзу «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні».

Учасниками логістичного кластеру можуть бути: регіональна філія «Південна залізниця» АТ «Укрзалізниця»; автотранспортні, промислові підприємства й експедиторські компанії; міжнародні аеропорти «Харків» і «Полтава»; митні органи; логістичні компанії, центри складського зберігання та консолідації вантажів; ремонтно-

сервісні підприємства; страхові, інвестиційні, фінансові компанії, банківські установи; інформаційно-консалтингові й юридичні компанії; органи державної влади та місцевого самоврядування; наукові установи; вищі навчальні заклади, навчальні центри із перепідготовки кадрів тощо.

При створенні логістичного кластеру в Слобожанському економічному районі слід враховувати такі аспекти:

- позиціонування району як комплексу міжнародного рівня з повним спектром логістичних послуг шляхом руху транзитних і регіональних потоків у структурі інтегрованої транспортно-логістичної системи України;
- включення знов створюваних та існуючих об'єктів транспортної й логістичної інфраструктури, що розміщуються в місцях поблизу залізничних, автомобільних та авіаційних транспортних комунікацій.

Формування логістичного кластеру має бути спрямоване на комплексний розвиток його інфраструктури, що полягає в:

- реконструкції та модернізації існуючих об'єктів залізничної, автомобільної, авіаційної інфраструктури;
- оптимізації розміщення пунктів митного оформлення і митних складів;
- будівництві великих розподільних центрів для створення сучасної системи зберігання та дистрибуції продукції;
- удосконаленні системи транспортних перевезень;
- застосуванні ефективних схем логістики з метою поліпшення обслуговування споживачів транспортно-логістичних послуг.

Ключовими принципами формування логістичного кластеру задля інтеграції в європейські та азійські економічні системи є: організація ринкової системи моніторингу й управління товаропотоками на міжнародному та регіональному рівнях; створення мережі логістичних центрів, які включають транспортні термінали, товаророзподільчі й торгівельні комплекси; розробка й реалізація єдиної інформаційної системи управління транспортними потоками у віртуальному просторі; забезпечення принципів доставки товару «від дверей до дверей», «у необхідне місце» і «точно в строк» на основі розвитку інтермодальних і комбінованих перевезень.

Реалізація вищеперелічених принципів дозволить знизити витрати на організацію логістичної діяльності за рахунок надання транспортних послуг за участю всіх видів транспорту (з урахуванням територіальних особливостей району) та будівництва термінальних комплексів, регіональних логістичних центрів із створенням структури нового типу логістичного оператора для обслуговування об'єктів транспортної інфраструктури.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств-учасників логістичного кластеру досягається через створення сприятливих умов задля зростання обсягів та якості наданих транспортно-логістичних послуг, що, в свою чергу, впливає на формування якісно нової моделі регіональної економіки.

Отже, поєднання сучасної кластерної політики, механізму інституційного забезпечення розвитку інтегрованої транспортно-логістичної системи і стратегій розумних спеціалізацій промисловості в умовах децентралізації дозволяє створити належні умови для формування логістичного кластеру як дієвої форми партнерства, зміцнити конкурентні переваги Слобожанського економічного району та підвищити економічну спроможність територіальних громад.

До складових синергетичного ефекту від створення логістичного кластеру можна віднести:

- підвищення рівня інвестиційної привабливості економічного району;
- збільшення надходжень до бюджету за рахунок економічного зростання територій;

- створення нових робочих місць і зростання рівня зайнятості – як показує передовий європейський досвід, у 33,3% компаній, що працюють у межах кластерів, спостерігається тенденція стабільного зростання рівня зайнятості [12];
- збільшення обсягів вантажоперевезень і вантажообігу;
- оптимізація переміщення логістичних потоків;
- зменшення транспортної складової у вартості послуг;
- зниження витрат на організацію логістичної діяльності;
- скорочення часу на виконання митних процедур при оформленні вантажів;
- забезпечення сприятливих інституційних умов функціонування ринку логістичних послуг;
- створення об'єктів необхідної логістичної інфраструктури (транспортної, торгівельної, сервісної тощо);
- удосконалення технології перевезень на основі формування сучасних логістичних центрів.

Список використаних джерел:

1. *Перебийніс В.І., Перебийніс О.В. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування: монографія. Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. 207 с.*
2. *Кислий В., Жарик Т. Розвиток транспортно-логістичних кластерів в Україні. Економіка України. 2010. №12. С. 28-37.*
3. *Смирнов І., Шматок О. Формування транспортно-логістичних кластерів у ЄС: український контекст. Вісник Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка. 2012. Вип. 60. С. 14-19.*
4. *Ніколаєв Ю.О. Структура транспортно-логістичного кластера та процес його формування. Вісник соціально-економічних досліджень. 2012. Вип. 1 (44). С. 345-350.*
5. *Попова Н.В. Кластеры как основа инновационного развития транспортно-логистической системы региона. Бизнес Информ. 2013. Вып. № 8. С. 63-67.*
6. *Кластери в економіці України: монографія / За наук. ред. М.П. Войнаренка. Хмельницький: ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. 1085 с.*
7. *Полякова О.М. Кластерний підхід до формування інтегрованої транспортно-логістичної системи. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. № 45. С. 239-244.*
8. *Ляшенко В.І., Котов Є.В. Україна XXI: неоіндустріальна держава або «крах проекту»? : монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті; Полтавський ун-т економіки і торгівлі. Київ, 2015. 196 с.*
9. *Іванов С.В. Транспортно-логістичні кластери в контексті розвитку транспортної системи України та окремо взятого економічного району. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1(51). С. 15-22.*
10. *Гриценко С.І. Формування парадигми соціально-економічного розвитку в контексті транспортно-логістичних кластерів. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2018. № 3. Т. 3. С. 178-182.*
11. *Транспорт і зв'язок України за 2017 рік: стат. збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 168 с.*
12. *Міністерство економічного розвитку і торгівлі України розпочало обговорення кластерної програми промислового розвитку. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail>.*

УДК 332.1

Є.П. КОСТИК

кандидат історичних наук,
доцент кафедри економіки,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНУ ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ (НА ПРИКЛАДІ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Економічні перетворення в Україні, які супроводжуються соціально-економічною та політично-законодавчою нестабільністю, нарощуванням кризових явищ, дисбалансом і диспропорціями в регіональному розвитку, вимагають розробки конкретних заходів у рамках реалізації соціально-економічних реформ розвитку регіонів. Одним із флагманів регіонального реформаторства – Київська область.

Слід підкреслити, що Київщина належить до столичного регіону, у центрі території якого знаходиться м. Київ – столиця України, потужний політичний, діловий, індустріальний, науково-технічний, транспортний та культурний центр країни, пов'язаний з областю тісними комерційними і соціальними зв'язками. Місце регіону в загальнодержавному територіальному поділі праці визначають його провідні галузі господарства – машинобудування, електроенергетика, легка промисловість, хімічна і нафтохімічна, харчова промисловість та агропромисловий комплекс. Крім цього, в області отримали розвиток деякі галузі лісової, деревообробної та целюлозно-паперової промисловості, промисловість будівельних матеріалів, борошномельно-круп'яна і комбікормова промисловість [1, с. 128].

У Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва Київської області до 2020р. зазначено, що у 2016 р. в області налічувалося 97889 суб'єктів малого та середнього підприємництва (17796 малих та середніх підприємств, 80093 фізичних осіб підприємців). При цьому нараховувалось 34 великі підприємства, що є одним із найвищих показників в Україні. На МСП регіону було зайнято 342,8 тис. осіб (77,1% усіх зайнятих на суб'єктах господарювання), а обсяг реалізованої продукції (товарів та послуг) досягнув 248,7 млрд. грн. (59,9% загального обсягу реалізованої продукції усіх суб'єктів господарювання). Такі цифри свідчать про те, що сектор МСП регіону відіграє суттєву роль в економіці Київщини, а тому потребує виваженої підтримки в рамках комплексної регіональної політики розвитку підприємництва [5, с. 7].

Для більшості малих та середніх підприємств Київської області основними видами економічної діяльності є торгівля, промисловість, сільське господарство та будівництво, на які в 2016 р. припадало відповідно 28%, 14,9%, 12,9% та 10,7% від їх загальної кількості. Сумарно ці сектори забезпечували 73,8% робочих місць та 88,6% обсягу реалізованої продукції малих та середніх підприємств. Водночас виділяється промисловість, на яку припадала третина зайнятих працівників та більше чверті реалізації продукції. Таким чином, Київщина є передусім промисловим регіоном, у якому збалансовано розвинені всі сектори економіки. За підсумками 2016 р., на Київщині в секторі МСП працювало 47,4% від загальної кількості зайнятих працездатного віку в регіоні. Порівняно з 2015 р. кількість зайнятих на суб'єктах МСП зросла на 4,7%. При цьому рівень безробіття серед економічно активного населення працездатного віку в 2016 р. становив 6,9%, що було одним із найнижчих показників серед усіх регіонів України. Це пояснюється насамперед тим, що Київ відіграє роль головного роботодавця регіону, що, з одного боку, зменшує соціально-економічну напруженість у регіоні, а з іншого – створює серйозні проблеми із забезпеченням області трудовими ресурсами належної кваліфікації.

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на малих і середніх підприємствах у 2017 р. досяг 248,9 млрд. грн. і, у порівнянні з 2016 р., зростання на 27,3 млрд. грн. (на 12,3 %). Частка малих і середніх підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) збільшилась з 57,1% (у 2016 р.) до 58,3 %.

Загальна сума податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів від діяльності малого і середнього підприємництва у 2017 р. склало 12438,5 млн. грн., що на 2402,3 млн. грн. або на 23,9% більше, ніж у 2016 р. Частка податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів від діяльності малого та середнього підприємництва в цілому по області становить 71,4% проти 66,6% у 2016 р. [3, с. 93].

У 2017 р. підприємствами та організаціями області з метою введення у дію нових та модернізації діючих виробничих потужностей підприємств, збільшення виробництва експортоорієнтованої та імпортозамінної продукції за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 33,2 млрд. капітальних інвестицій, що у порівнянних цінах на 2,4% менше, ніж у 2016 р. Зниження показника пов'язано, в основному, зі зменшенням загальної суми власних коштів підприємств, які спрямовується на інвестиційні потреби, у зв'язку з необхідністю перерозподілу чистого прибутку на збільшення преміального фонду. Це викликано необхідністю забезпечення збалансованого рівня оплати праці висококваліфікованих кадрів через зростання з 1 січня 2017 р. рівня мінімальної зарплати у 2 рази [3, с. 96].

На кінець 2017 р. у структурі капітальних інвестицій за джерелами фінансування найбільшу частку становлять власні кошти підприємств та організацій 20,8 млрд.грн.[2]. Завдяки проведеній роботі у напрямку залучення потенційних іноземних інвесторів до реалізації інвестиційних проектів обсяги прямих іноземних інвестицій, внесених в економіку області з початку інвестування, за підсумками 2017 р. в економіку Київської області іноземними інвесторами було вкладено 51,4 млн.дол. США, і на кінець 2017 р. загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку Київської області склав 1582,4 млн.дол. США., що на 5,3% більше, ніж на початку 2016 р.

У 2017 р. нарощування обсягів виробництва продемонстрували майже усі галузі промисловості, окрім галузей «Постачання електроенергії, газу, пари, кондиційованого повітря» та «Текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів». Зокрема, протягом поточного періоду збільшився випуск продукції підприємств з виробництва харчових продуктів і напоїв на 14,2%, основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів – на 11,3%, виробництва хімічних речовин і хімічної продукції – на 10,2%, виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції – на 8,4%, виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність – на 7,1%, з металургійного виробництва, виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування – на 10,8%, машинобудування – на 1,2 %.

За попередніми даними, обсяги реалізації промислової продукції у відпускних цінах підприємств у 2017 р. скли 88,2 млрд.грн. (у 2016 р. – 82,6 млрд. грн.). Індекс промислового виробництва у 2017 р. становить 107,8 %.

Споживчий ринок області у 2017 р. характеризувався високим рівнем насиченості товарів продовольчої і непродовольчої групи з переважанням продукції вітчизняних товаровиробників, широким спектром різноманітних послуг для населення, подальшим розвитком мережі об'єктів торгівлі та сфери послуг. Торговельне обслуговування населення здійснювали 10,5 тис. роздрібних підприємств та майже 4,0 тис. закладів дрібнороздрібної торгівлі, торговельна площа яких складає 913,4 тис.кв. метрів. За підсумками 2017 р. оборот роздрібної торгівлі становив 54,2 млрд.грн., що на 7,6% більше у порівнянні з 2016 р., тоді як індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту (у порівнянних цінах) у січні 2018 р. до січня 2017 р., склав 107% [4]. Приросту обороту роздрібної торгівлі досягнуто у 26 районах та містах обласного значення.

За даними Програма соціально-економічного та культурного розвитку Київської області на 2018 рік. основу товарної структури експорту області склали жири та олії тваринного або рослинного походження, продукти рослинного походження, готові харчові продукти, продукти тваринного походження, вироби з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів, машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання. Так, обсяг імпорту товарів у 2017 р. у порівнянні з 2016 р. збільшилося на 15,6% і становило 3412,0 млн. доларів США. Основну групу імпортованих товарів склали машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання склали, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, засоби наземного транспорту, крім залізничного, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, недорогоцінні метали та вироби з них, продукти рослинного походження, готові харчові продукти, продукти тваринного походження, мінеральні продукти [3, с. 116].

Виробництво валової продукції сільського господарства у 2017 р. в усіх категоріях господарств склало 14456,6 млн.грн., що на 9,0% менше (у постійних цінах 2010 р.) порівняно з 2016 р. Погодні умови, які склалися 2017 р. істотно вплинули на збиральні роботи та врожайність сільськогосподарських культур, спека, мала кількість опадів та різкі перепади температури весною, через це валовий збір зернових та зернобобових культур в усіх категоріях господарств зменшиться на 19,3%, цукрових буряків – 9,0%, картоплі – 21,5%, овочів – 43,0 %. У 2017 р. в галузі тваринництва спостерігається незначне збільшення по всіх категоріях господарств виробництва м'яса на 0,3%, молока – на 0,1%, яєць – на 3,7%, поголів'я великої рогатої худоби – на 5,6%, свиней – на 3,4%, птиці – на 5,4 %.

Сільське господарство Київщини за обсягом освоєних капітальних інвестицій зайняло 3 місце після будівництва та інфраструктури постачання енергоносіїв. У товарній структурі експорту товарів в області домінуючою залишається частка продовольчих товарів.

Висновки. Отже, головними напрямками розвитку Київської області, на подальшу перспективу повинно стати формування соціально-орієнтованої ринкової економіки, перехід на інноваційний шлях розвитку на основі раціонального використання інтелектуального потенціалу та залучення інвестиційних ресурсів, збільшення ефективності традиційних галузей господарства, розвиток енергетичної, транспортної, телекомунікаційної, соціальної інфраструктурних мереж, посилення інтегрованості внутрішнього ринку. Відчутно простежується прагнення області до «самодостатності», проте ця мета досягається за рахунок посилення конкуренції між регіонами, а відтак є потреба у виробленні інструментарію для відновлення мультиплікативного ефекту від співпраці і кооперації всередині країни. Реалізація цих напрямів сприятиме суспільному піднесенню Київської області, підвищенню її конкурентоспроможності як особливого суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Костик Є.П. Економічна безпека Київської області, шляхи та перспективи розвитку // *Економічний вісник університету: Зб. наук. праць учених та аспірантів. Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2012. Вип. 18/1. С. 127-132.*

2. Головне управління статистики в Київській області. URL: oblstat.kiev.ukrstat.gov.ua/content (дата звернення: 09.02.18).

3. Програма соціально-економічного та культурного розвитку Київської області на 2018 рік. URL: <http://koda.gov.ua/normdoc/pro-skhvalennya-proektu-programi-socia-5/> (дата звернення: 10.02.18).

4. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 07.02.18).

5. *Стратегія розвитку малого та середнього підприємництва Київської області до 2020 р.* URL: docs.wixstatic.com/ugd/8400c6_8a4a2f8f33ab43b09413209fb1906961.pdf (дата звернення: 17.02.18).

УДК 352.07:342.722.03

Т.П. КУЛИК

асистент кафедри теорії економіки і управління,
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу,
м. Івано-Франківськ, Україна

УЧАСТЬ ГРОМАДСЬКОСТІ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

Можливість активної участі мешканців у процесі прийняття рішень щодо майбутнього розвитку громади є проявом демократизації суспільного життя. Системні зміни в Україні, пов'язані із впровадженням територіально-адміністративної реформи, призвели до формування абсолютно нової форми територіального самоврядування, як одного з основних елементів демократичної держави. Створені об'єднані територіальні громади (ОТГ), шляхом прийняття консолідованого рішення жителями громади, обрані ними місцеві органи влади дозволили реалізувати основну функцію самоврядування - наближення влади до громади. За короткий період діяльність новоутворених самоврядних територіальних одиниць - об'єднаних територіальних громад, підтверджує, що передача влади на найнижчий рівень була дуже правильним кроком. Швидкий розвиток громад є помітним, як в господарській, економічній, так і в соціальній сферах.

Світовий досвід свідчить, що самоврядування, яке опирається на широку громадську підтримку, має більше шансів на ефективне втілення рішень задля розвитку громади, ніж влада, яка має значну громадську опозицію і її дії невідомі громаді. Більшість рішень органів влади стосуються населення, створення умов для якісного життя. Якщо люди знають про ці рішення та вважають, що вони також брали участь в їхній розробці, вони скоріше за все будуть підтримувати владу та долучатись до реалізації рішень. Територіальна громада має відігравати дуже важливу роль у підготовці управлінських рішень та контролю за ними [1, 41].

У багатьох ОТГ існує механізм зміцнення зв'язків між громадою та місцевим органом влади – виконавчим апаратом ради, який управляє муніципальною структурою і чия соціальна підтримка дуже потрібна для виконання основних завдань, що стоять перед цим підрозділом. Створення умов для посилення участі громадськості у рішеннях, що приймаються муніципальними органами влади, полягає в створенні механізмів двостороннього спілкування між муніципалітетом та його мешканцями. Це проявляється у взаємному обміні інформацією між радою та місцевою громадою. Влада повинна широко інформувати громадськість про свою діяльність, а також створити умови для ефективного отримання інформації від громадськості щодо, наприклад, реалізованих інвестицій, загальної політики розвитку громади, сприйняття стратегічних напрямків та висловлення власних потреб і поглядів. Об'єднана громада реалізує свої функції, якщо вона забезпечує своїм жителям можливість спільного вирішення питань - брати участь у процесах прийняття рішень щодо розвитку своєї громади.

Коли громадяни беруть участь у вирішенні проблеми і в процесі ухвалення рішення, то вони стають співучасниками вирішення проблеми, що існує в їхній громаді. У такому разі набагато менш імовірно, що ці громадяни виступлять проти прийнятого рішення. Та й самі рішення, прийняті місцевою владою, скоріш за все, будуть більш

ефективними. Все це надзвичайно важливо для успішної розробки і реалізації стратегічного плану розвитку об'єднаної територіальної громади.

Громадська участь у стратегічному плануванні – це окремий випадок громадської участі в прийнятті владних рішень, що розуміється як безперервний процес взаємодії між громадськістю і органами влади, відповідальними за підготовку, ухвалення і виконання рішень. [2, 53]

Аналіз досвіду українських територіальних громад дозволяє стверджувати, що стратегії стали легітимним і розповсюдженим засобом визначення найбільш актуальних проблем розвитку самоврядних територій та обґрунтування механізмів вирішення цих проблем. Найбільш значним результатом розроблення цих документів є те, що в процесі їх складання реально налагоджується дієве міжсекторне співробітництво, зміцнюється місцеве самоврядування, стимулюється становлення членів територіальної громади як соціально та економічно активних суб'єктів розвитку громади. [3, 150]

Участь громадськості може бути визначена як участь, яка включає процес, в якому дві або більше груп співпрацюють у підготовці планів, реалізації намірів і прийнятті рішень. Що стосується муніципалітетів, це проявляється у висловленні думок, поглядах щодо дій, що здійснюються муніципальними органами влади, через інститути референдуму, громадські слухання та зустрічі з мешканцями, на яких обговорюються поточні проблеми. Ця тенденція включає публічні консультації щодо стратегій розвитку. Опитування є одним із інструментів для вивчення потреб та поглядів мешканців. Участь громад є неодмінним фактором для реалізації завдань муніципалітетів, пов'язаних з інвестиціями, спрямованими на поліпшення умов життя. Ми маємо на увазі, наприклад, будівництво каналізаційних систем, гідротехнічних споруд, очисних споруд тощо.

Стратегії місцевого розвитку є особливою формою планування розвитку. Найважливішим елементом планування тут є не план, а процес планування, незалежно від того, чи ми дивимося на планування з точки зору екології, ми будемо ставитися до муніципалітету як до конкретної компанії, яка прагне отримати прибуток і залишитися на ринку або з точки зору ідеалів демократії, які функціонують в сучасному світі, місцева спільнота буде пріоритетом всюди: її усвідомлення, сприйняття та діяльність.

Стратегія місцевого розвитку повинна стати публічною подією в житті громади. Щоб приєднатися до спільноти, ви повинні знати, що ця дуже важлива подія не може відбутися в конфіденційності офісів, крім того, щоб уникнути чуток, таким чином, інформуючи про факт створення стратегії, як події, що означає щось дуже важливе, полегшить сприйняття і залучить людей. Це також сформує надію на поліпшення існуючого, часто низького рівня життя мешканців.

Методологія розробки стратегії розвитку, що базується на широкій участі громадськості у визначенні бачення розвитку громади, встановлення пріоритетних напрямів розвитку, визначення стратегічних та оперативних цілей, а також формулювання та реалізації проектів, викликає значне збільшення активності мешканців, що виражається в:

- участі у процесі стратегічного планування;
- діяльності на користь об'єднаної громади;
- підвищенні почуття місцевої ідентичності мешканців.

Дуже часто залучення громадян до стратегічного планування стає ефективним методом знаходження і використання додаткових місцевих ресурсів. Одночасно самі жителі є важливою складовою місцевих ресурсів. Часто територіальні громади мають висококваліфікованих фахівців, експертів, які будуть згодні допомогти місцевій владі, якщо це покращить життя громади. Творчий потенціал посилюється за рахунок безлічі ідей, що висловлюють люди з різною освітою, досвідом, навичками і здібностями. Можливості вирішення проблеми зростають, коли люди працюють разом як команда, а не

поодинці. Багато методів залучення громадян дають змогу місцевим органам влади здобути додаткові ресурси та ефективніше використовувати наявні.

Під час реалізації різних спільних проєктів, розроблених в процесі стратегічного планування, мешканці громад набувають кращого розуміння публічної сфери діяльності і також братимуть активну участь у діяльності громади.

Дана методологія розробки стратегії місцевого розвитку відноситься до тристоронньої участі суб'єктів господарювання в процесі здійснення діяльності. З одного боку, це органи місцевого самоврядування та зовнішні консультанти, а з іншого - жителі певної місцевої громади, які мають значну частку у процесі планування. Однак слід згадати й інший метод стратегічного планування, де не передбачена участь зовнішніх експертів, а саме метод спільного планування. Він відрізняється від планування із залученням експертів у визначенні напрямків розвитку, де цьому процесу надається пріоритет жителям. Проте, важко здійснити процес стратегічного планування в громаді, використовуючи метод спільного планування, оскільки умовою успіху цього методу є участь громадськості. Він потребує від неї готовності формулювати цілі і шукати шляхи їх досягнення. У минулому люди звикли до того, що їхня ініціатива є непотрібною і що все повинно забезпечувати всесильна влада. Але процеси децентралізації влади і проведення територіально-адміністративної реформи впливають на зміну ментальності, і без активної участі громадськості у всіх процесах, в т.ч. і в стратегічному плануванні забезпечити розвиток громад буде складно.

Соціалізація стратегії, тобто участь громадськості у розробці, є запорукою її успіху. Однією з цілей процесу соціалізації є здобуття переконання людей, що це їхня концепція майбутнього (реалізація їх цінностей). Мова йде не про маніпулювання та представлення бачення як узгодженого з переконаннями людей, а про розвиток такого бачення самостійно. Реалізація стратегії - це реалізація потреб місцевої громади. Завдяки цьому люди, зацікавлені в її успіху, також будуть активними її творцями та виконавцями, принаймні суб'єктивно.

Безперечною перевагою стратегічного планування розвитку громад, є участь в цьому процесі представників місцевої громади. Завдяки цьому, громада інтегрована і відчуває спільну участь і спільне вирішення питань, важливих для спільноти. Крім того, є шанс примирити інтереси різних груп та інтегрувати місцеве середовище навколо більш глобальних цілей, ніж проблеми поточного життя, і цей ефект роботи над стратегією, безсумнівно, є дуже цінним.

Список використаних джерел:

1. Ільків Н. Рада та громада або як залучати громадян до місцевого самоврядування. Посібник для працівників органів місцевого самоврядування / Н. Ільків, О. Карий, О. Кушнарєнко та ін. – Київ: Академпрес, 2003. – 132 с.
2. Управління розвитком об'єднаних територіальних громад на засадах громадської участі: навч. посіб. / [О. В. Берданова, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, В. С. Колтун, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук] – К. : – 2017. – 129 с.
3. Розробка та реалізація Стратегій розвитку територіальних громад: вітчизняний досвід / За ред. С. Максименка та ін.; [Київ. Центр Ін-ту Схід- Захід]. – Київ: Вид-во «Дата Банк Україна», 2002. – 232 с.
4. Місцеві ініціативи та залучення громадськості до здійснення місцевого самоврядування. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / Карий О.І., Панас Я.В./ Асоціація міст України – К., ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 176 с.

УДК 351.82

Т.В. КУЧІНКА
кандидат економічних наук,
фахівець I категорії,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ІНСТИТУЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НА РІВНІ РЕГІОНУ

Регіональне управління вимагає формування належного інституційного механізму, який включав би різні за природою елементи, що забезпечать ефективну діяльність державно-управлінської системи. Інституційний механізм регіонального управління передбачає, з одного боку, використання потенційних можливостей всіх існуючих елементів апарату держави (парламенту, Глави держави, уряду, регіональних представницьких і виконавчих органів тощо), а з другого - створення спеціальних органів загальнодержавного та субнаціонального рівня чи відповідних структурних підрозділів вже існуючих органів. Крім того, у демократичних суспільствах питання регіонального розвитку не розглядаються як питання тільки державних органів, а до них широко залучаються структури громадянського суспільства [1, с. 66].

Теоретико-методологічні підходи до аналізу регіонального управління та організаційно-правових засад діяльності інституцій регіонального розвитку розкриваються в працях вітчизняних дослідників, а саме: З. Балабаєвої, В. Вакуленка, О. Васильєвої, З. Варналія, М. Долішнього, І. Грицяка, М. Дацишина, В. Керецмана, М. Лендєл, С. Романюка, В. Рубцова, С. Саханенка, Е. Топалової та ін. Питанням ролі агентств регіонального розвитку в становленні системи демократичного врядування присвячено наукові праці зарубіжних учених С. Сетнікар-Канкера, Ж. Немека, В. Мікутовскі, Л. Козмінскі, М. Денсона, Х. Халькієра, Ч. Дамборга, Д. Робсона, Дж. Пека, А. Холдена та ін.

Інституційний розвиток на рівні регіону постає як системний розвиток організаційних структур публічної влади, оновлення форм і методів діяльності, механізмів та засобів взаємодії на регіональному рівні.

З метою поглиблення взаємодії органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування на основі поєднання загальнодержавних та місцевих інтересів із забезпечення ефективного розвитку регіонів Кабінет Міністрів України утворив постійно діючий консультативно-дорадчий орган – Раду з питань регіонального розвитку та місцевого самоврядування [2].

Основними завданнями Ради з питань регіонального розвитку та місцевого самоврядування є проведення аналізу державної регіональної політики, зокрема щодо розвитку місцевого самоврядування, пошук ефективних шляхів її вдосконалення; напрацювання спільних планів дій центральних, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з метою забезпечення збалансованого розвитку регіонів; підготовка пропозицій щодо:

- удосконалення законодавства з питань регіонального розвитку, місцевого самоврядування, адміністративно-територіального устрою держави;
- фінансового, матеріально-технічного, науково-методичного, кадрового забезпечення діяльності органів місцевого самоврядування;
- сприяння координації діяльності центральних та місцевих органів виконавчої влади з метою підтримки органів місцевого самоврядування у здійсненні власних та делегованих повноважень;
- забезпечення взаємодії органів виконавчої влади з органами місцевого самоврядування, їх асоціаціями, іншими об'єднаннями та громадськими організаціями.

Обласні ради, міські ради відповідають за визначення основних пріоритетів стратегії з урахуванням норм, закладених у Державній стратегії регіонального розвитку; затверджують офіційний статус регіональної стратегії [3].

Обласні державні адміністрації, міські державні адміністрації розробляють план заходів щодо реалізації стратегії; щорічні програми соціально-економічного розвитку регіону; цільові регіональні програми.

Агентства регіонального розвитку – неприбуткові організації, що діють на засадах партнерства між державним, приватним та громадським секторами, керуються принципами демократії, політичного плюралізму, верховенства права, дотримання міжнародних норм і стандартів у сприянні регіональному розвитку, забезпечують тісну взаємодію з органами державної влади, місцевим та регіональним самоврядуванням, політичними та громадськими структурами, координують свою діяльність і рух фінансових ресурсів у процесі реалізації проектів регіонального розвитку узгоджених з органами державної та місцевої влади, органами місцевого самоврядування зберігаючи при цьому автономію у прийнятті рішень.

Фонди розвитку регіонів є цільовими складовими спеціальних фондів регіональних бюджетів. Порядок формування та використання коштів таких фондів визначаються обласними радами та відповідають за забезпечення комплексних фінансових заходів на регіональному рівні щодо підтримки збалансованого економічного, соціального та екологічно безпечного розвитку. Діяльність фондів узгоджується з діяльністю інститутів, відповідальних за реалізацію стратегії.

Регіональні центри інноваційного розвитку є державними інститутами, що відповідають за інформаційно-аналітичну, методичну, організаційну підтримку інноваційно-інвестиційного розвитку регіонів.

Органи місцевого самоврядування, територіальні громади беруть участь у реалізації стратегії відповідно до своїх повноважень і взаємодіючи у встановленому порядку з органами державної влади, підприємствами, установами та організаціями. Інститут дієдатних територіальних громад, ініціатива місцевих мешканців в облаштуванні місцевої території; зацікавленість у створенні комфортного та безпечного життєвого середовища на території регіону – усе це формує добробут регіону, зокрема, і держави в цілому. Відповідальність членів громади за якісну повсякденну роботу, пов'язану з реалізацією стратегії, відмова від очікувань державної допомоги; розрахунок на власні сили, ресурси, задіяння місцевої ініціативи та підприємницьких здібностей мешканців громади, активізація місцевого самоврядування – головні умови успішної реалізації стратегії. Реальна дієдатність територіальних громад та органів місцевого самоврядування, їх спроможність самостійно й у повному обсязі вирішувати нагальні питання місцевого значення на власній, достатній матеріально-фінансовій та ресурсній базі є запорукою побудови громадянського суспільства, формування засад соціально орієнтованої ринкової економіки, підвищення якості життя всіх мешканців регіону [3].

Отже, необхідною умовою інституційного забезпечення реалізації державної регіональної політики є перебудова регіонального управління у напрямі розширення прав і самостійності регіонів щодо вирішення багатьох питань економічного й соціального характеру.

Регіональна ланка управління має забезпечувати створення належних умов для проживання населення, ефективного використання територіальних ресурсів, розвитку взаємовигідних міжрегіональних економічних відносин. Проведення дієвої регіональної політики на основі ринкових економічних механізмів вимагає подальшого вдосконалення нормативно-правових та інституційних засад.

Список використаних джерел:

1. Гонцяж Я. Інституційні механізми регіонального розвитку в Україні : шлях до майбутнього / Я. Гонцяж , Н. Гнидюк / Зб. наук. праць УАДУ. - К.: УАДУ, 2000. - Вип. 2. - Ч. 1. - С. 66-73.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 2 квіт. 2009 р. № 309 “Про утворення Ради з питань регіонального розвитку та місцевого самоврядування”. – Режим доступу : <http://zakonrada.gov.ua>
3. Регіональне управління: підручник / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, В. М. Вакулєнка, М. К. Орлатого. – К.: НАДУ, 2014. – 512 с.

УДК 338.48:004(477.8)

О.В. МАКСЮТОВА

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Проскура В.Ф.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

НОВІ ПІДХОДИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

Однією з важливих функцій, яку виконують підприємства, що належать до інфраструктури туристичного ринку, є організація процесу доведення туристичного продукту до споживача (туриста). Окрім загальноприйнятих постачальників туристичних послуг (готельні комплекси, транспортно-логістичні компанії та ін.), що взаємодіють із клієнтами через посередників: туроператорів, турагентства, цифрові мережі бронювання, на даний час з'явилися і нові, а саме віртуальні посередники – сайти готелів, авіакомпаній, туристських фірм. Вони дають можливість безпосередньо самому туристу (без участі туристичних фірм) не тільки отримувати інформацію, але і замовляти послуги будь-якого характеру та у різній комбінації виробників і посередників.

Суттєві зміни за останні роки відбулися також в індустрії індивідуального туризму. Кількість туристів, які подорожують самостійно з туристичною метою, зростає набагато повільніше, ніж кількість туристів, які користуються груповими турами. Звичайно, туристи, які планують свій відпочинок індивідуально, мають деякі переваги, однак реалізувати такі подорожі на практиці виявляється досить складно так як висока вартість індивідуальних турів робить їх недосяжними для переважної більшості наших співвітчизників. Сучасні готелі, як правило, виконують функції бронювання місць, реєстрації та розміщення клієнтів, організації прийому та від'їзду, в той час, як туроператор залишає за собою право формування туристичного продукту, оформлення туристичного пакету, бронювання послуг, їх підтвердження та оформлення, а також безпосередньо продаж туристичного продукту, що й призводить до суттєвого удорожчання вартості індивідуальної подорожі.

Аналіз результатів діяльності туристичних фірм регіону вказує на необхідність розробки єдиної інформаційної туристичної платформи, яка дасть змогу використовувати сучасні ІТ технології для ознайомлення потенційних туристів з інформацією не лише про відомі та розрекламовані туристичні об'єкти, а і про новостворені, що в результаті буде мати сприятливий вплив на зростання обсягів туристичних потоків у регіони. Це, у свою чергу, прискорить динаміку розвитку туристичного бізнесу та суттєво збільшить прибуток туристичних підприємств, а відповідно і надходження до бюджетів різних рівнів.

На даний момент часу створення й запровадження у практику єдиної регіональної інформаційної туристичної платформи, яка буде включати систему туристичної навігації,

інформацію про туристичні ресурси, автоматизовану систему бронювання готельних місць, авіаквитків, оренди транспорту є надзвичайно актуальним, так як безпосередньо підвищує якість уже наявного туристичного продукту, а тому є одним з пріоритетних напрямків розвитку туристичної галузі як у державі, так і у регіоні зокрема.

Таким чином, використання єдиної інформаційної туристичної платформи дасть можливість виявити і частково ліквідувати інформаційний вакуум який спостерігається у регіональній індустрії туризму, забезпечити оперативність вирішення питань, пов'язаних з підвищенням рівня туристичного обслуговування, а також буде сприяти розширенню асортименту та покращенню задоволення попиту на туристичні послуги в регіоні.

УДК 330.332.12

Г.М. МЕЛЬНИЧЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
Науково-дослідний інститут ДП «Каталіз і екологія»
Інституту фізичної хімії ім. Л.В. Писаржевського НАН України,
м. Київ, Україна,

В.В. ГОНЧАРУК

здобувач,
Полтавський університет економіки і торгівлі,
м. Полтава, Україна,

К. ЛАГЛЕР

керівник департаменту бізнес-консультування,
Targit GmbH Österreich,
Wien, Österreich

ПЕРЕДУМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ: ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

На сучасному етапі розвитку регіональної економіки важливим є створення передумов для підвищення інвестиційної привабливості регіонів в умовах становлення інноваційної економіки, відмітною і характерною рисою якої є використання творчих здібностей людини в якості пріоритетного джерела забезпечення поступального розвитку. Тому, науковий і практичний інтерес представляє дослідження регіональної господарської системи як сукупності економічних агентів, які взаємодіють з метою створення регіонального валового продукту та умов для розвитку, що і визначило актуальність даного дослідження.

Регіональна господарська система, як соціально-економічної система, базується на теоретичній передумові, що вона «призначена для переробки речовини, енергії, інформації і знань в споживчу вартість або забезпечує сприятливі умови для цього». Подібна інтерпретація в повній мірі відповідає інформаційному підходу до розуміння системи, який отримав активний розвиток при становленні інформаційної економіки – головної передумови інноваційного розвитку. Саме економічні агенти здійснюють інвестиційну діяльність. Активізація інвестиційної діяльності залежить від багатьох факторів, в тому числі від роботи, пов'язаної з підвищенням інвестиційної привабливості, якість і результативність якої визначаються ефективністю дій, як підприємницького сектора регіону, так і органів регіональної влади.

На даний період головним завданням регіональної господарської системи є розвиток тільки тих виробництв, на яких спеціалізується регіональна економіка під впливом наявного потенціалу (трудового, природного), транспортних можливостей, розвиненості інфраструктури та інших умов. Як наслідок, більшість регіонів країни відзначаються нерозвиненістю соціальної сфери, низькою інноваційною активністю, зростанням міграції кваліфікованих кадрів в більш успішні райони. Така несприятлива

соціально-економічна ситуація в одних регіонах і розвиненість інших зумовлюють диференціацію суб'єктів, що підсилюється і в даний час. Цьому сприяють тенденції, характерні для всієї країни: порушення цілісності економічного простору; недолік як регіональних, так і державних програм з питань соціального захисту населення; відсутність інноваційного середовища; недостатня активність інвестиційної діяльності. У зв'язку з цим, виникає необхідність проведення уточнення основ регіональної господарської системи, що досить актуально в умовах становлення інноваційної економіки, головним чинником якої виступають нематеріальні ресурси [1].

Розкриття поняття «регіональна господарська система» передбачає, перш за все, розгляд її функцій. Під «функцією» мають на увазі, по-перше, «роль, яку певний соціальний інститут виконує щодо потреб суспільної системи більш високого рівня організації або інтересів складових її класів, соціальних груп та індивідів»; по-друге, «функція» означає також дії певної системи щодо функціонування і розвитку самої себе. Слідуючи даними визначень, функція видозмінює систему, в межах якої вона реалізується.

Важливо, що до регіональної господарської системи функцією є її призначення по відношенню до елементів і підсистем, що становлять регіональний господарський комплекс, а також по іншим суб'єктам регіональної і національної економіки в цілому. Причому для всієї цієї системи властива така взаємозалежність, при якій зміни на одному рівні є похідними (функціями) від зміни в інший.

Таким чином, функції, що визначають сутність регіональної господарської системи досить повно описуються в термінах інтрафункцій й інфрафункцій. На рис. 1 представлені інтрафункції, що характеризують призначення регіональної господарської системи по відношенню до її економічних агентів - суб'єктів і об'єктів регіонального господарського комплексу, а інфрафункції – соціально-економічні процеси і явища, на які впливає регіональна господарська система.

Серед функцій регіональної господарської системи було використано ті, які спрямовані на її розвиток за інноваційним сценарієм на основі активізації використання нематеріальних ресурсів в умовах ринкових відносин. До них слід віднести наступні функції: формування і розвиток на основі кластерного підходу регіонального господарського комплексу, підвищення інвестиційної привабливості, перетворення регіону в центр забезпечення інноваційного розвитку. Функція формування і розвитку регіонального господарського комплексу на основі кластерного підходу полягає у відтворенні матеріальних і нематеріальних умов життєзабезпечення на території конкретного суб'єкта. Функція підвищення інвестиційної привабливості орієнтована на створення комфортних умов, а також на основі активізації інноваційного процесу створення нових технологій, товарів і послуг [2].

Регіональна функція перетворення в центр забезпечення інноваційного розвитку національної економіки полягає в формуванні необхідних умов та інфраструктури для розвитку людського потенціалу.

Виявлені функції регіональної господарської системи, що відображають її призначення і враховують специфіку історичного періоду, а також досягнення в розвитку теорій пізнання дійсності, дозволяють сформулювати визначення поняття «регіональна господарська система». Під нею слід розуміти територіальне утворення, що має чітко окреслені адміністративні кордони, яка володіє унікальними властивостями, умовами, матеріальними і нематеріальними ресурсами, в межах яких відтворюються соціально-економічні відносини, спрямовані на створення сприятливих умов життя населення [3, с. 154].

Також, слід виділити основні фактори, що визначають ступінь ефективності розвитку регіональної господарської системи, а саме: 1) стратегічна орієнтація регіону; 2) рівень кваліфікації працюючого населення і ступінь забезпеченості трудовими ресурсами,

а також співробітників регіональних органів влади; 3) унікальність регіонів, що мають цінність в масштабах країни і на світовому рівні; 4) ступінь забезпеченості регіону фінансовими, матеріальними і нематеріальними ресурсами; 5) геополітичне розташування регіону; 6) соціально-економічна стабільність в регіоні; 7) національні й етнографічні особливості.

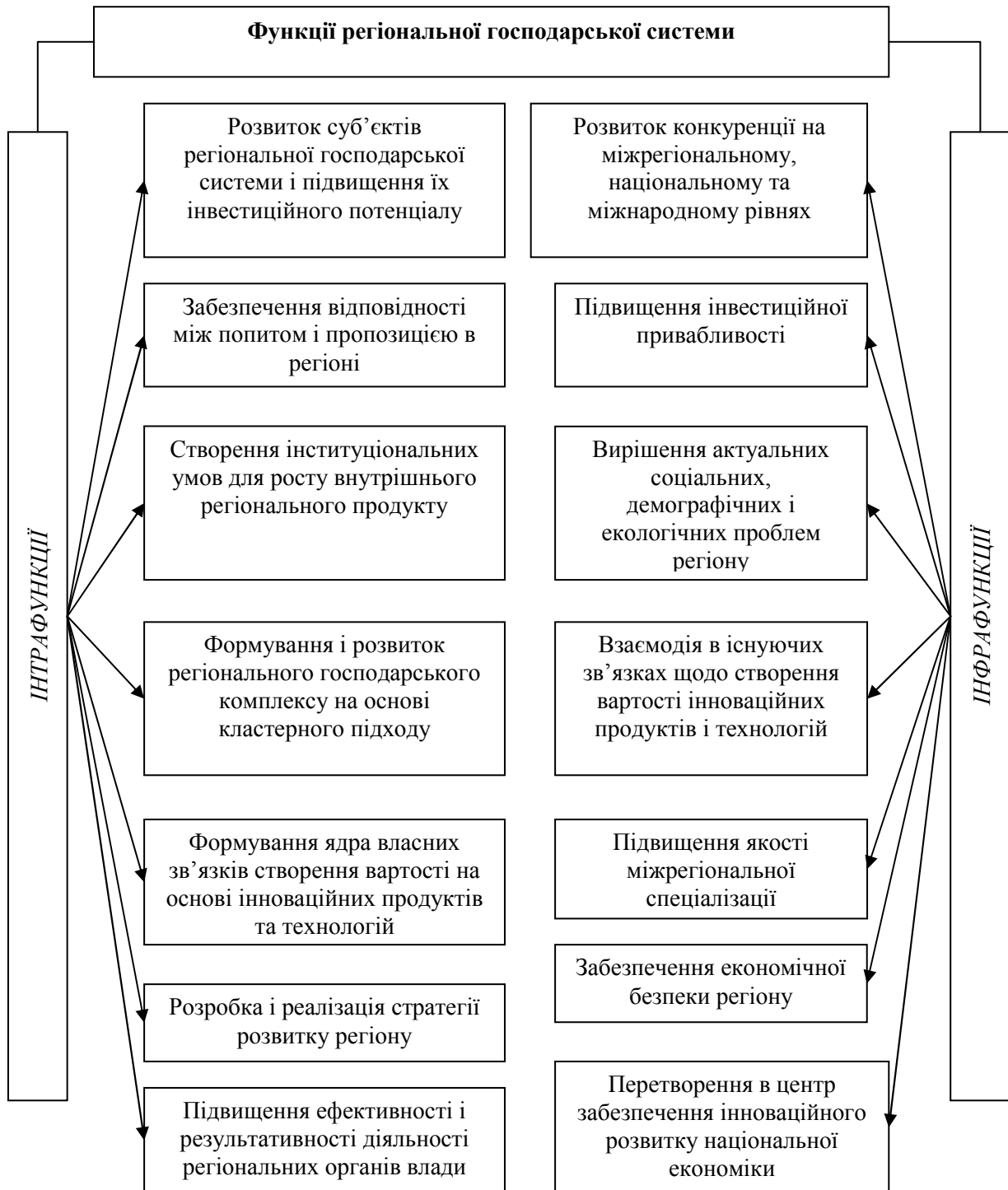


Рис. 1 Функції регіональної господарської системи: інтрафункції та інфрафункції

Отже, актуальною для всіх вітчизняних регіонів є стратегічна орієнтація, заснована на інвестиційно-інноваційному сценарії розвитку, але їх готовність до неї відрізняється. Наведені фактори визначають ефективність виконання функцій системи регіонального

управління та забезпечують нормальне відтворення в регіональній господарській системі необхідних ресурсів. Використання територіального підходу дає можливість визначити склад необхідних умов для розвитку регіональної господарської системи. Інформаційний підхід вимагає виділення нематеріальних ресурсів регіональної господарської системи в окрему підсистему, оскільки інформація поряд з матеріальними ресурсами (природними, виробничими та ін.) перетворилася на визначальний фактор її розвитку.

Список використаних джерел:

1. Гранберг А.Г. *Основы региональной экономики / А.Г. Гранберг.* – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. – 495с.
2. Долишній М. І. *Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети: [монографія] / М. І. Долишній; Національна Академія Наук України, Інститут регіональних досліджень.* – К.: Наукова думка, 2006. – 512 с.
3. Дармограй В.І. *Відтворювальний підхід до управління регіональними господарськими процесами в період ринкових трансформацій /В.І. Дармограй, Ю.Ф. Черник // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* – Черкаси: ЧДТУ, 2013. – Вип. 33. – Ч. III. – С. 153-157.

УДК 332.12

С.І. МИКУЛАНИНЕЦЬ

кандидат економічних наук,
асистент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗІТКОМ РЕГІОНУ

Нестабільність процесу структурної перебудови економіки країни особливо гостро проявляється на регіональному рівні, зумовлюючи виснаження природних, економічних та соціальних ресурсів окремих територій та виникнення диспропорцій у розвитку регіонів. Практично реалізувати принципи сталого розвитку регіонів можливо за рахунок удосконалення наявних механізмів державної політики розвитку регіонів з використанням інноваційних методів управління.

Регіон є комплексною категорією та об'єктом вивчення різних наук. Залежно від напрямку та цілей досліджень науковці при визначенні даного поняття акцентують увагу на тих чи інших аспектах і характеристиках об'єкта дослідження.

Рівень регіонального розвитку досліджується в трьох аспектах життєдіяльності людей: економічний, соціальний та екологічний. Економічний рівень регіонального розвитку характеризує приріст таких показників: валовий внутрішній продукт, прибуток та величина дохідної частини регіонального бюджету. Соціальний аспект залежить від рівня матеріального забезпечення та якості життя населення. Екологічний аспект залежить від рівня забрудненості навколишнього середовища, стану здоров'я та тривалості життя населення.

Розвиток регіону базується на економічному, соціальному та екологічному аспектах розвитку певних територій і розміщених там населених пунктів, та досягається за рахунок ефективного використання й відтворення наявних ресурсів. Сталий розвиток регіону можливий через забезпечення таких умов як: задоволення споживчих і духовних потреб громадян та підвищення рівня і якості життя населення; забезпечення раціонального й екологічно безпечного використання природних ресурсів в процесі господарської діяльності; захист навколишнього середовища.

Негативні явища та процеси, що порушують екологічну рівновагу та якість навколишнього середовища, переважно виникають на рівні регіону, саме тому вирішення проблем охорони навколишнього середовища та ефективного використання природних ресурсів необхідно вирішувати за рахунок використання інноваційних заходів по збереженню та відтворенню ресурсного потенціалу регіону.

Оптимальне використання регіонального потенціалу ґрунтується на застосуванні потокового процесу. Перевагою застосування потокового процесу використання ресурсів на рівні регіону є узгодженість соціальних, екологічних та економічних протиріч і побудова моделі всебічного розвитку регіону. Дана модель повинна ґрунтуватися на всебічному дослідженні змісту та характеру потоків, які виникають під час взаємодії економічних, соціальних та екологічних факторів.

Кожен регіон як об'єкт логістичного управління володіє системою унікальних характеристик, зв'язків та процесів, що зумовлює складність застосування логістичного підходу та формування комплексної системи управління. Застосування логістичного підходу в управлінні регіоном забезпечує визначення конкурентних переваг регіону за рахунок ефективного і раціонального використання територіального потенціалу регіону та оптимізації потокових процесів через застосування логістичних інструментів. Важливим аспектом регіонального управління є запровадження інструментів логістичного менеджменту, орієнтованого на ефективне управління потоковими процесами з метою досягнення пріоритетних завдань регіонального розвитку.

Використання логістичного підходу в регулюванні процесів використання ресурсів на рівні регіону дає можливість сформулювати ефективний підхід до управління з метою забезпечення сталого розвитку регіону шляхом повноцінного задоволення потреб населення у товарах та послугах відповідної якості та кількості за умови збереження навколишнього середовища та мінімізації суспільних витрат.

Застосування логістичних принципів в економічних відносинах на рівні регіону дає можливість інноваційно підійти до вирішення таких завдань регіонального управління: формування стратегії оптимізації структурних пропорцій та матеріальних потоків суспільного виробництва; взаємоузгодження сервісного, фінансового та інформаційного потоків регіону. Процес управління потоками використання ресурсів на рівні регіону полягає в формуванні та функціонуванні всіх стадій господарського процесу від забезпечення сировиною до утилізації відходів виробничого процесу чи споживання.

Метою логістичного управління регіоном є забезпечення сталого всебічного розвитку територій. Досягнення поставленої мети здійснюється через виконання таких завдань:

- формування та впровадження ефективної програми господарської діяльності в регіоні;
- задоволення матеріальних та духовних потреб населення;
- ефективне використання та відтворення природних ресурсів;
- усунення негативних впливів на навколишнє середовище тощо.

Об'єктами логістичного управління виступають фінансові, ресурсні, інформаційні потоки, а також потокові процеси надання послуг.

Логістичне управління розвитком регіону здійснюється на основі використання наступних методів та інструментів управління:

- стратегічне планування на основі врахування комплексу індикаторів;
- застосування системи економічних важелів з урахуванням вартісної оцінки природних ресурсів та умов;
- адміністративне управління напрямами економічної діяльності;
- стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності;
- соціальні та освітні програми розвитку екологічної культури;
- реалізація проектів по збереженню навколишнього середовища та ін.

Реалізація функцій логістичного управління повинно здійснюватися органами місцевого самоврядування на відповідних рівнях, суб'єктами, що відповідають за реалізацію державних програм регіонального розвитку.

Логістичне управління використанням ресурсів сприяє комплексному підвищенню ефективності функціонування регіону. Для визначення ефективності роботи регіональної логістичної системи доцільно проаналізувати фінансові витрати на різних стадіях потокових процесів, а також показники своєчасності, точності та надійності системи розподілу ресурсів. Оптимізація потокових процесів здійснюється за рахунок мінімізації загальних логістичних витрат. Отже, на основі вище сказаного, вважаємо, що основою оптимізації потокових процесів на рівні регіону є забезпечення мінімуму суспільно-необхідних витрат, які пов'язані з потоковими процесами різного характеру. Процес логістичного управління на рівні регіону повинен орієнтуватись на комплексну оцінку наявного природно-ресурсного потенціалу та характер впливу господарської діяльності на навколишнє середовище, а також узгодження економічних, екологічних та соціальних інтересів населення та вирішення протиріч, що виникають.

Список використаних джерел:

1. Долішній М. *Регіональна політика та механізми її реалізації* / М. Долішній, С. Злупко, С. Вовканич. – К. : Наукова думка, 2003. – 503 с.
2. Михасюк І. *Основи регулювання економічного і соціального розвитку регіонів* / І. Михасюк, Я. Побурко. – К. : ІСДО, 1995. – 232 с.
3. Макогон Ю.В. *Нова регіональна економічна політика в Україні: проблеми і перспективи розвитку* / Ю.В. Макогон // *Схід*. – 2005. – № 3(69). – С. 14-27.

УДК 338.48

О.В. МУЗИЧЕНКО-КОЗЛОВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій,
Національний університет “Львівська політехніка”,
м. Львів, Україна

**МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЕКОНОМІЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ТУРИЗМУ
НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

Розвиток туризму охоплює значні території, тому може мати масштабні як позитивні, так і негативні наслідки для держави та регіонів. У зв'язку з цим 2017 був оголошений ООН роком сталого розвитку туризму. Основою туристичної діяльності є природні та історико-культурні ресурси, тому вона чітко прив'язана до місцевості, де вони сконцентровані.

Однак туристична діяльність може мати серйозні негативні наслідки для регіону. Наслідки змінюються в залежності від кількості і характеру туристів, а також характеристики місця, де провадиться туристична діяльність. Ці негативні впливи можна зменшити, якщо ефективно управляти туристичною привабливістю території на засадах сталого розвитку. Тому особливої актуальності набувають дослідження щодо визначення та формулювання проблем сталого розвитку туризму регіонів.

Започаткували теоретичне підґрунтя наукових досліджень щодо сталого розвитку Г. Дейлі [1], Дж. М. Хулс [2], Р. В. Кейтс, Т. М. Перріс, А. А. Лейзеровіч [3], В. Вернадський [4], В. М. Бабаєв [5], Л. Ц. Масловська [6], Т. І. Ткаченко [7], О. В. Литвинова [8]. Але у роботах цих вчених недостатньо висвітлені проблеми методичного забезпечення сталого розвитку туризму у регіоні.

До певного часу розвиток людства визначався ступенем розвою матеріального виробництва. Використання природних ресурсів відбувалося в межах асиміляційних можливостей природи (здатності нейтралізувати антропогенний вплив). Тому не було потреби враховувати екологічну складову розвитку суспільства.

Сталий розвиток туризму – це збалансований, економічно доцільний розвій туристичної індустрії на основі збалансованості між збереженням та охороною природних та історико-культурних ресурсів, задоволенням потреб туристів та соціальними потребами місцевого населення туристичної дестинації.

Проблемою сталого розвитку туризму є використання позитивного впливу туристичної діяльності та обмеження (регулювання) її негативних наслідків.

Принципи сталого розвитку туризму: еколого-збалансоване використання природних ресурсів; збереження культурної спадщини; залучення місцевого населення до просвітницької діяльності щодо бережливого ставлення до природи та культурних пам'яток; застосування концепції екологічного менеджменту та маркетингу.

Функціонування туризму на засадах сталого розвитку передбачає: економічно доцільний, збалансований розвиток туристичної індустрії; забезпечення економічного, соціального та культурного розвитку громад; захист природного та культурного середовища; виготовлення якісної продукції та надання кваліфікованих послуг для задоволення потреб туристів тощо. Однак, настає момент, коли розвиток туризму необхідно оптимізувати, тобто, стимулювати прибуття таких категорій туристів, які залишать у місці прибуття більше коштів за меншої кількості відвідувань. Такий процес потребує створення високорозрядних засобів розміщення туристів (не нижче 5-ти зіркових), підвищення якості туристичних послуг, формування високоякісної туристичної інфраструктури (дороги, аеропорти, залізничні вокзали тощо), які б відповідали міжнародним стандартам.

Процес економічного оцінювання та регулювання туристичної індустрії території на засадах сталого розвитку, що складатиме в подальшому відповідну методичку, пропонуємо здійснювати у такій послідовності:

I-й етап. Визначення туристичного потенціалу території, який є сукупністю всіх його туристичних ресурсів.

II-й етап. Оцінювання рекреаційної місткості території.

III-й етап. Здійснення маркетингових досліджень з метою прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств регіону (зокрема, серед іноземців).

IV-й етап. Формування переліку можливих заходів щодо сталого розвитку туризму в межах території регіону.

V-й етап. Регулювання сталого розвитку туризму території шляхом коригування державних (місцевих) програм.

Успішність реалізації запропонованої програми заходів буде залежати від розробки та запровадження плану дій, який би враховував усі аспекти виконання заходів. Такий план дій передбачає: нормативно-правове та методичне забезпечення розвитку туризму, узгодженість з міжнародним законодавством; виділення туризму як окремої галузі економіки для покращення не лише статистичної звітності з усіх видів туризму, а, передусім, державного управління та регулювання.

За результатами попередніх етапів дослідження розробляється інвестиційний проект щодо сталого розвитку туризму. Для його успішної реалізації необхідно запланувати розміри коштів за усіма розділами програми. Визначення необхідної кількості інвестицій залежить від економічної ситуації на ринку. Проводячи маркетингове дослідження (планування попиту на послуги туристичних підприємств, що було зроблено на третьому етапі програмних заходів), визначено, що попит на послуги туристичних підприємств за останні роки зростає.

Наступним кроком інвестиційного проекту щодо сталого розвитку туризму буде визначення ефективності програмних заходів. Загалом доцільність запровадження програмних заходів буде визначатись при виникненні сумарного економічного ефекту для держави, місцевого населення та підприємства. Так як для визначення прибутків держави та місцевого населення від розвитку туризму не існує чіткої методики, а самостійне знаходження таких показників виходить за рамки цього дослідження, то визначення ефективності програмних заходів зведемо лише до розрахунків економічної ефективності інвестицій у туристичні підприємства, які будуть реалізовувати заходи щодо сталого розвитку туризму. Основними показниками, за якими можна визначити, які заходи доцільно запроваджувати для забезпечення сталого розвитку туризму можуть бути: термін окупності інвестиційних вкладень та коефіцієнт загальної ефективності капітальних вкладень.

Для успішної реалізації програми сталого розвитку туризму необхідно враховувати ефективність інвестиційних вкладень у заходи програми. Результатом реалізації запропонованих змін до програми має бути приваблення оптимальної кількості туристів та інвесторів для забезпечення сталого розвитку туризму.

Список використаних джерел:

1. Herman E. Daly. *Beyond Growth. The Economics of Sustainable Development.* - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.beacon.org/Beyond-Growth-P130.aspx>.
2. Hulse J. H. *Sustainable Development at Risk: Ignoring the Past.* / J. H. Hulse - New Delhi: Cambridge University Press India Pvt. Ltd. Ottawa: International Development Research Centre, 2007. - 390 p.
3. Kates R. W. *What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice.* / R. W. Kates, T. M. Parris, A. A. Leiserowitz. - *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, Number 3. - P. 8 –21.
4. Вернадский В.И. *Экология – ноосфера.* – М., 1994. – 327 с.
5. Проектне управління стратегією сталого розвитку територій: монографія / за заг. ред. В.М. Бабаєва; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. – 194 с.
6. Масловська Л. Ц. *Сталий розвиток продуктивних сил регіонів: теорія, методологія, практика: монографія* / Л.Ц. Масловська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 366 с.
7. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія* / Т.І.Ткаченко. - К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. - 463 с.
8. Литвинова О. В. *Стратегія розвитку сталого туризму в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економічних наук: спец. 08.00.03. Економіка та управління національним господарством* / О. В. Литвинова. – Донецьк, 2013. – 19 с.

УДК 332.1

А.Я. ПАУЛИК

аспірант,

Науковий керівник: к.е.н., доц. Феєр О.В.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

**ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗУМІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ**

Регіон це самостійна територіально організована економічна система, що виступає важливим елементом національної економіки. Сучасні регіони здатні виступати рівноправними учасниками світових конкурентних процесів. В сучасних умовах

спостерігається тенденція до посилення конкуренції регіонів. Конкуренція між регіонами здійснюється у різних сферах: створення сприятливих умов для життя населення; ведення бізнесу; залучення інвестицій.

На сьогоднішній день термін «конкурентоспроможність» не має загальноприйнятого трактування. В найбільш загальному розумінні конкурентоспроможність - це спроможність певного об'єкту чи суб'єкту перевершити конкурентів в заданих умовах. Поняття конкурентоспроможності може застосовується до різних економічних агентів різних рівнів: індивід (працівник), товар, підприємство, регіон, країна, об'єднання підприємств або країн.

Основним завданням сучасної регіональної політики є формування, підтримка та посилення конкурентоспроможності економіки регіону на основі раціонального використання конкурентних переваг.

На сьогоднішній день найбільшого поширення набули два підходи до трактування поняття категорії «конкурентоспроможність регіону».

Перший підхід розглядає економіку регіону як сукупність самостійних суб'єктів господарювання, які результатами своєї господарської діяльності можуть вплинути на привабливість регіону. Тобто існує безпосередній зв'язок між конкурентоспроможністю підприємств, фірм та організацій та рівнем конкурентоспроможності економіки регіону. Даний підхід базується на теорії М. Потера, який розглядає конкурентоспроможність, як сукупність суттєвих факторів та характеристик регіону, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства [2 с. 205-254]. При дослідженні конкурентоспроможності регіону М. Потер застосовує модель, що поєднує чотири групи факторів:

- фактори виробництва: природно-ресурсний потенціал, трудовий, науковий та інформаційний потенціал, капітал, розвиток інфраструктури;

- особливості внутрішнього попиту: якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку, зміни обсягу попиту;

- споріднені, обслуговуючі та забезпечуючі галузі: галузі, що забезпечують надходження сировини, матеріалів та напівфабрикатів; галузі, які здійснюють використання сировини, обладнання, технологій;

- внутрішньогалузева конкуренція та особливості формування структури та стратегії фірми, підприємства установи: мета стратегії, специфіка внутрішньогалузевої конкуренції, способи реалізації стратегії, менеджмент фірм.

В рамках даного підходу вчені стверджують, що конкурентоспроможність економіки регіону формують не тільки фірми та підприємства, оскільки значний вплив на їх діяльність можуть здійснювати дослідницькі організації, університети, особливості регіонального управління, рівень координації діяльності всіх учасників економічних відносин.

Звичайно, ототожнювати конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність економіки регіону не можна, оскільки регіонам притаманні певні особливості, які не є характерними для підприємств. Наприклад, регіон не може ліквідуватись та зникнути з ринку внаслідок низької конкурентоспроможності. Історичний досвід, географічні фактори можуть бути вагомими при формуванні конкурентоспроможності економіки регіону.

Другий підхід розглядає регіон як самостійного учасника конкурентних відносин. В даному випадку регіон розглядається як відносно цілісна відтворювальна соціо-еколого-економічна система господарської території, самостійна в адміністративно-правовому відношенні, яка є складовою частиною країни, виділяється своїм економіко-географічним положенням, комплексом природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, спеціалізацією і структурою господарства, спільністю екологічних проблем, а також високим рівнем внутрішніх соціально-економічних зв'язків [1, с. 29-30].

В даному випадку конкурентоспроможність економіки регіону розглядається з макроекономічної точки зору, тобто існує зв'язок між конкурентоспроможністю регіону та конкурентоспроможністю країни. Крім того, в даному випадку, регіон розглядається як складна соціально-економічна структура. Прихильники даного підходу конкурентоспроможність підприємства вважають важливою, але не основною умовою формування конкурентоспроможності економіки регіону. Регіон вважається конкурентоспроможним, якщо в ньому створюються умови для формування доданої вартості, зростання рівня життя населення, інвестиційної привабливості, зростання рівня зайнятості, збільшення питомої ваги інноваційної продукції.

Конкурентоспроможність регіону є складним, динамічним та багатограним явищем, яке не має однозначного трактування. Ми не можемо однозначно застосовувати макроекономічні чи мікроекономічні підходи до тлумачення даної економічної категорії. Досліджуючи особливості формування конкурентоспроможності регіону ми зможемо розробити основні стратегії, які забезпечать економічний, соціальний та інші ефекти.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук З.В. *Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону: монографія* / З.В. Герасимчук, І.В. Вахович. – Луцьк: ЛДТУ, 2002. – 248 с.
2. Портер М. *Конкуренція* / М. Портер; пер. с англ. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. -496 с.

УДК 332.1:339.1

К.Й. ПУГАЧЕВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ

З точки зору маркетингу функціональна спрямованість торговельного кластера передбачає його орієнтацію на вирішення соціальної функції - задоволення потреб населення в товарах і послугах шляхом обміну одних благ (грошей) на інші (товари і послуги). З позиції класичної політичної економії, як писав ще Адам Сміт, торгова діяльність економічних агентів орієнтована на одержання прибутку через задоволення потреб населення.

Теоретичними та практичними аспектами проблеми формування і функціонування кластерів займалися багато зарубіжні дослідники, в тому числі П. Друкер, М. Портер, І. Толенадо, Д. Солье, Е. Лімер, М. Енрайт і ін. В їх працях знайшли відображення окремі аспекти проблеми, з урахуванням особливостей країн і регіонів.

Основоположником кластерної теорії вважається американський економіст, професор Гарвардської школи бізнесу Майкл Портер. Фахівець в області кластерів, дає наступне визначення: «Кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торговельних об'єднань) у певних областях, що конкурують, але при цьому ведуть спільну роботу [1].

Виділяють кілька функцій, які виконують кластери в економічному розвитку будь-якої країни:

- кластери - економічні двигуни в структурі регіональної економіки, які спільно створюють національну економіку.
- кластери визначають важливі завдання в регіональних умовах ведення бізнесу;
- кластери регулюють спосіб функціонування підприємств торгівлі в сфері економіки.

Так, кластер змушує переглянути роль приватного сектора, органів державного управління, торгових асоціацій, освітніх і дослідницьких установ в економічному розвитку, а також визначити загальні можливості підприємств усіх форм власності.

Роль приватного сектора зводиться до активної участі місцевої інфраструктури, появи «місцевих» постачальників і залученню нових інвестицій, співпраці з місцевими освітніми та дослідницькими інститутами, підвищуючи якість і створюючи спеціалізовані програми, що відповідають потребам кластера, а також в забезпеченні органів влади інформацією про проблеми і бар'єри, які виникають в розвитку кластера. При цьому розглядається активна роль держави в процесі кластеризації соціально-економічного простору регіону.

Особливу роль М. Портером відводиться торговим асоціаціям, які, на його думку, можуть взяти на себе частину витрат при формуванні і розвитку кластера.

Можна виділити дві особливості:

- по-перше, в кластері фірми повинні бути горизонтально або вертикально пов'язані;
- по-друге, кластери - це географічно близькі групи взаємопов'язаних компаній.

Торговельна сфера є важливою для забезпечення сталого розвитку суспільства, оскільки покликана задовольняти потреби людини, а, отже, має найбільше соціальне значення. На думку Колосінського Є.Ю сучасний торговельний кластер – це географічно локалізована структурно упорядкована форма добровільної інтеграції взаємодіючих незалежних торговельних компаній і асоційованих суб'єктів господарювання, що характеризуються активним залученням до реалізації продукції, наявністю погодженої стратегії розвитку, спрямованої на реалізацію цілей кожного із учасників та завдяки синергічному ефекту зростанням індивідуальної конкурентоспроможності, а також обумовлює істотну соціально-економічну значимість для регіону [2].

Торговельний кластер у вузькому розумінні являє собою сукупність взаємодіючих і конкуруючих торгових підприємств і організацій з метою отримання доданої вартості шляхом надання споживачем на основі обміну товарів і послуг. Відмінною рисою його є вихід на кінцевого споживача.

У широкому сенсі торговий кластер являє собою сукупність взаємодіючих і конкуруючих в системі виробництва (збут) - розподіл (опт) - обмін (роздріб) - споживання (населення, державні організації, економічні агентів (економічні суб'єкти), які забезпечують задоволення потреб населення в товарах і послугах на основі обміну шляхом купівлі-продажу. Провідною ланкою в цьому кластері виступає роздрібна торгівля, бо безпосередньо задовольняє потреби в товарах і послугах населення. В зв'язку з цим торговельний кластер відрізняється від виробничих і галузевих кластерів структурою. Торговельний кластер має осередки матричної структурою.

Держава може стимулювати розвиток торговельного кластера, проводячи комплекс різних заходів:

- за допомогою розміщення на місцевих підприємствах торгівлі державних замовлень;
- підвищення кваліфікації місцевої робочої сили в підприємствах торгівлі через реалізацію програм додаткової освіти та перепідготовки власних кадрів;
- створення привабливості регіону для залучення іноземних інвестицій в таку галузь економіки, як торгівля.

Основним напрямком державної політики в торгівлі, з точки зору теорії регіонального росту, є децентралізація державного управління та підвищення самостійності регіонів в питаннях власного соціально-економічного розвитку.

Торговельні кластери географічно локалізовані на певній території і їх розвиток багато в чому визначається регіональними умовами. Концепція кластерного розвитку територій в розміщенні торговельних підприємств передбачає максимальну мобілізацію місцевих ресурсів, оскільки кластерна форма організації торговельної діяльності розглядається в тісній прив'язці до конкретної території регіону. Реалізація кластерної політики в торгівлі передбачає адресний управлінський вплив на групу тісно взаємодіючих торгових підприємств і дозволяє максимально врахувати місцеві регіональні особливості.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Е. Конкуренція / М. Е. Портер. – Москва: Изд. дом «Вільямс», 2005. – 608 с.
2. Колосінський Є.Ю. Визначення поняття "торговельний кластер" //Колосінський Є.Ю. Сталій розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. - 2014. - № 2. - С. 183-188.

УДК 338.45(477.61)(043.2)

Г.В. ПЧЕЛИНСЬКА

старший викладач кафедри обліку і оподаткування,
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля,
м. Сєвєродонецьк, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОСТІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сучасна економіка України характеризується значними трансформаційними процесами, які супроводжуються переходом від важкої промисловості до галузей АПК: сільського господарства, харчової промисловості, виробництва устаткування [1]. За останні п'ять років традиційні ключові вітчизняні галузі промисловості з високою доданою вартістю у виробництві суттєво втратили свої позиції на внутрішньому та зовнішньому ринку, зокрема, машинобудування.

Результати дослідження факторів макросередовища функціонування українських підприємств машинобудування свідчать, що політичний ризик залишається основним. Посилення невизначеності у зовнішньо- та внутрішньополітичному середовищі має суттєвий вплив на зниження інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності вітчизняних виробників. Аналіз даних державної служби статистики України свідчить, що в структурі обсягу реалізованої промислової продукції в середньому по країні питома вага машинобудування продовж 2013-2017 років зменшилась на 3,4% і в 2017 р. склала 5,4% [2].

Однак диверсифікація діяльності крупних машинобудівних заводів, «відродження» діяльності підприємств оборонної промисловості після початку АТО вплинули на збільшення рівня прибуткових підприємств машинобудування на 12,7%, зростання рентабельності операційної діяльності підприємств галузі до 13,1% у 2017 р. в порівнянні зі збитковістю діяльності у 2014 р. на рівні 2,4%. Слід зазначити, що рівень операційної рентабельності підприємств досліджуваної галузі впродовж 2015-2017 рр. вищий ніж в середньому по промисловості України.

Значно гірша економічна ситуація за аналізований період склалася в Луганській області, яка до початку проведення АТО входила до п'ятірки найбільш потужних

промислово-економічних регіонів України. З початку військового конфлікту на території регіону було зруйновано більше 2 тис. об'єктів соціальної інфраструктури, житлового фонду, систем життєзабезпечення. Також були пошкоджені транспорті, енергетичні та промислові інфраструктури, на відновлення яких необхідно десятки мільярдів доларів. Внаслідок чого значно скоротилась активність іноземних інвесторів по усіх галузях промисловості.

Впродовж 2014-2017 рр. операційні витрати та обсяг реалізації промислової продукції підприємств Луганської області зменшились на 40,8% та 43,9%, відповідно. В сукупності з підвищенням рівня цін на проміжні продукти виробництва та тарифів на комунальні послуги – гарячу воду, опалення, електроенергію, водопостачання (в середньому щороку з 2014 по 2017 р. на 39,1%) вплив вказаних чинників обумовив зростання збитковості операційної діяльності промислових підприємств області з 22,9% у 2014 р. до 35,1% у 2017 р.

Після втрати Луганською областю лідируючих позицій у ключових галузях економіки регіону - хімічній та видобувній промисловості, перші міста за окремими економічними показниками розвитку промислової діяльності займає машинобудування. Діяльність підприємств машинобудування області на відміну від показників промисловості загалом є прибутковою. Незначне падіння рентабельності простежується у 2015 р. – до 1,0%. У другій половині 2015 р. промислове виробництво в Україні поступово почало зростати, що підвищило операційну рентабельність підприємств галузі до 14,2% у 2016 р. Однак чергове зростання цін на виробничі запаси, тарифів на послуги, мінімальної заробітної плати працівників у 2016-2017 рр. призвело до падіння рівня прибутковості діяльності підприємств машинобудування до 8,6%, що менш рівня рентабельності в середньому по галузі на 4,5%. Але питома вага рентабельних підприємств зростає з 59,5% у 2014 р. до 77,3% у 2017 р.

Збереження загальної рентабельності машинобудування області у 2015 р. забезпечила діяльність підприємств з виробництва електричного устаткування (операційна рентабельність 104,5%). Але в наступні роки спостерігається зниження ефективності цього виду промислової діяльності до 9,1%. Найбільш стабільним за показником операційної рентабельності є виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції – 42-47%. Цей вид промислової діяльності є лідером в машинобудуванні області за рівнем прибуткових підприємств – у 2016-2017 рр. він склав 100%. Найнижчий рівень рентабельності операційної діяльності впродовж аналізованого періоду спостерігається у підприємств з виробництва машин і устаткування, а виробництво автотранспортних засобів є збитковим.

Значна різниця в ефективності управління витратами машинобудівних підприємств пояснюється, зокрема різним рівнем затратомісткості виробництва, зношеності та застарілості основних засобів, обмеженим внутрішнім попитом на окремий вид продукції, зниженням рівня інновацій у вітчизняну галузь машинобудування, закупівлею комплектуючих з інших країн, відсутністю суттєвої державної підтримки. Вирішення розглянутих проблем лежить не тільки в площині технічних, технологічних заходів, а й потребує удосконалення аналітичного забезпечення прийняття обґрунтованих рішень щодо підвищення ефективності управління витратами підприємств.

Список використаних джерел:

1. Структура економіки України [Електронний ресурс] // GTAI Germany Trade & Invest. – 2018. – Режим доступу: http://ukraine.ahk.de/fileadmin/ahk_ukraine/GTAI/Struktura_ekonomiki__23-10-2018.pdf
2. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Статистична інформація [Електронний ресурс] // Головне управління статистики в Луганській області. — Режим доступу: <http://www.lg.ukrstat.gov.ua/statinform.php.htm>

УДК 332.1:338.48

О.М. РАДІОНОВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства,
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова,
м. Харків, Україна

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК НОВИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

У сучасному світі туризм розглядається як один із факторів соціально-економічного розвитку країни в цілому і одним з істотних чинників розвитку її регіонів. Розвиток туристичної індустрії сприяє диверсифікації джерел доходів регіонального бюджету, що в сукупності з іншими його джерелами може стати фактором синергетичного ефекту соціально-економічного розвитку окремої дестинації. Одним з нових і високоприбуткових видів туризму є подієвий туризм. Оскільки для формування туристичного продукту і залучення туристів, туристський бізнес, в сучасних умовах, активно використовує події.

Вивчення подієвого туризму необхідно почати з підходів до його визначення. У світовій практиці для позначення терміна «подієвий туризм» використовують термін «event tourism» (від англ. event – подія або спеціальний захід). В українській мові використовується такі варіанти, як івент-туризм або подієвий туризм. Серед зарубіжних авторів проблемами подієвого туризму займалися Дж.Рітчі, Д.Беліво, Р.Лінч, А.Віл, Д.Гетц та інші. Завдяки їхнім дослідженням цей вид туризму виділився в самостійну галузь науки зі своїм термінологічним апаратом і став розглядатися як окремий напрямок.

У працях українських дослідників подієвий туризм є маловивченим видом туризму. Даний факт можна пояснити нетривалим періодом його дослідження.

Наукових тлумачення поняття «подієвий туризм» чимало. Існує декілька підходів, так одна група вчених визначає подієвий туризм як вид туризму або як подорож або поїздка з певною метою, інша, як вид туристичної діяльності.

Так, М. Б. Біржаков, І. В. Воронцова, Н. І. Метелев визначають подієвий туризм як значущу частину культурного туризму, орієнтовану на відвідування зони відпочинку в певний час, пов'язану з якою-небудь подією в житті спільноти чи суспільства, що рідко спостерігається природним явищем [1]. Дане визначення в своїх дослідженнях приймає і А. Б. Вороніна [2].

Г. П. Долженко, А. В. Шмиткова та А. А. Нікіфорова характеризують подієвий туризм як вид туризму, орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією [3, 4]. Під подією розуміють сукупність явищ, котрі приваблюють своєю неоднозначністю, важливістю для конкретного суспільства або людства в цілому, для малих груп або окремого індивіда. Воно може виражатися в разовому неповторному явищі або ж бути періодичним, що спостерігається щорічно або в певні часові періоди.

С. С. Нікітіна, М. В. Зінченко визначають подієвий туризм як будь-яку подорож, пов'язану з будь-якою цікавою для туриста подією, яка відбувається в усіх кінцях нашої неосяжної земної кулі [5].

А. А. Клейман визначає, як туризм, що поєднує в собі традиційний відпочинок та участь у видовищних заходах [6].

Ж. М. Шаєкіна, Д. Г. Мамраєва, Л. В. Ташенова розуміють під подієвим туризмом поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні будь-якого заходу. Саме потреба або необхідність присутності під час події, бажання побачити, почути або відчутися щось, тягне людину або групу людей долати відстані, доставляючи собі задоволення і приносячи організаторам прибуток [7].

Т. В. Фролова трактує як поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні будь-якого заходу [8].

О. В. Алексеева, визначає подієвий туризм як вид туристської діяльності, що приваблює туристів різноформатними громадськими заходами культурного або спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств населення в суспільство і формуванню позитивного іміджу дестинації [9].

Е. Ф. Лакомов розкриває подієвий туризм як туристську діяльність, пов'язану з різноманітними значущими суспільними подіями, а також рідкісними природними явищами, що привертають своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю велику кількість туристів з різних країн [10].

Є. Г. Леонідова розуміє під подієвим туризмом самостійний всесезонний вид туризму, в основі якого лежить реакція суб'єктів туризму на подію як системоутворюючий і мотиваційний елемент, який визначає місце його відвідин, відмінне від постійного проживання суб'єктів туризму, в певний час, відповідно строків проведення події [11]. Цей підхід визначає подієвий туризм як вид діяльності, конкретизує суб'єкти подієвого туризму, терміни перебування туристів, містить специфічні риси даного напрямку.

Ми вважаємо, що в даному випадку ми маємо справу не стільки з поняттям подієвий туризм, як відзначають автори, скільки з певним концептом, навантаженим цілком екзистенційними (особистісними, культурними, релігійними, ідеологічними та ін.) смислами. У концепті подієвий туризм і явлені нам категорії як «загальні поняття», сходинки розумового мислення і форми повсякденної, емпіричної свідомості, що має справу з речами для нас [12]. Ці два аспекти явно присутні в аналізі, наведеному вище.

Подієвий туризм орієнтований на відвідування туристами дестинацій в певний час, пов'язаний з якою-небудь подією. Його перевага полягає в тому, що він щорічно поповнюється новими подієвими турами, плановими, випадковими. При цьому, випадкові, як правило, переходять в розряд регулярних.

Подієвий туризм має певні переваги для розвитку в регіоні в порівнянні з іншими видами туризму, а саме:

- подієвий туризм здатний залучити в регіон великий потік туристів;
- розвиток даного напрямку допомагає вирішити проблему сезонності;
- час перебування туристів в регіоні збільшується (якщо захід тривалий);
- подієвий туризм відображає інтереси різних цільових аудиторій;
- даний напрямок не вимагає наявності на території природних ресурсів.

Для розвитку подієвого туризму необхідно виробити чітку стратегію маркетингових досліджень. Планування подієвого туризму передбачає кілька етапів:

– виявлення тенденцій туристських прибуттів в туристський регіон, аналіз специфічних характеристик туристів, які відвідують територію, видів туризму, що активно залучають туристів.

Отримана інформація надасть можливість виявити і описати значущі позитивні і негативні фактори, що впливають на залучення туристичних потоків, а також доцільність в регіоні подієвого туризму, його сумісність з вже існуючими або запланованими в регіоні видами туризму;

– проведення обстежень наявних засобів розміщення, ресторанів, банків, пунктів обміну валюти, медичних об'єктів, тощо. І виділення вподобань туристів до певних засобів розміщення, до транспорту, інфраструктури, тощо;

– визначення сегментів ринку, виявлення серед споживачів тих групи клієнтів, які істотно розрізняються по своїх потребах і настановам щодо послуг подієвого туризму, і мають різні моделі поведінки в процесі придбання та споживання туристичного продукту;

– дослідження природних та історико-архітектурних пам'яток, які становлять інтерес для туристів, що прибувають в регіон, а також аналіз екологічної ситуації в туристському центрі.

– визначення факторів, властиві конкретному регіону, а також динаміку зміни кількісних значень цих факторів.

Заходи подієвого туризму мають велике економічне значення. У період їх проведення активізується діяльність усіх об'єктів туристичної індустрії. Споживчий попит значно перевищує пропозицію. Спостерігається відродження місцевих культурних традицій, звичаїв, розвиток народної творчості.

Подієвий туризм є новим, динамічним напрямком розвитку туристському ринку України. В силу своїх специфічних характеристик він може розглядатися як високоприбутковий напрямок туризму регіону. У зв'язку з цим важливе практичне значення має робота по вдосконаленню розвитку даного напрямку на державному та регіональному рівнях. При використанні концептуального підходу подієвий туризм може стати каталізатором розвитку туристичної сфери регіону, забезпечити зайнятість населення та підвищити дохід місцевого бюджету.

Список використаних джерел:

1. Биржаков М. Б. *Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме* / М. Б. Биржаков, И. В. Воронцова, Н. И. Метелев // – *Туристские фирмы*. – 2000. – N 23. – С.94-111.

2. Воронина А.Б. *Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма* / А. Б. Воронина // *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "География"*. – Том 24 (63). – 2011 – №1 – С.161-172.

3. Долженко Г.П., Шмыткова А.В. *Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России* // *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки*. – 2007. – N 6. – С.116-119.

4. Нікіфорова А.А. *Роль объектов культурного наследия в развитии событийного туризма* / А. А. Нікіфорова // *Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации»*. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/64715>

5. Никитина С.С., Зинченко М.В. *Событие как основа для проектирования туристического продукта* // *Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук»*. – Томск, 5–6 апреля 2012. – С.81-84.10.

6. Клейман А.А. *Современные тренды развития событийного туризма и ивент-менеджмента* / А. А. Клейман // *Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права*. – 2016. – № 2 (82) – С. 112-121.

7. Шакина Ж. М., Мамраева Д. Г., Ташенова Л. В. *Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму ЭКСПО-2017* / Шакина Ж. М., Мамраева Д. Г., Ташенова Л. В. // *Вестник КарГУ Год*. – 2016 – № 4 (84) – Режим доступа: http://vestnik.ksu.kz/files_vestnik/Economy

8. Фролова Т.А. *Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма* / Т.А. Фролова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm

9. Алексеева О.В. *Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук.* / О. В. Алексеева. – М., 2012. – 24 с.

10. Лакомов Е.Ф. *Повышение конкурентоспособности регионов на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук.* / Е. Ф. Лакомов – М., 2013. – 28 с.

11. Леонидова Е.Г. *Современное состояние и возможности развития событийного туризма. социальное пространство* – 2016. – № 4 – С. 1-11.

12. Радіонова О.М. До питання концепту «Подієвий туризм» // *Туристичний бізнес: Світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (27 жовтня 2017р.). Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. – С. 180-182.*

УДК 332.025

В.А. ЧЕРЕДНИЧЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічних систем і управління інноваційним розвитком,
Одеський національний політехнічний університет,
м. Одеса, Україна

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ РИНКУ СУСПІЛЬНИХ БЛАГ В УКРАЇНІ

Попри значний доробок економічної науки в дослідженні ринку суспільних благ, залишаються ще значні прогалини в розумінні шляхів визначення раціональних співвідношень між потребами споживачів суспільних благ та обсягом витрат на їх виробництво. Крім того, залишається відкритим питання щодо впливу процесу децентралізації державної влади на ринок суспільних благ. Метою даної статті є аналіз існуючих наукових підходів до регулювання ринку суспільних благ в умовах проведення адміністративно-територіальної реформи, зміст якої полягає в децентралізації державного управління та посиленню відповідності наданих владних повноважень з бюджетним фінансуванням.

Основні труднощі визначення оптимального обсягу виробництва суспільних благ полягає в тому, що граничні вигоди від їх використання на ринку ніяк не проявляються. На відміну від попиту на приватні товари попит на суспільне благо безпосередньо виявити неможливо. Коли чисте суспільне благо вже буде створено, то не можна перешкодити кому-небудь ним користуватися. Стратегія користувачів, яка полягає в приховуванні або заниженні своїх справжніх переваг щодо суспільних благ з метою перекласти тягар їх фінансування та виробництва на інших, породила в економічній теорії проблему неплатника («зайця»). Той, хто дотримується її, знає зі свого досвіду, що чисті суспільні блага мають властивість невиключності і тому переконаний в можливості користування ними без участі в спільних діях по їх створенню. Виробники ж ніколи не будуть зацікавлені у створенні продукту, щодо якого існує небезпека несплати його вартості. Таким чином, якщо не з'явиться спонсор-добродій, за ринкових умов чисті суспільні блага ніколи не будуть створюватися [1].

А. Пігу визначив основні відмінності між чистими суспільними і чистими приватними продуктами і дійшов висновку, що уряд повинен самостійно за рахунок податків або державних субсидій «спрямовувати ресурси на здійснення заходів, від яких бізнес за інших рівних умов тримався би подальше» [2]. Тому такі блага зазвичай виробляються за участю держави за рахунок обов'язкового, що не залежить від індивідуальної граничної вигоди, оподаткування фізичних і юридичних осіб. Отже, через феномен «зайців» на ідеально конкурентному ринку виявиться недостатня пропозиція чистих суспільних благ. Однак, оскільки такі блага є дуже важливими для життєдіяльності будь-якого суспільства, держава у більшості випадків повинна втручатися у функціонування ринку з метою забезпечення їх виробництва.

Крім чистих суспільних благ існують інші блага, які характеризуються або невиключністю у праві користування та конкурентністю у споживанні, або, навпаки, – виключністю у праві користування та неконкурентністю у споживанні. Такі блага називаються «змішаними». До змішаних невиключних конкурентних благ належать, наприклад, громадські парки або такі обмежені природні ресурси як ліси, пасовища, запаси риби, тощо.

За умов вільного ринку може настати швидке вичерпання обмежених природних ресурсів. У цьому випадку ціна також відіграватиме свою роль: чим рідкіснішим буде цей ресурс, тим вища ціна, яку споживачі готові платити за нього. Вища ж ціна спонукатиме бізнес заготовляти більше ресурсу для збільшення прибутків, що лише прискорюватиме вичерпання природного запасу. Хижацьке споживання природних ресурсів коїть шкоду екології, спотворює ландшафт. З метою недопущення такого перебігу подій, держава може втручатися у функціонування ринку через встановлення обмежень на користування природним ресурсом, а у випадках крайньої необхідності, також, через запровадження заборони на його використання. У разі можливості держава може інвестувати за рахунок бюджетних коштів у його відновлення. Хороша екологія, гарний ландшафт безумовно є суспільним благом, яке неопосередковано впливає на якість життя.

Останньою категорією суспільних благ є змішані виключні неконкурентні блага. До них можна віднести школи, дороги, мости, медичні заклади, масові щеплення населення проти грипу, тощо. Для ілюстрації неспроможності ринку, пов'язаної з виключними неконкурентними благами, варто розглянути проблеми, які можуть виникнути з масовим щепленням населення проти грипу. Такі щеплення є суспільним благом, яке характеризується виключністю у праві користування, оскільки будь-якій особі можна відмовити у щепленні, та неконкурентністю у споживанні, оскільки вигоди від щеплення, а саме неможливість зараження від прищепленої людини, може бути одночасно спожиті багатьма особами, які з такою людиною контактують. Головна проблема, що існує з цією категорією благ, пов'язана з визначенням ціни за ці блага. Не кожний споживач зможе чітко назвати ту ціну, яку він готовий сплатити за потенційно максимальну корисність при щепленні. Ціна, яку призначатиме виробник цих благ, може бути абсолютно неадекватною та не відповідати оцінкам споживачів.

Необхідно зазначити, що виключні неконкурентні блага можуть успішно надаватися як державними, так і приватними структурами [3]. Однак зважаючи на значний позитивний зовнішній ефект цих благ, держава для забезпечення їх надання всьому населенню може вдаватися до субсидювання виробників таких благ, у такий спосіб впливаючи на доступність їх ціни для всіх споживачів.

Сприяє розвитку ринків суспільних благ мусить державна регуляторна політика. Сучасна регуляторна політика в Україні спрямована на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави в діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та в спосіб, що встановлені Конституцією України [4] та законами України, насамперед, Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [5].

Ясно, що уряд не завжди ефективно і результативно виконує функції регулятора. Проте на тій підставі, що ринкова економіка не завжди дає задовільний суспільний ефект, не можна робити висновок, що політичний процес призведе до більш високих результатів. В ідеальному випадку рішення, що приймаються урядом, сприяють загальному добробуту або, принаймні, захищають інтереси більшості громадян. Але насправді уряд часто підтримує цілі нечисленних груп, що виражають особливі інтереси, на шкоду суспільству в цілому. До особливих інтересів відносяться цілі, програми або політичний курс, завдяки реалізації яких кожен з невеликого числа людей отримує великі вигоди за рахунок набагато більшої кількості людей, що несуть незначні індивідуальні збитки.

Нечисленна група осіб, які мають отримати вигоду, зазвичай добре поінформована, вмє відстояти свої позиції, чинити тиск на політичних діячів, щоб

домогтися їх підтримки. Величезна більшість людей, яким загрожує невеликі втрати, зазвичай, погано поінформовані та байдуже ставляться до даної проблеми оскільки вони майже нічим не ризикують. Схильність політичних діячів підтримувати закони, що відповідають особливим інтересам деяких груп, посилюється тим, що ці групи більш ніж готові надавати допомогу у фінансуванні виборчих компаній «своїх» політичних діячів. Тому такий політик буде підтримувати програму, що захищає особливі інтереси, навіть якщо вона небажана з економічної та соціальної точок зору. До того ж вони не втрачають, як правило, підтримки великої групи неінформованих виборців, адже вони будуть оцінювати їх позицію з інших питань, у рішенні яких ці виборці більше зацікавлені.

Ефективність держави в наданні суспільних послуг (благ) може бути значно покращена у процесі децентралізації державного управління. Схвалена Кабінетом Міністрів України 1 квітня 2014 року Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні полягає у передаванні владних повноважень не державним службовцям і органам, що представляють центральну владу, а іншим органам, що не знаходяться в ієрархічному підпорядкуванні останній, і які переважно, обрані населенням [6].

Децентралізація забезпечує більш ефективне розміщення ресурсів у громадському секторі. Система, при якій рішення про розміщення ресурсів у суспільному секторі приймаються на регіональному і муніципальному рівні, зробить суспільний вибір більш точним з урахуванням місцевих особливостей. Наявність власної податкової бази спонукає місцеву владу вживати заходів для її розширення через розвиток місцевої економіки. Надання місцевій владі можливості більш вільно розпоряджатися власними бюджетними коштами буде стимулювати до скорочення необґрунтованих і неефективних витрат у суспільному секторі.

Сучасна держава надає громадянам багато послуг, серед яких на особливому місці посідають, так звані, суспільні блага. У процесі надання державних послуг неминуче виникають питання контролю за бюджетними видатками, їх ефективністю та доцільністю. Оцінка доцільності виробництва суспільних благ ускладнюється через такі інституційні особливості як монополізм держави на виконання певних функцій, що породжує асиметрію інформації щодо прийняття та виконання рішень державних органів. До того ж на оцінку зовнішні ефектів (екстерналій) від споживання суспільних благ впливає політичне суперництво. Опозиція схильна принижувати позитивний вплив зовнішніх ефектів та перебільшувати вплив негативних ефектів. А провладні політика чинять навпаки – акцентують увагу суспільства на позитивних результатах своєї діяльності та замовчують свої помилки та провали.

Список використаних джерел:

1. Гэлбрейт Дж.К. (1979) *Экономические теории и цели общества*. Москва: Прогресс. С. 45.
2. Пигу А. (1985) *Экономическая теория благосостояния*. Москва: Прогресс. Т.1. С. 96.
3. *Свобода, равенство и эгалитаризм (1990) // Норт Д. Фридман и Хайек о свободе*. Минск: Референдум. С.86.
4. *Конституція України (1996) . Відомості Верховної Ради України.. № 30. ст. 14. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (2018, липень 18)*
5. *Закон про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (2004) Відомості Верховної Ради України. 2004.№9. ст.79. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1319-18> (2018, липень 18)*
6. *Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні 2014 (Кабінет Міністрів України). Офіційний сайт Верховної Ради України. <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80> (2019, лютий 04)*

УДК 339.92(477.87:4)

І.М. ЧУЧКА

кандидат економічних наук, доцент,
Закордонний член Угорської Академії Наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ПРАКТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЄВРОРЕГІОНУ «ЗЕМПЛІН»: УГОРСЬКИЙ ДОСВІД

Дослідження наукових концепцій єврорегіонального транскордонного співробітництва та його практичних інструментів, на Закарпатті до сьогоднішнього дня аналізувались на прикладі Карпатського Єврорегіону. Але українська спільнота призабула, що був ще один єврорегіон на Закарпатті, який об'єднував окремі райони Угорщини, Словаччини та України. Це єврорегіон «Земплін».

Створення єврорегіону «Земплін» відбулося 23 квітня 2004 року в рамках дванадцятого форуму «Земплінські міжрегіональні дні підприємництва» в місті Шаторалйауйхей в Угорщині. З угорської сторони національне представництво є закріплено під егідою Земплінського Регіонального фонду розвитку підприємництва, з словацької сторони – Регіональне агентство розвитку в місті Краловські Хлмец, з української – Центр розвитку міжнародного бізнесу в місті Ужгород. Зазначені об'єднання в транскордонному просторі охоплюють такі території: регіон Земплін (Угорщина), прикордонні райони Требішово та Великі Капушани (Східно-Словацького краю), а також Ужгородський та Берегівський райони Закарпаття (Україна). Ці території характеризуються тотожними географічними та соціально-економічними характеристиками, віддаленістю від політико-адміністративних центрів.

Основною метою єврорегіону «Земплін» – економічне процвітання сусідніх регіонів трьох держав Європи завдяки об'єднанню зусиль по використанню людських ресурсів, співпраці органів місцевого самоврядування, громадянської ініціативи та підприємницьких послуг. Основними цілями діяльності стали наступні:

- зміцнення економічної основи співпраці, збільшення кількості конкурентоспроможної продукції (розвиток підприємницької інфраструктури);
- покращення інвестиційної привабливості співпрацюючих регіонів;
- зміцнення суспільно-економічної інтеграції, підвищення життєвого рівня та сприяння процесу відновлення громадянського суспільства через розвиток регіонів з інформативної та маркетингової точки зору.

Для досягнення конкретних цілей, викладених у пріоритеті розвитку, були сформульовані наступні заходи:

Розвиток транскордонних економічних відносин.

Зміцнення організаційних центрів прикордонного співробітництва. Мета – розробка та зміцнення організаційної структури співробітництва, а також огляд та оновлення цілей програми співробітництва на рівні програм.

Подальший розвиток співпраці з розвитку транскордонного бізнесу. Мета – реалізація міжрегіонального економічного розвитку через формування освітніх центрів, промислових парків, бізнес-інкубаторів; розробка та розширення співпраці через діяльність університетів, середньої школи, після дипломних програм середньої та вищої освіти.

Запуск маркетингової діяльності в прикордонних районах. Цей захід здійснюється в рамках прикордонних районів через взаємне доповнення один одного регіональними

маркетинговими заходами (по залученню інвестицій, туризму), тим самим збільшуючи шанси на боротьбу за нинішніх інвесторів в умовах глобалізації в контексті регіоналізації.

Реалізація спільних інфраструктурних змін за допомогою реконструкції та побудови нових прикордонних переходів (автомобільного, залізничного, водного і повітряного транспорту).

Прикордонне співробітництво в сфері охорони та захисту природи навколишнього середовища. Цей захід спрямований на розвиток заповідних зон загального ландшафту і природи, спільні дії проти екологічних проблем, повеней та охорони водних ресурсів річки Тиса і Бодрог.

Розвиток культурних та біржових зв'язків між прикордонними поселеннями. Метою є координація, організація та розвиток існуючого муніципального, селищного та культурного співробітництва, створення асоціацій, міста-твіннінг (побратимів), спільні програми розвитку тощо.

Реальна діяльність єврорегіону (з початку його створення), здійснюється через практичне виконання таких систем послуг:

– приймають участь в розробці комплексної програми розвитку малого регіону Земплін, програми аграрного розвитку регіону Бодрогкез, концепції розвитку туризму області Боршод-Абауй-Земплін;

– створенні транзитної зупинки каміонів;

– створення мережі аграрного маркетингу Бодрогкез;

– розбудова економічних зон Трикордоння для полегшення проходимості кордонів на територіях Словаччина-Україна-Угорщина;

– розбудова мережі бізнес-інкубаторів в області Боршод-Абауй-Земплін. Створені спеціальні приміщення (більше 1000 м²) для підприємців, які вони мають можливість отримувати через орендування на пільгових умовах, а також користуватися офісною технікою з оплатою лише експлуатаційних витрат;

– публікують інформаційні матеріали «Європейська інтеграція для підприємців», «Про європейську інтеграцію для ромів»;

– здійснюють навчальні програми зі сприяння процесу євроінтеграції «Європа громадян без кордонів»; «Як бути ще успішнішими в Європі» з фаховою специфікою;

– сприяють наданню кредитів, управління кредитуванням та іншої підтримки. Єврорегіон «Земплін» постійно знайомить підприємців щодо можливостей отримання міжнародного кредиту; надає допомогу у виборі відповідної форми кредиту; у підготовці необхідних матеріалів та документів; виступає посередниками між клієнтом та відповідною установою;

– розроблена програма Спілки прикордонного економічного розвитку «Карпати». Найбільш значуще завдання її – забезпечити підприємців свіжою та якісною інформацією з ознайомленням їх зі чинними законодавчими актами відповідних країн з макроекономічної та зовнішньоекономічної політики. Також часто організуються міжнародні виставки, ярмарки, які забезпечують можливість налагодження безпосередніх партнерських зв'язків та оцінити ринки попиту;

– створення кластеру підрядчиків «Карпати» (19 листопада 2004 року). У роботі кластера приймають участь некомерційні організації, які займаються розвитком підприємництва, залученням інвестицій і є відкритими для всіх конкурентоспроможних підприємств регіону Трикордоння (стик україно-угорсько-словацького кордонів). Мета кластера підрядчиків «Карпати» сприяти: появі у регіоні фірм, які вже є або можуть стати підрядчиками для великих міжнародних підприємств; підключенню Земплінського єврорегіону до економічного життя своїх метрополій; створенню мережі співпрацюючих підприємств та збільшення ефективності їх співпраці; розбудові зв'язків із новими підрядчиками та залученню їх до Кластеру тощо. Засновники: Закарпатське Агентство Підтримки Підприємництва; Регіональне агентство розвитку м. Краловскі Хлмец; Спілка

наукових, технологічних та індустріальних парків Угорщини; кафедра міжнародного маркетингу університету м. Мішкольц (Угорщина); ТОВ «Індустріальний парк» м. Серенч (Угорщина); ТОВ «Індустріальний парк» м. Шатораліауйхей (Угорщина); Земплінський Регіональний Фонд Розвитку Підприємництва. Фінансується шляхом отримання європейських грантів;

– створення індустріального парку Сатаральяухейлі – найпопулярніший економічний та комерційний центр північно-угорського регіону. Співпраця здійснюється через галузі харчової, деревообробної і меблевої промисловості. Даний індустріальний парк становить 88 га., рекомендує інвесторам промислові майданчики з залами площею 200-1000 м², будівлями та площею 0,8 га зеленого простору. У парку знаходиться залізнична станція Угорської державної залізниці, тому логістичне з'єднання відмінне. Індустріальний парк пропонує широкий спектр послуг: в парку є центральна стоянка, організоване збирання відходів, мобільність працівників сприяє громадським транспортом. Парковий бізнес надає послуги з транспортування та завантаження, консультацій з технічних питань, фінансових, юридичних, маркетингових.

Отже, проаналізувавши практику функціонування єврорегіону «Земплін» встановлено, що міжрегіональний розвиток зосереджений переважно на угорській стороні, а словацька та українська – на даний період виступають тільки партнерами у реалізації намічених проектів. Тому, вивчати в подальшому організаційні засади набутого за період 15-річного досвіду Угорщини для українських вчених та практиків, є вельми актуально та важливо – заради підвищення ефективної транскордонної співпраці в умовах поглиблення взаємовідносин між Україною та Європейським Союзом.

Список використаних джерел:

1. Чучка І. М. *Єврорегіональне транскордонне співробітництво у Закарпатті: досвід та перспективи* / І. М. Чучка // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* – 2018. – Вип. 21(2). – С. 116-121. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuimevcg_2018_21%282%29__26

УДК 332.1

Л.В. ШЕПЕТЮК
викладач економічних дисциплін,
Гусятинський коледж
Тернопільського національного технічного університету
ім. І. Пулюя,
смт. Гусятин, Тернопільська обл., Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Враховуючи сучасний стан економіки нашої країни, одним із актуальних питань для малого бізнесу є розробка механізму управління виробничо-господарською діяльністю, який буде спрямований на зміцнення конкурентоспроможності підприємства на ринку, задовольняти потреби споживачів. У Тернопільській області знаходиться значна кількість підприємств, які є перспективними і досить вигідними об'єктами для вкладення капіталу. Від діяльності суб'єктів малого підприємництва Тернопільщини до зведеного бюджету надійшло за останній рік 715,6 млн гривень, що становить майже четверту частину бюджетних надходжень. Переважна більшість суб'єктів малого підприємництва Тернопільської області (57,1%) зосереджені в сфері торгівлі. В цій сфері зайнято 42,3 тис. працівників, що становило 46,3% від усіх зайнятих в малому бізнесі [2, с. 106]. .

Аналізуючи сучасний стан підприємницької діяльності Тернопільської області та в цілому по країні, можна стверджувати, що нестабільне політичне становище негативно впливає на економічний розвиток. У своїй діяльності підприємства Тернопільської області зазнають чимало труднощів. До основних бар'єрів, які перешкоджають розвитку малого та середнього бізнесу даного регіону можна віднести: недостатній рівень партнерства між бізнесом, органами місцевого самоврядування та виконавчої влади на рівні районів, селищ та об'єднаних територіальних громад; ускладнені процедури отримання підприємцями документів дозвільного характеру, видача яких належить до компетенції місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування; брак реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки. За останні роки у Тернопільській області спостерігається високий рівень трудової міграції за кордон, що створює певні проблеми для розвитку бізнесу, адже працівники мають можливість отримувати вищу заробітну плату за кордоном, а наші підприємства втрачають кваліфікованих спеціалістів. Малі фермерські господарства Тернопільщини також певною мірою відчують тиск негативних явищ, переважно пов'язаних зі світовою фінансовою кризою. Даються взнаки й внутрішні чинники, – різке обмеження купівельної спроможності населення, зменшення експортних поставок.

Враховуючи те, що Тернопільська область вважається більш аграрною, тут виникають певні проблеми з працевлаштуванням населення. Тим більше в останні роки тенденція до зростання безробіття у селі поглибилась. У даному регіоні залишаються найнижчими в Україні середньомісячна заробітна плата, рівень залучення в економіку області інвестицій, в тому числі й іноземних, рівень експорту, розвитку малого підприємництва, податкових надходжень. Високий рівень безробіття та низькі доходи змушують випускників вищих навчальних закладів шукати роботу в інших країнах. Молодь, як правило, не може працевлаштуватись за фахом через відсутність певного досвіду, вмінь та навичок, невідповідність рівня освіти вимогам роботодавців, незатребуваність спеціалістів за їхнім фахом.

В умовах теперішньої складної економічної ситуації, щоб сприяти ефективному розвитку суб'єктів підприємництва Тернопільщини, потрібна дієва державна підтримка. Для реалізації цього завдання необхідно провести об'єднання фінансових можливостей всіх джерел підтримки підприємництва, забезпечити популяризацію продукції та українського виробника на міжнародній арені, створити оптимальні механізми ефективного цільового використання фінансових та інвестиційних ресурсів, залучення іноземних кредитів та інвестицій. Особливу увагу потрібно звернути на покращення умов умови проживання сільського населення та збільшення рівня його доходів, створити на селі належні умови для роботи і проживання молодих фахівців, удосконалити механізми розвитку сімейних ферм, що сприятиме працевлаштуванню сільського населення;

Неоднозначність вирішення проблем, що виникають у процесі управління, вимагає відповідного механізму їх подолання. Для досягнення цілей організації необхідно визначити пріоритетні завдання, їх черговість і послідовність рішення. Тому пропонується розвивати у Тернопільській області такі сільськогосподарські галузі, як садівництво, овочівництво, потрібно збільшити площі для вирощування квасолі, малини, полуниці, що користуються постійним попитом і приносять стабільні прибутки. Враховуючи ситуацію, яка є на даний момент в агропромисловому комплексі Тернопільської області, можна зробити висновки, що при чіткій законодавчій основі сільське господарство України в недалекій перспективі може стати одним з головних джерел експорту.

Також на державному рівні потрібно постійно здійснювати перегляд чинних законодавчих актів, щоб замінити або скасувати ті, які перешкоджають розвитку підприємницької діяльності, оскільки малий бізнес не тільки створює додаткові робочі місця, але і розширює поле ділової активності і стає більш привабливим для працівників.

Список використаних джерел:

1. *Стан розвитку малого підприємництва в Україні: [Електронне джерело].- Режим доступу: <http://www.kmi.gov.ua>*
2. *Статистичний щорічник Тернопільської області за 2017 рік [за ред. А. А. Чорного] // Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області 2018. – 443 с.*

УДК 338.45 +331.5]: 338.244.47(477)

І.А. ШОВКУН

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

ПРОМИСЛОВИЙ РОЗВИТОК І ЗАЙНЯТІСТЬ У КОНТЕКСТІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Децентралізація економічних повноважень держави в Україні, економіка якої за світовими мірками має спрощену структуру виробництва і обмежену виробничу базу, може відіграти важливу роль у формуванні інституційного середовища, сприятливого для індустріального розвитку, а, відповідно, – й для посилення економічної спроможності регіонів. Економічний розвиток в умовах децентралізації відбувається завдяки удосконаленню урядової політики на місцях, яка стає дружньою до бізнесу, та оздоровленню інвестиційного клімату. Прямим ефектом поліпшення інвестиційного клімату стає активізація підприємництва, розвиток нової економіки, посилення дії інноваційних драйверів та прискорення науково-технологічного поступу.

Емпірична перевірка гіпотез про існування впливу промислового бізнесу та бюджетної децентралізації на добробут населення України у довгостроковому періоді (2001–2016 рр.), що була здійснена за допомогою економетричних моделей розподілених лагів, засвідчила з високим рівнем статистичної значущості, що поглиблення децентралізації та розширення промислового випуску позитивно впливає на наявні доходи людини на всьому часовому проміжку [1]. Додаткова перевірка гіпотези щодо існування впливу бюджетної децентралізації та розвитку виробничого бізнесу на рівень добробуту населення у сукупності регіонів країни, проведена за допомогою кластерного аналізу, підтвердила існування відповідних впливів, а також дала змогу пересвідчитись у пріоритетності переробної промисловості для забезпечення заможності населення порівняно з сільськогосподарським виробництвом і добуванням корисних копалин.

Іноземний досвід того, яким чином можна і потрібно дбати про добробут населення у регіонах, вирішувати питання забезпечення його робочими місцями, залучаючи виробничий бізнес та інвестиції, є важливим для сприйняття місцевою владою в Україні. У політичному сенсі доцільно змінити критерії оцінки діяльності посадовців на місцях. Особиста відданість і кумівство загрожують країні животінням у тенетах олігархічно-кланових відносин. Діяльність регіональної влади має оцінюватись за зміною економічних показників регіонів, визначальними серед яких повинні стати приріст валового регіонального продукту і доходів населення, залучення інвестицій та створення робочих місць.

Реалізація управлінської моделі відповідальності регіональної влади за економічний розвиток регіонів активізуватиме незалежні інноваційні ініціативи на місцях, сприятиме віднаходженню ефективних форм забезпечення суспільно-економічного розвитку регіонів. Інституційні рамки децентралізованого державного управління допомагають налагоджувати більш ефективні відносини між місцевою владою, бізнесом і громадою, утверджувати правила і норми, що полегшують умови для

приватних інвестицій та розвитку виробничої діяльності, і тим самим забезпечувати суспільний добробут.

Дієвими чинниками регіонального розвитку могли би стати регіональні програми стимулювання економічного розвитку; заходи з локалізації виробництва і галузевого таргетінгу; заохочення до формування інноваційних виробничих та інфраструктурних кластерів на основі мережевої взаємодії між фірмами; створення спеціальних економічних зон у різних формах (зон вільної торгівлі, технологічних зон розвитку, високотехнологічних промислових зон розвитку тощо) на засадах залучення прямих іноземних інвестицій.

Оздоровлення інвестиційного клімату в регіонах, що відбувається в умовах децентралізації, здатне змінити конфігурацію ринку праці й тим самим посприяти промислому розвитку. Відповідно до сучасних підходів, робоча сила має одержувати необхідні стимули для найкращого прояву своїх трудових здібностей, оскільки це має вирішальне значення для економічного розвитку. Гнучкий ринок праці дозволяє швидко та з низькими витратами переміщувати працівників з одного виду економічної діяльності в інший з урахуванням коливань заробітної плати і без особливих соціальних потрясінь [2]. Ефективні ринки праці мають забезпечувати чіткі та сильні стимули для працівників проявляти кваліфікацію, сприяти розкриттю талантів на робочому місці, а також для дотримання справедливості у діловому середовищі та в оплаті. Сукупність цих чинників позитивно впливає на продуктивність праці і привабливість країни для залучення кваліфікованої робочої сили.

Тривалий час в Україні відбувається вимушена трудова міграція активних громадян за кордон, а здебільшого – до місць зайнятості в обласних центрах, у столиці, з навколишніх сіл і містечок. Економіка країни упродовж останнього десятиліття пережила дві хвилі кризи (у 2008-2009 рр. та 2014-2015 рр.), що зумовило розчарування людей внутрішнім економічним становищем та посилило трудову міграцію. Після декількох міграційних хвиль на роботу за кордон вже виїхало 2-3 мільйони українців [3]. Тенденція до міграційного виходу кваліфікованого населення з України зберігатиметься. Аналітики прогнозують втрату майже 1,5% трудових ресурсів у 2019 році [4]. Тож трудова міграція надалі створюватиме тиск на внутрішній ринок праці.

Промисловість України потерпає від втрати працівників. Навіть нині, на фоні уповільненого післякризового відновлення зайнятості у промисловості зменшується. Динаміка скорочення чисельності зайнятих у промисловості далеко випереджає темпи падіння виробництва: якщо індекс промислової продукції становив 70% у 2017 р. порівняно з 2007 р., то чисельність працівників – 61% (рис. 1).

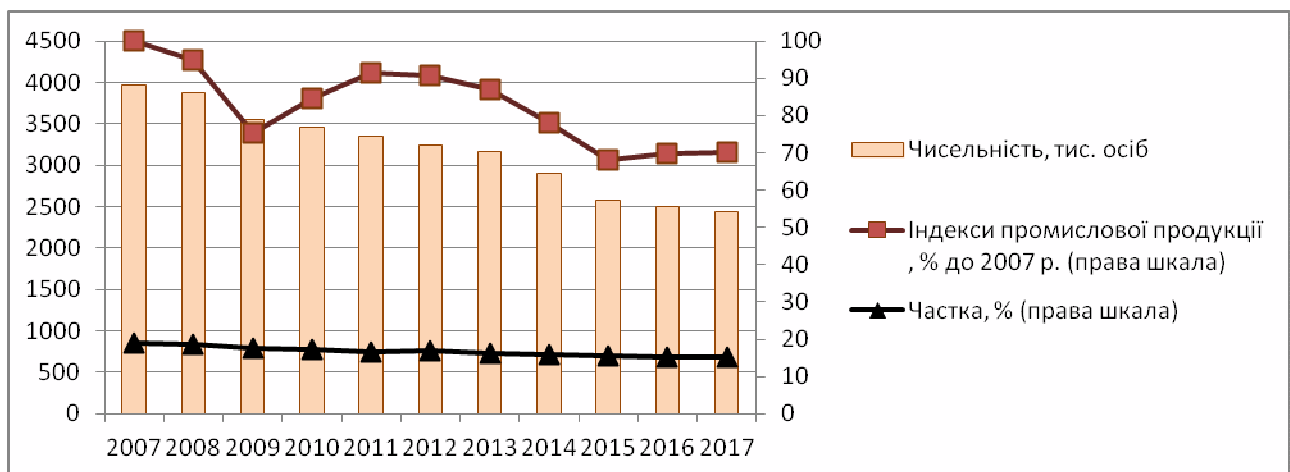


Рис. 1. Індекси промислової продукції, зайняте населення у промисловості та його частка у загальній зайнятості в Україні у 2007-2017 роках

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Промисловості не вистачає працівників навіть при підвищенні продуктивності праці. Скорочення зайнятості відбувається у різних секторах промисловості, а потреби у кваліфікованих працівниках різних професій задовольняються дедалі гірше. Структурна невідповідність кадрового забезпечення потребам, незбалансованість промислового сегмента ринку праці обмежує розвиток галузі.

Залучати інвестиції, відкривати конкурентоспроможні виробництва та створювати робочі місця можна навіть у найвіддаленіших містечках чи селах. Як свідчить практика, коли у донедавна депресивні місцини приходять інвестори і відкривають нові виробництва, там відбувається економічне пожвавлення. Упродовж останніх років у різних регіонах країни стало до ладу багато нових підприємств переробної промисловості, що працюють за прогресивними технологіями [1]. Інвестування у створення осередків нової індустрії здійснюється здебільшого на основі приватних ініціатив із залученням внутрішніх і зовнішніх фінансових ресурсів. Нові підприємства використовують інноваційні технології у традиційних і сучасних видах виробництв. З'являються високотехнологічні підприємства, зокрема, з виробництва електронного устаткування (завод сінгапурської компанії Flextronics у місті Мукачеве Закарпатської області; фабрика Jabil у селі Розовка під Ужгородом). Тож стан економіки регіонів можна і потрібно змінювати на краще, а ключем до цього повинна стати розбудова нового промислового сектора на основі технологій Індустрії 4.0.

Відкритість українського ринку праці та долученість до європейського ринку загострює конкуренцію за працівників. Водночас відставання рівня зарплат порівняно з сусідніми країнами посилює ризики трудової еміграції, що зумовлює поглиблення дефіциту робочої сили та змушує українських роботодавців поліпшувати умови оплати праці.

Вочевидь, надалі відбуватиметься перелив трудових ресурсів до інноваційних видів промислової діяльності із тих секторів економіки, що переживають стагнацію. Дія цих факторів визначатиме на перспективу вектор зміни пропорцій трудових доходів працівників промисловості, реалокатії робочої сили від низько- до високопродуктивної діяльності, підвищення мобільності робочої сили, удосконалення системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів.

Перевірку гіпотези щодо впливу витрат праці на промисловий розвиток на часовому проміжку 2003-2017 рр. було здійснено в рамках трифакторної виробничої функції. Незалежними змінними моделі (1) обрано витрати ресурсів праці та капіталу, що використовуються у промисловості, а також технологічного ресурсу як особливого фактора промислового розвитку. Зокрема, витрати праці оцінено за показником (ZLF), що визначений як здобуток чисельності зайнятих у промисловості та середньомісячної заробітної плати у розрахунку на рік, обсяг капіталу (OZP) представлено вартістю основних засобів галузі, а технологічний чинник - витратами на інноваційну діяльність (ID). Залежна змінна (MV) відображає випуск, тобто обсяг доданої вартості, створеної у промисловості.

$$MV = 1.417432 * ZLF + 0.025110 * OZP + 7.014162 * ID + 625.7297 * C \quad (1)$$

Prob. t-Statistic	0.0000	0.0031	0.0001	0.9438
R-squared	0.990489	DW	2.607137	Prob(F-statistic) 0.000000

Модель є адекватною, формальні тести (щодо відсутності автокореляції першого та вищих порядків, гетерокседастичності) підтверджують її коректність. Модельні оцінки з високою статистичною значущістю свідчать про те, що ресурси праці, капіталу та інноваційних технологій позитивно впливають на зміну доданої вартості промисловості.

Аналізуючи весь 15-річний період, бачимо, що на збільшення витрат ресурсу праці на 1 млн грн промисловість реагувала зростанням доданої вартості в середньому на 1,4 млн грн, на таке ж збільшення витрат ресурсу основних засобів – на 25,1 тис. грн., а вже на підвищення витрат на інновації - на 7 млн грн.

Моделльні оцінки підтверджують впливовість чинників праці, капіталу та технологій на промисловий випуск у довгостроковому періоді. З огляду на це, економічна політика (зокрема, такі її аспекти як промислова, трудова та інноваційна політика), яку проводить центральна та регіональна влада, відіграє вагомую роль у формуванні передумов для розвитку промисловості та забезпечення зайнятості населення.

Список використаних джерел:

1. Шовкун І.А. Промисловий розвиток в умовах децентралізації: досвід провідних індустріальних країн і висновки для України. *Економіка і прогнозування*. 2018; 4. С. 40-66. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2018.04.007>
2. *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. World Economic Forum. URL: <http://www3.weforum.org>
3. Українці шукають роботу за кордоном через низьке економічне зростання, - МВФ. *FINANCEUA*. 13.01.2019. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/441724/ukrayintsi-shukayut-robotu-za-kordonom-cherez-nyzke-ekonomichne-zrostannya-mvf>
4. Україні напроорокували лідерство у втраті робочої сили. *FINANCEUA*. 11.01.2019. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/441861/ukrayini-naprorokovali-liderstvo-u-vtrati-robochoyi-syly>

СЕКЦІЯ 5.
ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ТА РЕГУЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ГОСПОДАРСЬКИМИ ПРОЦЕСАМИ

УДК 658.153.014.1

М.В. ІГНАТИШИН
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
В.В. ШЕРШУН
студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ТА МЕТОДИ
ОЦІНЮВАННЯ ЇХ РУХУ

В умовах поглиблення ринкових реформ в економіці України особливого значення набувають питання забезпечення життєдіяльності підприємств. Процес одержання грошових надходжень і здійснення грошових виплат (формування вхідних і вихідних грошових потоків) є передумовою безперервного та стабільного функціонування підприємства.

Розкриття сутності поняття грошового потоку потребує визначення класифікаційних ознак з метою встановлення напрямів управління ними у процесі поточної діяльності підприємствах [1].

Виокремлюють п'ять основних класифікаційних ознак грошових потоків (рис. 1).

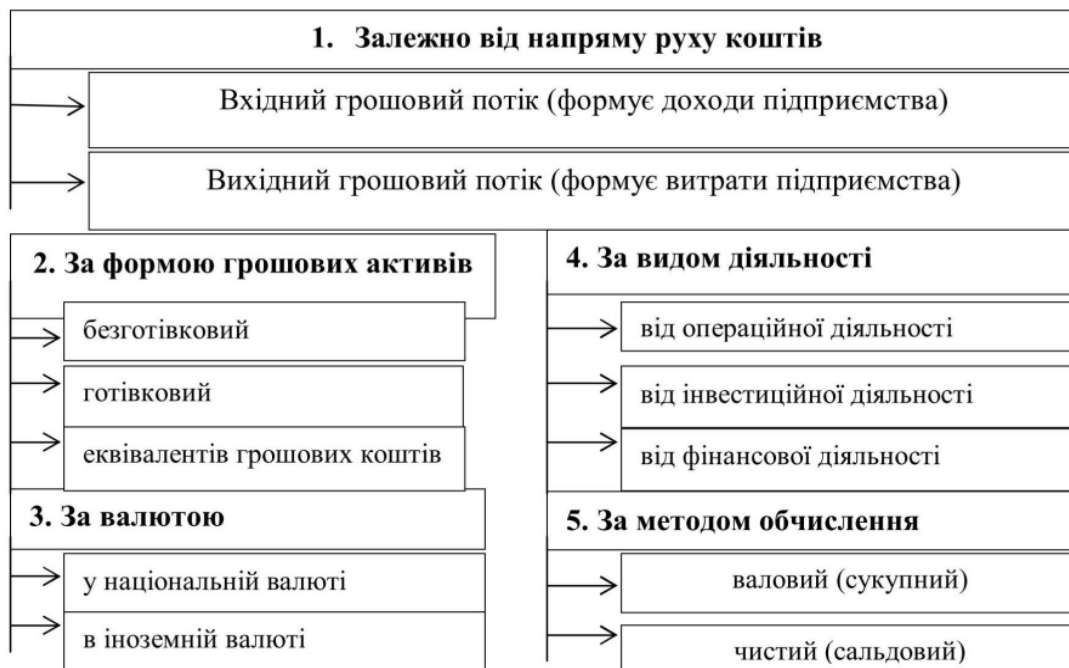


Рис. 1. Класифікація грошових потоків за даними бухгалтерського обліку та фінансової звітності

Грошові потоки є багатоплановою економічною категорією, що включає в себе різні його види [2].

Розглянута класифікація дозволяє цілеспрямовано здійснювати облік, аналіз і планування грошових потоків різних видів грошових потоків на підприємстві та потребує розкриття існуючих методичних підходів з метою їх аналізу й управління ними. У процесі аналізу руху грошових коштів використовуються прямий і непрямий методи його здійснення. Переваги і недоліки методів оцінювання руху грошових потоків наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки методів оцінювання руху грошових потоків	
<i>Переваги прямого методу</i>	<i>Недоліки прямого методу</i>
1. Дозволяє отримати інформацію про структуру поточних надходжень грошових коштів і реальних виплат підприємства. 2. Підходить для потреб короткострокового фінансового планування і розрахунку прибутків (збитків) внутрішніми користувачами. 3. Позбавлений неточностей. 4. Інформацію про грошові потоки можна використовувати в управлінні підприємством і контролі за рівнем ліквідності. 5. Відносна простота розрахункових операцій.	1. Неможливість виділити грошові потоки від операційної діяльності всередині окремих підрозділів підприємства, які не знаходяться на окремому балансі. 2. Підприємства не мають можливості виявити причини проблем в утворенні грошових потоків.
<i>Переваги непрямого методу</i>	<i>Недоліки непрямого методу</i>
1. Дозволяє простежити трансформацію чистого прибутку в чистий грошовий потік від операційної діяльності. 2. Існуючі методи ведення обліку спрямовані на застосування принципу нарахувань доходів і витрат. 3. Приблизний звіт може бути складений на базі річної звітності підприємства.	1. Значна трудомісткість складання. 2. Надходження грошових коштів у вигляді виручки від реалізації та поточні грошові витрати на операційну діяльність випускаються з поля зору.

Джерело: складено за даними [3]

Підсумовуючи можна констатувати, що прямий метод спрямований на одержання даних, що характеризують як валовий, так і чистий потік коштів підприємства у звітному періоді. Непрямий метод з аналітичного погляду дає змогу пояснити причини розбіжностей між фінансовими результатами і вільними залишками готівки.

Слід зазначити, що такий вид аналізу набуває все більшого значення та розповсюдження у сучасних умовах господарювання підприємств, що і визначає актуальність подальшого розроблення конкретних практичних аспектів його організації.

Список використаних джерел:

1. Павловська М. В. *Теоретичні аспекти визначення сутності поняття грошових потоків* / М.В. Павловська // *Фінанси підприємств*. – 2012. – № 4. С.65–68.
2. Смородова Н.М. *Грошові потоки як один з основних елементів дослідження в системі аналізу та управління підприємством* / Н.М. Смородова С.В. Шубіна, І.В. Без'язична // *Вісник університету банківської справи Національного банку України*. – 2010. – №1(7). – С. 70–74.
3. Лігоненко Л.О., Ситник Г.В. *Управління грошовими потоками: навч. посібник.* / Л.О. Лігоненко, Г.В. Ситник. – К.: *Нац. торг. екон. ун-т*, 2005. – 255 с.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ»

Фінансовий контроль є складовою державного управління, одним із напрямів управлінської діяльності держави, інструментом реалізації її політики. В непростих сучасних умовах становлення ринкової економіки контрольна функція фінансів є особливо актуальною. Це зумовлено і певною специфікою цієї діяльності, що дозволяє активно впливати на економічні процеси. Функціонування ефективної, якісної та прозорої системи державного фінансового контролю значно підвищує рівень довіри до держави як власних громадян, так і зарубіжної спільноти, а також створює необхідні умови для розвитку бізнесу, економічного зростання країни, формування сприятливого інвестиційного клімату тощо.

Термін «фінансовий контроль» тісно пов'язаний з такими поняттями, як «фінанси» і «контроль», тому для з'ясування сутності самого фінансового контролю потрібно визначити сутність цих понять.

У науковій літературі вказується, що слово «контроль» походить від французького «controle», що означає «перевірка». Разом з тим, французьке controle (count + role) утворилося від латинського префікса contra, що означає протидія, і слова role, яке означає виконання якоїсь дії. Тобто слово «контроль», крім значення перевірки чи нагляду з метою перевірки, у своєму змісті має також значення протидії чомусь небажаному. З усіх існуючих тлумачень цього терміна найбільш прийнятним, на нашу думку, є визначення В.М. Гаращука, який відзначає, що слово «контроль» більш правильно тлумачити як перевірку, а також спостереження з метою перевірки для протидії чомусь небажаному, тобто виявлення, попередження та припинення протиправної поведінки [1, с. 224].

Контроль (у широкому розумінні) – процес цілеспрямованого впливу на об'єкти управління, який передбачає систематичний нагляд, спостереження за їх діяльністю для виявлення відхилень від установлених норм, правил, вимог чи завдань у процесі їх виконання.

У науковій літературі, нормативних актах вживаються різноманітні терміни: «фінанси», «приватні фінанси», «державні фінанси», «фінанси органів місцевого самоврядування», «публічні фінанси». Останні чотири є похідними від комплексного, загального поняття «фінанси». Досить часто ці терміни ототожнюють, що не сприяє розумінню сутності поняття фінансів. Наприклад, Б.М. Сабанті вважає, що фінанси – це система грошових відносин з приводу формування і використання фондів, необхідних державі для виконання своїх функцій, Л.А. Дробозіна визначає фінанси як економічні відносини, що пов'язані з формуванням, розподілом і використанням централізованих і децентралізованих фондів коштів з метою виконання функцій і завдань держави, забезпечення розширеного відтворення [2, с. 139].

У вітчизняній науці фінансовий контроль розглядається як різновид контролю, що здійснюється відповідними органами державного фінансового контролю і полягає у встановленні фактичного стану справ щодо дотримання вимог чинного законодавства на підконтрольному об'єкті, спрямований на забезпечення законності, фінансової дисципліни і раціональності в ході формування, розподілу, володіння, використання та відчуження активів, що належать державі, а також використання коштів, що залишаються у суб'єкта фінансових правовідносин у зв'язку з наданими пільгами за платежами до

бюджетів, державних позабюджетних фондів та кредитів, отриманих під гарантії Кабінету Міністрів України.

Стефанюк І., розглядаючи фінансовий контроль на макрорівні, приходять до висновку, що він є «інструментом підвищення ефективності економіки, забезпечення обсягу фінансових ресурсів відповідно до визначених законодавством параметрів, повноти сплати податків і обов'язкових платежів, блокування діяльності, що загрожує національній безпеці, монополізує ринки, спрямована на організацію забороненого державою виробництва товарів і надання послуг, несе в собі значні соціальні загрози, які зачіпають інтереси великих груп громадян, порушує законні інтереси держави, суб'єктів господарювання та суспільства в цілому» [3, с. 12].

Вороніна Л.І. і Шохін С.О. розглядають фінансовий контроль як систему нагляду, вважаючи, що це багатоаспектна, міжгалузева система нагляду, наділена контрольними функціями державних і громадських органів щодо фінансово-господарської діяльності підприємств, установ і організацій з метою об'єктивної оцінки економічної ефективності цієї діяльності, визначення законності й доцільності господарських і фінансових операцій та виявлення резервів доходів державного бюджету [1, с. 223].

Група авторів, трактуючи поняття фінансового контролю на мікрорівні, визначає, що він є «інструментом забезпечення дотримання правил ведення бухгалтерського обліку й фінансової звітності, соціальних гарантій та своєчасної виплати заробітної плати, стандартів ціноутворення і встановлення тарифів, платіжної дисципліни, запобігання фіктивним фінансовим операціям і фактам відмивання брудних грошей, попередження та усунення фактів незаконного, нецільового й неефективного використання бюджетних коштів, що передані суб'єктам господарювання, фінансових ресурсів, які ці суб'єкти додатково отримують за пільгами з оподаткування, а також забезпечення дотримання порядку й процедур державних і комунальних закупівель, виявлення нецільового й неефективного використання майна державної і комунальної власності, нецільового використання кредитів і позик, отриманих під гарантії уряду» [3, с. 15].

Спроби надати визначення поняття фінансового контролю робилися і робляться також і в юридичній літературі. Так, на думку І.Хімічевої, фінансовий контроль – це контроль за законністю та доцільністю дій в галузі утворення, розподілу та використання грошових фондів держави та муніципальних утворень з метою ефективного соціально – економічного розвитку держави та регіонів.

Пацюрський П.С. визначає фінансовий контроль як цілеспрямовану діяльність законодавчих і виконавчих органів публічної влади і недержавних організацій, спрямовану на забезпечення законності, фінансової дисципліни і раціональності в ході мобілізації, розподілу і використання коштів централізованих і децентралізованих грошових фондів держави з метою найефективнішого соціально-економічного розвитку всіх суб'єктів фінансових правовідносин.

На наш погляд, фінансовий контроль – це регламентована нормами права діяльність державних, місцевих, муніципальних, громадських органів та організацій, інших господарюючих суб'єктів щодо перевірки своєчасності й точності фінансового планування, обґрунтованості й повноти надходжень дохвів у відповідні фонди грошових коштів, правильності та ефективності їх використання.

Сутність фінансового контролю знаходить своє відображення й у його завданнях, а саме:

- перевірка своєчасності й повноти виконання контрольованими суб'єктами фінансових зобов'язань перед державою та органами місцевого самоврядування;
- перевірка виконання органами державної влади й місцевого самоврядування покладених на них функцій з формування, розподілу й використання грошових фондів;
- перевірка дотримання правильності здійснення фінансових операцій, схоронності коштів і матеріальних засобів;

- перевірка правильності й ефективності використання публічних грошових фондів;

- виявлення й усунення порушень фінансової дисципліни;
- попередження порушень законності у сфері фінансової діяльності, забезпечення відшкодування матеріальних збитків, виявлення винних осіб і залучення їх до відповідальності;

- виявлення внутрішніх резервів виробництва – підвищення його ефективності, найощадливішого використання матеріальних і грошових ресурсів [2, с. 140].

Окремими авторами акцентується увага і на суб'єктах фінансового контролю (державні органи, а в деяких випадках і недержавні органи, наділені законом відповідними повноваженнями). Втім, на наш погляд, з огляду на те, що фінансовий контроль можливий за наявності як контролюючого, так і контрольованого, до його суб'єктів слід відносити не лише суто контролюючі органи, а й контрольовані структури в усьому розмаїтті їх прояву.

Ключові вимоги, яким повинна відповідати система фінансового контролю:

- комплексність і пріоритетність
- якісне інформаційне забезпечення
- економічна ефективність
- єдність та оптимальний рівень централізації
- безперервність розвитку та вдосконалення контролю
- регламентація
- підконтрольність кожного суб'єкта
- чітка взаємодія всіх підсистем та координація дій для вирішення завдань фінансового контролю
- компетентність і сумління контролерів.

Цілком можна погодитися і з вітчизняними вченими, на думку яких, ефективне функціонування системи державного фінансового контролю можливе за умови реалізації таких принципів у діяльності контрольних органів:

- достатності законодавчо встановлених повноважень для контрольних органів гілок державної влади;

- об'єктивності органів загальнодержавного фінансового контролю і гласності їх діяльності;

- невідворотності покарання за порушення податкового і бюджетного законодавства;

- плановірності в системі добору об'єктів фінансового контролю, заснованій на циклічності (періодичності) перевірок;

- консолідованої взаємодії органів загальнодержавного фінансового контролю, здійснюваного в формі спільних перевірок, інших організаційних формах тимчасового характеру як по лінії однойменних різнорівневих органів, так і по лінії різнойменних органів, функціонуючих на одному рівні – державному, регіональному, муніципальному.

Список використаних джерел:

1. Бедринець М. Розвиток державного внутрішнього фінансового контролю в Україні / М. Бедринець // *Фінанси України*. – 2014. – № 2. – С. 223–227.

2. Виходець, Ю. А. Проблеми удосконалення системи державного фінансового контролю в Україні [Текст] / Ю. А. Виходець // *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. – 2013. – № 16 (205). – С. 139–144.

3. Стефанюк І. Б. Державний фінансовий контроль: проблеми ідентифікації й визначення системи / І. Б. Стефанюк // *Фінанси України*. – 2011. – № 11. – С. 12–19.

ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Кризові явища в економіці країни значною мірою впливають на розвиток та функціонування банківських установ. Постійні ризики, викликані макроекономічними чинниками, актуалізувало необхідність залучення додаткових, інноваційних інструментів підтримки життєздатності та підвищення ефективності операційної діяльності.

Конкуренція між гравцями на ринку банківських послуг стає жорсткішою. На нашу думку, основні майбутні виклики залишаються у сфері активності, вміння виживати та змінюватись, швидко реагувати на зміни ринкової ситуації. Виживе та вийде переможцем тільки той, хто глибоко знає ринок, добре орієнтується в сучасних тенденціях, спостережливий та вміє приймати зважені рішення у стислі терміни. Тому важливою є достатня ліквідність без завищених ризиків концентрації, добра керованість банку як багаторівневої системи, висока продуктивність праці персоналу, технологічна досконалість та інноваційність організації операційної діяльності. В цьому аспекті вважаємо перспективним впровадження в практику діяльності сучасних банківських установ інноваційного наукового інструментарію банківської логістики.

Дослідженням питання логістизації банківської діяльності займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, зокрема, І. І. Борисенко, Н. А. Захарова, Н.М. Внукова, А. І. Семененко, С.О. Колодізева тощо. Незважаючи на суттєві наукові результати, пошук пріоритетних підходів до ефективного здійснення банківської логістики у сучасних умовах є надзвичайно актуальним.

Практично всі напрями банківської діяльності можна розглядати з позицій логістики. Якщо мета функціонування логістичної системи промислового підприємства, де основним елементом дослідження є матеріальний потік, виступає максимізація економічного прибутку, то основна мета банку – створення умов для оптимального руху фінансових (грошових) потоків з метою отримання економічної вигоди.

Банківська логістика призначена для вирішення широкого кола оптимізаційних завдань щодо формування ресурсів банківських установ, достатніх для кредитування поточних потреб суб'єктів господарювання та оптимальних з точки зору їх структури, вибору ефективних методів управління ними, формування відповідних резервів, підтримки власної ліквідності тощо. Деякими науковцями банківська логістика трактується як процес оптимізації руху грошових потоків клієнта з метою ефективного їх використання, виходячи з потреб клієнта шляхом побудови спеціальної внутрішньобанківської організаційно-функціональної інфраструктури[1].

Інші науковці тлумачать банківську логістику як концепцію управління ланцюгами постачань. З точки зору комерційного банку, логістичний ланцюг є певною послідовністю дій від моменту залучення до розміщення фінансових ресурсів. Функціонування ланцюга постачань у банку вимагає узгоджених дій персоналу, вмілого використання сучасних інформаційних технологій, взаємодії з клієнтом та іншими суб'єктами і об'єктами фінансового ринку. Тому погоджуємось з думкою Н.М. Внукової та С.О. Колодізевої, що банківська логістика – це управління ланцюгами постачань

фінансових ресурсів, де ланками виступають клієнти, банки, інші суб'єкти фінансового ринку та суб'єкти господарювання [2].

З огляду на це, логістизацію банківської діяльності слід розглядати як процес планомірного і послідовного здійснення комплексу економічних, технічних, організаційно-правових заходів довготривалого і поточного характеру по проектуванню, створенню, забезпеченню раціонального функціонування системи регулювання потокових процесів у банківській установі [3].

Банківській логістичній притаманні практично всі властивості логістичних систем матеріальної економіки, а саме, мінливість, складність, ієрархічність, адаптивність, цілісність, стійкість, структурованість, цілеспрямованість, оптимальність [3].

Логістизація діяльності банку може стосуватись як пасивних операцій, пов'язаних з мобілізацією фінансових ресурсів – залученням банком грошових коштів зі сторони, від інших організації та осіб, так і активних, що стосуються розміщення наявних у банку грошових коштів шляхом наданням кредитів організаціям та фізичним особам, інвестуванням у різні галузі економіки тощо.

Ознакою зрілості та завершеності побудови логістичної системи є перехід від епізодичного використання тих чи інших інструментів логістики для виконання окремих банківських задач до виконання основних банківських функції на підставі логістичного підходу [4].

Проведений аналіз операційної діяльності АТ «Ощадбанк» - однієї з найбільших фінансово-банківських установ в Україні, яка стабільно працює в умовах постійної конкуренції на ринку банківських послуг та прагне бути сучасним конкурентоспроможним банком, дозволив виявити інтенсивне використання у системі менеджменту елементів логістичних технологій. До логістичних аспектів діяльності АТ «Ощадбанк» на сьогоднішньому етапі розвитку можна віднести: логістичний підхід до управління активними та пасивними операціями банку; оптимізацію територіального розташування філій та безбалансових відділень банку; використання інформаційних систем; банківський сервіс тощо.

Використання інноваційних логістичних технологій у практиці АТ «Ощадбанк», зокрема при управлінні кредитними та депозитними операціями роздрібною і корпоративного бізнесу, дає позитивні результати, що свідчить про їх дієвість.

Логістична природа банківського сервісу найбільш виявляється у наступних його видах: інтернетизація банківських послуг, еквайрінг, грошові перекази, послуги щодо реструктуризації кредиторської заборгованості.

Завдяки активному розвитку інформаційних технологій на ринку банківських послуг України, клієнти банків поступово переходять на новий вид зручного та простого сервісу - дистанційне банківське обслуговування. До такого обслуговування належать: інтернет-банкінг; телефонний банкінг; наявність веб-сайту; наявність довідкового центру.

У 2018 року АТ «Ощадбанк» першим в Україні почав використовувати глобальну технологію SWIFT gpi для зручності клієнтів. Завдяки використанню цього інноваційного сервісу міжнародні розрахунки через Ощадбанк стали більш швидкими та прозорими, а додаток gpi Tracker дає можливість банку відстежувати міжнародні платежі в режимі онлайн. Майже половина gpi-платежів зараховується протягом 30 хвилин, майже 100% платежів – протягом 24 годин.

Крім того АТ «Ощадбанк» використовує наявні та впроваджує у свою діяльність інноваційні банківські логістичні технології. Так, у АТ «Ощадбанк» можна відзначити подальший розвиток напряму Cash Management, який дозволяє здійснювати об'єднання банківських продуктів з управлінням грошовими потоками.

АТ «Ощадбанк» вже давно запустив безпечний сервіс самообслуговування Ощад 24/7. За допомогою цього сервісу клієнт може без комісій сплачувати усі види платежів,

контролювати рух своїх коштів, купляти онлайн-квитки та здійснювати багато інших операцій.

Крім того Ощадбанк запустив мобільний платіжний додаток «Ощад РАУ» для здійснення безконтактних платежів смартфонами. Впровадження NFC-технології для здійснення платежів смартфонами в торговельно-сервісній мережі - черговий крок Ощадбанку в розвитку безконтактних розрахунків та логістизації операційної діяльності. Skorистатись додатком «Ощад РАУ» можуть користувачі карток Visa та MasterCard від АТ «Ощадбанк». Для цього достатньо завантажити додаток у PlayMarket, додати картку (кілька карток) Ощадбанку і розраховуватись у терміналах, що підтримують технологію безконтактних платежів.

Впроваджуються інноваційні технології contactless у громадському транспорті: в метро, трамваях, тролейбусах і автобусах. Ощад емітує картки містян, найпопулярнішою з яких є картка киянина, куди «зашиваються» соціальні програми та адміністративні послуги муніципалітетів

Логістизація операційної діяльності АТ «Ощадбанк» проявляється також через «активне життя» у соцмережах. Банк має офіційні сторінки у фейсбуці та інстаграмі. У соціальних мережах банк часто проводить так звані розіграші за репости, підтримуючи таким чином зв'язки з потенційними постачальниками грошових потоків, тобто клієнтами. Суть в тому, що користувач інстаграму повинен поширювати інформацію, яка розміщена на сторінці Ощадбанку, за що він отримує призи.

Ощадбанк продовжує розширювати канали комунікацій з клієнтами. Тепер користувачі Telegram можуть зв'язатися з банком за допомогою чат-бота. На черзі - запуск чат-бота в Messenger Facebook. В першу чергу віртуальний помічник пропонує скористатися сервісами самообслуговування для власників платіжних карт. Стандартний перелік сервісів: перевірка балансу карткового рахунку та рахунку мобільних заощаджень, замовлення виписки на електронну скриньку, перевірка стану заборгованості по картковому рахунку, блокування або активація картки, зняття ліміту, і т.п.

Логістизація діяльності АТ «Ощадбанк» повинна відбуватися також через впровадження сучасних інформаційних систем. За останній період у АТ «Ощадбанк» розпочаті проекти з удосконалення технічної бази для забезпечення операційної діяльності банку та створення єдиної системи консолідованого збереження даних.

Проте з метою подальшого удосконалення внутрішньобанківської логістики доцільно більш інтенсивно використовувати інформаційні системи, в основі яких лежить формалізація інформаційних потоків для підтримки і забезпечення рівномірного навантаження спеціалістів, а також контролю своєчасного виконання звернень користувачів із очікуваною якістю. Формалізація виконання завдань, реєстрація та їх контроль через єдину точку входу, узгодження термінів виконання звернень, можливість проведення аналізу та виявлення проблем в інформаційних системах дозволять поліпшити якість щоденної роботи співробітників банку та комунікації з бізнес-підрозділами .

Таким чином, в результаті дослідження організації діяльності АТ «Ощадбанк» за логістичним підходом, було встановлено, що банк застосовує його до багатьох аспектів своєї діяльності, що виявляється, перш за все, у інноваційних банківських логістичних технологіях, банківському сервісі, використанні інформаційних систем, розробці програм з оптимізації використання коштів банку. Слід зауважити, що хоча логістичний підхід охоплює ще не всі аспекти функціонування АТ «Ощадбанк», можна достатньо впевнено стверджувати, що у майбутньому саме використання логістики уможливить вихід банку з кризи та зайняття ним провідних позицій на ринку банківських послуг України.

Список використаних джерел:

1. Банковская логистика финансового менеджмента клиента [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://finmanagers.ru/>
2. Внукова Н.М. Удосконалення організації діяльності банків за логістичним підходом / Н.М.Внукова, С.О.Колодізева // [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://fkd.org.ua/article/download/29130/26239>
3. Груша О.В. Підвищення ефективності банківської системи України за допомогою інструментарію логістики // <http://www.nbuv.ua/>
4. Захарова Н.А. Логистика в банковском предпринимательстве [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ecsoctan.edu.ru/images/pubs/2003/11/20/0000132104/yaharowa.pdf>

УДК 336.76

Г.Т. МИХАЛЬЧИНЕЦЬ

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Черничко Т.В.,

Мукачівський державний університет,

м. Мукачево, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Сучасний глобальний розвиток фінансового середовища характеризується процесами емітування та освоєння нових інноваційних фінансових інструментів та їх похідних або об'єднання. Такі процеси покликані забезпечувати основну їх функцію управління фінансовими потоками та ризиками, зменшуючи часові та трансакційні витрати.

Проте, через їх інноваційність та новітню практику можуть виникати нові мутуючі ризики, характерними ознаками яких є їх генерація та концентрація на фінансовому ринку.

Трансформаційні та інтеграційні процеси, які відбуваються на фінансовому ринку України, передбачають розвиток фінансового інструментарію та використання найкращих світових надбань у сфері фінансової інноваційної діяльності [3].

Для України впровадження інноваційних фінансових інструментів є важливим, адже для того щоб фондовий ринок виконував своє головне завдання- це акумулювання фінансових ресурсів та їх перерозподіл, потрібно забезпечити його ефективність, впровадити заходи щодо його контролю та розширити перелік наявних на сьогодні в обігу цінних паперів [1].

Фінансова інновація – це нові фінансові інструменти та фінансові технології. Інноваційна складова фінансового інструменту полягає у виконанні двох основних умов: необхідної та достатньої. Необхідною умовою є модифікація базового активу як основоположного інструменту фінансового інжинірингу [3].

Модифікація полягає у:

- гібридності базових активів;
- структурованості базових активів;
- представленні базових активів як реальних активів на противагу фінансовим зобов'язанням [6, с. 35].

Важливою умовою інноваційності є усунення спекулятивної діяльності. Для фінансових інструментів характерним є отримання великого прибутку. Якщо країна зможе усунити спекулятивний елемент, тоді фінансові інструменти зможуть управляти ризиками в економіці і отримувати помірні прибутки в довгострокових проектах, як один з механізмів подолання кризових явищ в країні. Отже, Україна ще не достатньо використовує зарубіжний досвід в сфері фінансових інструментів.

В Україні наявний економічний потенціал і він дає перспективи для впровадження інноваційних фінансових інструментів. Дані перспективи пов'язані з необхідністю розвитку в Україні похідних фінансових інструментів і розробленням законів, які будуть регулювати дані фінансові інструменти [2].

До інновацій фінансових продуктів та інструментів можна віднести: інструменти хеджування – фінансові ф'ючерси, опціони, свопи тощо; продукти та послуги – фінансовий лізинг, факторинг, трастові операції, цінні папери тощо; спеціальні фінансові послуги – злиття та поглинання, проектне фінансування, портфельний менеджмент тощо; інновації в способах фінансування та реалізації – сек'ютеризація, сек'ютеризація активів, неттинг, створення пулів тощо[5].

У біржовій діяльності для зниження кредитних ризиків фінансово-кредитних організацій варто звернути увагу на новий фінансовий інструмент – інноваційний лізинговий ф'ючерс. Першою стороною виступає власник майна (лізингодавець), другою – користувач майна (лізингоотримувач), третьою – продавець (постачальник) майна, четвертою – сторонній продавець ф'ючерсу. Застосування інноваційних похідних інструментів ринку цінних паперів дасть змогу підприємствам, що надають лізингові послуги чи користуються ними, розширити сферу діяльності, збільшити ефективність і кількість операцій, які проводяться за рахунок коштів, отриманих на фондовому ринку [2]

На базі іпотечного кредиту з'явився похідний фінансовий інструмент (дериватив), тобто такий, ціни або умови якого базуються на відповідних параметрах іншого фінансового інструменту, що буде базовим, зокрема іпотечних застав. Утім, в Україні ринок застав поки що остаточно не сформований. Слід звернути увагу й на інші інструменти – іпотечні облігації та сертифікати участі. Сертифікат участі – зовсім новий цінний папір для нашого ринку, котрий передбачає складніший фінансовий механізм. Кожен покупець цінного папера має свою частку в загальній власності на майно, що становить «покриття» сертифіката. Його власник є ніби власником іпотечних кредитів та водночас засновником і набувачем за договором довірчого управління цим майном. Він отримує майже всі кошти, які виплачує за кредитом позичальник, за вирахуванням винагороди керівника [4, с. 111–116].

Отже, з метою поліпшення інвестиційного клімату в Україні та регенерації фінансових потоків, доцільно імплементувати в українське законодавство європейські стандарти; збільшити пропозицію інноваційних фінансових інструментів, урегулювати державне регулювання їх емісії та обігу.

Список використаних джерел:

1. *Верхола А.В. Інструменти гібридного капіталу та перспективи їх впровадження в Україні / А.В. Верхола, С.М. Дідик // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – Т. 1. – С. 132-135.*
2. *Гайдук Л. А Інноваційні фінансові інструменти залучення інвестицій юридичних осіб Наукові праці НДФІ - 2014 - № 2 (67) с. 95.*
3. *Кучер Т.Л. Інноваційні інструменти фінансового ринку / Т.Л. Кучер // Київ – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.04/Dis_kucher.pdf*
4. *Москвин В. Н. Государственные и рыночные механизмы управления недвижимостью через финансовые институты / В. Н. Москвин, И. С. Бессараб // Сб. материалов VIII Междунар. науч. конгресса «Интерэкспо ГЕО-Сибирь», 10–20 апр. 2012 г., г. Новосибирск : в 4 т. Т. 3. – Новосибирск : СГГА, 2012. – С. 115–120.*
5. *Пантелєєва Н.М. Інновації на фінансовому ринку України /Н.М.Пантелєєва/ ROCZNIKI WYDZIAŁU NAUK PRAWNYCH I EKONOMICZNYCH KUL Tom VII, zeszyt 2 – 2011 с. 61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tnkul.pl/files/userfiles/files/RNPiE2011z2_055-067_Panteleeva.pdf*
6. *Підвисоцький Я. В. Інноваційна складова сучасних міжнародних фінансових інструментів [Текст] / Я. В. Підвисоцький // Актуальні Проблеми Економіки. – 2011. – №4. – С. 32-38.*

СЕКЦІЯ 6.
УПРАВЛІННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.012

І.А. БЕРЖАНІР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНО-
АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ**

Фінансова діяльність, як відомо, нерозривно пов'язана із загальним політичним і економічним станом держави. Володіння достовірною і актуальною інформацією разом з умінням ефективно використовувати адекватні методи її збирання, аналізу і надання, є основою успішної діяльності підприємств і організацій будь-якої організаційно-правової форми. Управління як процес планування, організації, мотивації і контролю, передбачає наявність і єдність двох підсистем – керованої і керуючої.

Важливим аспектом забезпечення економічної обґрунтованості управлінських рішень виступає зміст, якість, склад, а також актуальність інформаційних ресурсів. Саме зазначені елементи, їх наповненість формують підґрунтя для прийняття правильних та своєчасних управлінських рішень.

Концептуального значення в сучасних умовах динамічного розвитку економіки набувають параметри трансформації і використання інформації, які акумулюють зміст терміну «інформаційне забезпечення». Із позицій стратегічного менеджменту інформаційне забезпечення – це, насамперед, процес задоволення потреб користувачів у інформації, необхідній для обґрунтування і прийняття стратегічних рішень [1]. Основою дослідження інформаційно-аналітичного забезпечення системи управління результатами діяльності є взаємозв'язок окремих елементів: інформаційного процесу, інформаційної інфраструктури, інформаційної діяльності, інформаційного продукту, які забезпечують логічність, цілісність та дієвість всієї системи.

Якщо розглядати інформаційно-аналітичну систему з позиції її змісту, то вона складається з чотирьох взаємопов'язаних підсистем – інформаційної, облікової, аналітичної та аудиторської. Базовою в інформаційно-аналітичній системі є облікова підсистема, оскільки саме на її інформаційній основі будується аналіз діяльності підприємства і аудит. Облікова підсистема забезпечує постійне формування, накопичення, класифікацію та узагальнення необхідної інформації. Ці процедури здійснюються відповідно до розробленої методології і технології обліку [2].

Інформаційно-аналітична діяльність – це діяльність, яка, використовуючи можливості інформаційно-аналітичних служб, активно оперуючи інформаційними продуктами і послугами, спрямована на виконання завдання якісно-змістовного перетворення інформації, функціонально перетинаючись у цьому плані з науковою (виробництво нового знання) і управлінською (розробка варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю [3].

Підходи до визначення категорії «інформаційно-аналітичне забезпечення» базуються на пріоритетах наукових концепцій відповідних дослідників:

– інформаційно-аналітичне забезпечення – це сукупність технологій, методів збирання та обробки інформації, що характеризує об'єкт управлінського впливу

(соціальні, політичні, економічні й інші процеси), специфічних прийомів їх діагностики, аналізу й синтезу, а також оцінки наслідків прийняття різних варіантів політичних рішень;

– інформаційно-аналітичне забезпечення – система взаємопов'язаних методів, заходів і засобів (науково-методичного, соціально-політичного, техніко-економічного й організаційно-правового характеру), які реалізують створення і функціонування технології процесу збирання, передачі, переробки, зберігання та видачі (відображення), а також використання інформації з метою здійснення ефективної діяльності в тій чи іншій сфері;

– інформаційно-аналітичне забезпечення повинно об'єктивно відображати стан підприємства на будь-який момент часу і з будь-яким рівнем деталізації, а також враховувати можливі загрози з боку зовнішнього середовища [4].

Істотні відмінності в методологію обліку вносить фактор виділення видів обліку. Бухгалтерський облік поєднано з фінансовим і виробничим обліком. Управлінський облік виступає в якості підсистеми виробничого обліку, і окремі його елементи включені в бухгалтерський та оперативний облік, економічний аналіз, маркетинг, і тісно пов'язані з функціями управління [1].

Облікова інформація, що використовується для прийняття управлінських рішень, мусить бути релевантною, своєчасною і достовірною. Релевантність має задовольняти конкретні інформаційні потреби користувачів. У системі бухгалтерського обліку накопичується багато інформації, але це не означає, що вся ця інформація буде корисною для системи управління [5].

Поняття інформаційної стратегії не можна розглядати окремо від поняття бізнес-стратегії, оскільки принципова різниця між ними полягає у сфері застосування. У першому випадку мова йде про сфери інформаційних банків, а в другому – про бізнес-процеси. Інформаційна система є нерозривною з новітніми технологіями обробки інформації та має бути спроектована відповідно до програмних комплексів, призначених для оптимізації збору, обробки, зберігання інформації, параметрів комунікаційної інфраструктури, принципів і методів організації ІТ-інфраструктури. Формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення має здійснюватися з урахуванням попередньої оцінки впливу інформаційно-комунікаційного комплексу на інтегровані зв'язки та побудову архітектури інформаційної системи. Не зайвим буде залучення сторонніх спеціалістів, здатних ефективно налагодити комунікаційні зв'язки і у подальшому обслуговувати їх зі своєчасним реагуванням на мінливість ринків технологій і запитів користувачів.

База стратегічних даних повинна забезпечувати: прямий доступ користувачів до інформації та можливість її багаторазового використання; максимальний обсяг потрібної інформації для користувачів на всіх рівнях управління; оперативний пошук і видачу інформації згідно із запитом; захист інформації від спотворень; захист від несанкціонованого доступу до інформації [2]. Інформаційна система, як і будь-який структурний елемент управління, схильна до ризиків, оскільки не функціонує як замкнений механізм, а бере активну участь в економічних відносинах, бізнес-процесах, обігу капіталу (мова йде не тільки про матеріальні ресурси). Тому досить логічним є твердження про високу залежність інформації від економічних ризиків.

Аналітична система забезпечує кількісну та якісну оцінку змін, що відбуваються в керованому об'єкті. Вона дозволяє вчасно виявити тенденції розвитку як небажаних, так і прогресивних явищ. На основі різних методик аналізу розробляються варіанти управлінських рішень, які дозволяють загальмувати розвиток негативних тенденцій і створити сприятливі умови для прогресивного сталого розвитку.

Основними принципами інформаційно-аналітичного забезпечення системи управління результатами діяльності є: принцип структурованості; принцип якості;

принцип системності; принцип своєчасності; принцип гнучкості; принцип інтеграційної обробки; принцип методичної єдності; принцип оперативності [5].

Кожен із вказаних принципів враховує специфіку функціонування інформаційно-аналітичного забезпечення для створення сприятливих умов ефективного управління результатами діяльності промислового підприємства.

Інформаційна система управління підприємством залишається найбільш актуальним питанням, оскільки одночасно вирішує питання управління, розвитку, контролю, оптимізації, виходу на нові ринки. Серед провідних науковців не припиняються пошуки ефективних механізмів оптимізації інформаційної системи і визначення напрямів зменшення вартості та часу на формування й використання бази інформаційних ресурсів.

Інформаційне забезпечення системи управління не є самостійним чинником результативності та ефективності, а забезпечує максимальну реалізацію можливостей, потенціалу та перспектив розвитку підприємства. Інформація, технології, засоби захисту окремо від управлінських процесів не створюють конкурентних переваг, не виводять на нові ринки, не оптимізують інвестиційний клімат. Інформаційна система, як і будь-який структурний елемент управління, схильна до ризиків, оскільки не функціонує як замкнений механізм, а бере активну участь в економічних відносинах, бізнес-процесах, обігу капіталу (мова йде не тільки про матеріальні ресурси) [4].

Налаштування інформаційної системи передбачає оптимізацію всіх етапів управління, серед яких центральну позицію займає саме облік як рушійний інструмент обробки й узагальнення інформаційних ресурсів. Існуючий підхід до формування інформації для прийняття управлінських рішень, реалізований на більшості суб'єктів господарювання, набуває функціонального характеру й оцінюється як функція від інформаційного оточення. Помилковою є думка про побудову інформаційної системи на основі організаційної моделі. Базовою є функціональна модель, у межах якої перетворюють вихідні дані, ідентифікують мікропроцеси та встановлюють суттєві взаємозв'язки між ними.

Отже, інформаційний модуль системи є не центром, а функціональною платформою, яка генерує ресурси для побудови бази системи управлінського обліку. Сучасні умови господарювання пред'являють до інформаційно-аналітичного забезпечення нові вимоги, які повинні враховувати постійні зміни зовнішнього середовища та впливати на підвищення ефективності системи управління результатами діяльності промислового підприємства з урахуванням інноваційних інформаційних технологій. Актуалізація інформаційної системи забезпечує пошук і використання нових механізмів для просування компанії на світові ринки, реалізації інвестиційного потенціалу та формування ефективного інноваційного середовища.

Список використаних джерел:

1. Гуцайлюк З. Економічні ризики в інформаційній системі бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2010. №7. С. 8–13.
2. Живко З. Б., Данилович-Кропивницька М. Л. Інформаційна основа прийняття стратегічних управлінських рішень. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №10. С. 69–80.
3. Заяць В. М., Заяць М. М. Структура системи автоматизованого захисту комп'ютерної інформації від стороннього доступу. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №8. С. 250–258.
4. Нападівська Л. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 8–9. С. 78–93.
5. Прохорова О. С. Роль та визначення ефективності використання інформації бухгалтерського обліку та економічного аналізу в процесі прийняття управлінських рішень. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2009. №. 2. С. 137–142.

МОДЕЛЮВАННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ МОДЕЛЕЙ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Моделювання бухгалтерського обліку є досить важливим елементом на підприємстві. Правильно підібрана модель слугує ефективності організації бухгалтерського обліку.

Дослідженням питання моделювання організації бухгалтерського обліку на підприємстві займалися такі вчені: О. Кузнецова, М. Сидорова, Я. Крупка, Ц. Бадмаева, В. Палій, Я. Соколов, О. Малишкін, В. Чиж, В.В. Євдокимов, О. Шапошніков, В. Жук, К.Боримська, Н. Сергеева, В. Осмятченко, В. Івашкевич, М.Г. Чумаченко, М.Ф. Кропивко, З.Ф. Канурна, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович та інші.

На думку В.В. Євдокимова основним завданням моделювання системи бухгалтерського обліку є дії, пов'язані зі збором, обробкою даних та їх узагальненням у вигляді облікової інформації, сутність якої має відповідати вимогам релевантності та потребам і запитам користувачів [1].

Моделювання бухгалтерського обліку здійснюється як на макрорівні так і на мікрорівні. Кожному рівню відповідає відповідна модель. Розглянемо класифікацію моделей бухгалтерського обліку на макро- та мікрорівнях (рис. 1).

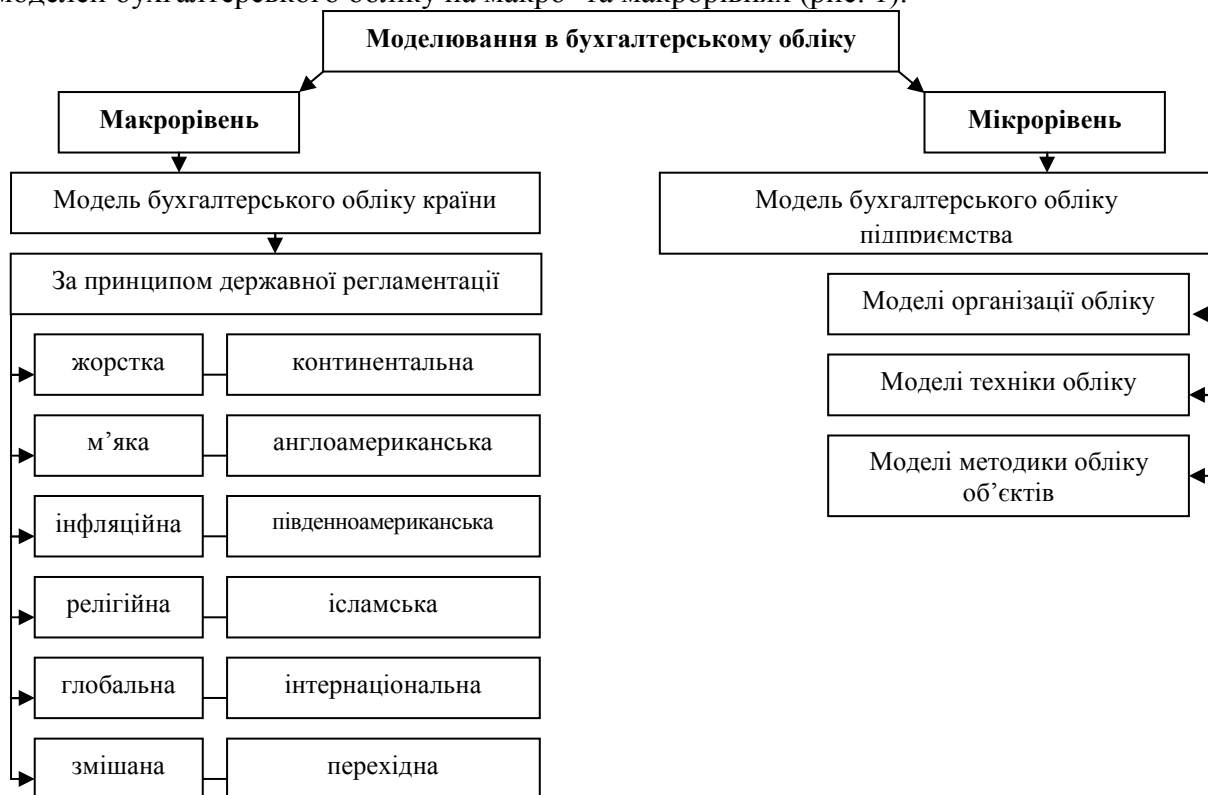


Рис. 1. Типи моделей на макро- та мікрорівнях моделювання в бухгалтерському обліку [2]

Макрорівень пов'язаний з характеристикою світових моделей бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Мікрорівень пов'язаний з внутрішнім середовищем

підприємства, а саме удосконалення організації та технічного забезпечення бухгалтерського обліку.

Модель бухгалтерського обліку формується під впливом різноманітних чинників: соціальних, географічних, економічних та правових. Виділяють декілька моделей, які використовуються на підприємстві для його організації бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Кожна модель застосовується для певного виду діяльності з урахуванням всіх притаманних чинників країні. Розглянемо моделі бухгалтерського обліку (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація та характеристика основних моделей бухгалтерського обліку

№	Модель обліку	Характеристика	Країна в якій застосовується модель
1	Британо-американська	Така модель зорієнтована на інформаційні запити інвесторів і кредиторів. Потреби державних органів, у тому числі податкових, знаходяться за межами фінансового обліку та звітності. У країнах, що використовують цю модель, добре розвинуті ринки цінних паперів, де більшість компаній знаходять додаткові джерела фінансових ресурсів. Значна увага приділяється визначенню реального фінансового результату діяльності. Система професійної освіти відповідає високим стандартам, що розповсюджується як на бухгалтерів, так і на користувачів облікової інформації. У цих країнах розташовані штаб-квартири багатьох ТНК. Здійснюється вплив на інші країни світу. Є характерним високий економічний рівень розвитку та низький рівень інфляції, а також те, що держава, уряд країни практично не впливають на звітність і діяльність підприємств	США, Великобританія, Нідерланди, Голландія, Венесуела, Ісландія, Панама, Танзанія, Нова Зеландія, країни Центральної Америки
2	Континентально-європейська	Цієї моделі дотримуються більшість країн Європи. В них бізнес має тісні зв'язки з банками, які задовольняють фінансові запити компаній. Бухгалтерський облік регламентується законодавчо, відрізняється значною консервативністю та високим рівнем втручання держави в облікову практику. Орієнтація на управлінські запити кредиторів не є пріоритетним завданням обліку. Навпаки, облікова практика спрямована, перш за все, на задоволення вимог державних органів, особливо щодо оподаткування, у відповідності до національних макроекономічних планів. Фінансовий результат діяльності визначається за правилами, встановленими податковим законодавством	Греція, Італія, Швейцарія, Конго, Люксембург, Норвегія, Іспанія, Німеччина, Єгипет, Конго, Франція
3	Південно-американська	Основною відмінністю цієї моделі є перманентне коригування облікових даних на темпи інфляції. Облік орієнтований на потреби державних органів, а методики обліку достатньо уніфіковані. Інформація, яка необхідна для контролю над виконанням податкової політики, також докладно відображається в обліку та звітності	Чилі, Еквадор, Гайана, Аргентина, Перу, Парагвай
4	Ісламська	Вона знаходиться під величезним впливом релігійних поглядів, має ряд особливостей. Наприклад, заборона отримання дивідендів як прибутку. Ринковим цінам віддається перевага при оцінці активів та зобов'язань компаній. Вважається, що така модель ще не досягла того рівня розвитку, який мають описані вище моделі	Ірак, Ліван, Пакистан, Об'єднані Арабські Емірати, Іран
5	Інтернаціональна	Вона витікає з потреб у міжнародній узгодженості обліку, перш за все в інтересах ТНК та іноземних учасників міжнародних фондових ринків. Тільки незначна кількість великих корпорацій можуть зараз стверджувати, що їх річні фінансові звіти відповідають міжнародним обліковим стандартам. При цьому в якості міжнародних стандартів керівництва корпорацій можуть використовувати або загальноприйняті національні стандарти США (US GAAP), або Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS), або стандартну практику фінансового обліку і звітності будь-якої великої ТНК.	США, Японія, Австралія

* Систематизовано авторами на основі [3]

Досить актуальним є розподіл моделей на мікро- та макрорівневі. На макрорівні обирається модель бухгалтерського обліку відповідно до специфіки країни, а все на мікрорівні відбувається її застосування. Слід відмітити інтернаціональну модель бухгалтерського обліку, бо саме при застосуванні цієї моделі складають звідність за міжнародними стандартами, що є позитивним явищем. Україна застосовує південноамериканську модель, згідно з якої бухгалтерський облік регламентується законодавчо.

Список використаних джерел:

1. Євдокимов В.В. *Моделювання системи бухгалтерського обліку: теорія і практика застосування*: [текст]: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04. / В.В. Євдокимов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/35792.html>
2. *Моделювання в бухгалтерському обліку на мікро- та макрорівнях* / М.М. Шигун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/94795/90870>
3. Бутинець Ф.Ф., Горецька Л.Л. *Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах*. – Житомир: ПП “Рута”, 2002. – 544с

УДК 657:681.518

О.І.ВОЛОТ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту,

І.К. СОЛДАТОВА

магістрант,
Чернігівський національний технологічний університет,
м. Чернігів, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВ’ЯЗАННЯ ЗАДАЧ З БУХГАЛТЕРСЬКОГО, УПРАВЛІНСЬКОГО ТА ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ

Облік на сучасному підприємстві неможливий без застосування інформаційних технологій. Процес обліку є досить трудомістким і разом з тим ризиковим, бо навіть одна помилка може стати причиною цілого ряду порушень і неточностей, що вплине на господарський процес та інформацію про фінансово-майновий стан підприємства. Тому наразі актуальним є питання спрощення та мінімізації ризику даного процесу.

Один з основних шляхів вирішення даної проблеми є автоматизація системи бухгалтерського та управлінського обліку, звітності, контролю та аудиту за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Дослідженням цього питання займався ряд українських вчених таких як С.Л. Ивахненко, Д.М. Марченко, С.Ф. Голов, Н.М. Малюга, Ф.Ф. Бутинець, О.М. Петрук, В.М. Жук, Г.В. Шершньова, В.С. Терещенко та інші.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» передбачено, що підприємство може самостійно розробляти систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій. Частина системи бухгалтерського обліку, що забезпечує потреби управління в інформації – це і є управлінський облік [1].

Функції управління та інформація, що забезпечує їх дію, дозволяють сформулювати функції управлінського обліку, що зображені на рисунку 1.

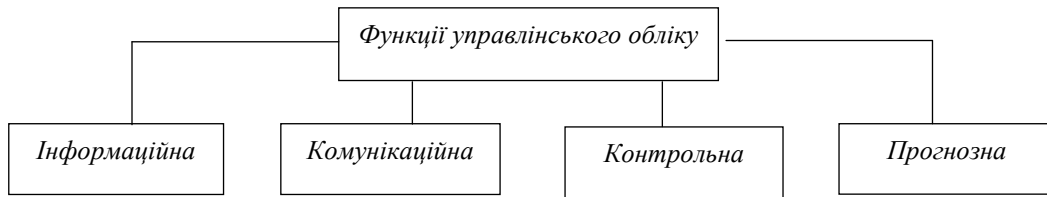


Рис. 1. Функції управлінського обліку

**Джерело: систематизовано авторами на основі даних [2]*

Інформаційна функція полягає в тому щоб забезпечити керівників всіх рівнів управління інформацією, яка необхідна для поточного планування, контролю і прийняття оперативних управлінських рішень. Комунікаційна функція забезпечує формування інформації, яка є засобом внутрішнього комунікаційного зв'язку між рівнями управління і різними структурними підрозділами одного рівня. Контрольна функція передбачає оперативний контроль і оцінка результатів діяльності внутрішніх підрозділів і підприємства в цілому в досягненні мети. Прогнозна функція полягає в перспективному плануванні та координуванні розвитку підприємства в майбутньому на підставі аналізу і оцінки фактичних результатів діяльності [2].

Організація бухгалтерського управлінського обліку на підприємстві складається з трьох етапів, таблиця 1.

З метою автоматизації бухгалтерського, управлінського та податкового обліку на підприємствах впроваджується програма «1С: Бухгалтерія 8 для України».

Таблиця 1

Етапи організації бухгалтерського управлінського обліку на підприємстві

Назва етапу	Характеристика
I етап: Методологічний	Обирається модель управлінського обліку в залежності від його мети, визначаються об'єкти та методи обліку витрат, елементи методу бухгалтерського обліку, які будуть служити для формування інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень (план рахунків управлінського обліку, склад калькуляційних статей, тощо)
II етап: Технічний	Обирається склад реєстрів аналітичного обліку, форми внутрішньої звітності, визначаються напрямки руху інформації всередині підприємства
III етап: Організаційний	Передбачає розподіл обов'язків між працівниками в системі управлінського обліку

**Джерело: систематизовано авторами на основі даних [2]*

За допомогою програми можна вести бухгалтерський і податковий облік господарської діяльності декількох організацій. Облік по кожній організації можна вести в окремій інформаційній базі. У той же час програма надає можливість ведення бухгалтерського і податкового обліку декількох організацій в загальній інформаційній базі (причому в ролі окремих організацій можуть виступати індивідуальні підприємці). Це зручно, якщо господарська діяльність цих організацій тісно зв'язана між собою: можна використовувати загальні списки товарів, контрагентів, працівників, складів (місце зберігання) і т.д., а обов'язкову звітність формувати роздільно.

Для основних засобів і нематеріальних активів автоматизовані такі основні операції як: надходження, ухвалення до обліку, нарахування амортизації, модернізація, передача, списання, інвентаризація. Можливо розподіл сум нарахованої амортизації за місяць між декількома рахунками або об'єктами аналітичного обліку. Для основних

засобів, що використовуються сезонно, можливе застосування графіків нарахування амортизації. Для малоцінних активів автоматизовані операції передачі в експлуатацію і списання з експлуатації.

Облік товарів, матеріалів і готової продукції реалізований згідно П(С)БО 9 «Запаси» і методичним вказівкам по його застосуванню. По складах може вестися кількісний або кількісно-сумовий облік. У першому випадку оцінка товарів і матеріалів для цілей бухгалтерського і податкового обліку не залежить від того, з якого складу вони отримані. Складський облік може бути відключений, якщо в ньому немає необхідності. В програмі реєструються дані інвентаризації, які автоматично звіряються з даними обліку. На підставі інвентаризації відбивається виявлення надлишків і списання недостач.

Реалізовано облік руху готівкових і безготівкових грошових коштів і валютних операцій. Підтримується введення і друк платіжних доручень, прибуткових та видаткових касових ордерів. Автоматизовані операції по розрахунках з постачальниками, покупцями і підзвітними особами, внесення готівки на розрахунковий рахунок і отримання готівки по грошовому чеку, придбання і продаж іноземної валюти. При відображенні операцій суми платежів автоматично розбиваються на аванс і оплату. На підставі касових документів формується касова книга встановленого зразка.

Автоматизований й облік операцій надходження і реалізації товарів і послуг. При продажу товарів виписуються рахунки на оплату, оформляються накладні і податкові накладні. Всі операції по оптовій торгівлі враховуються в розрізі договорів з покупцями і постачальниками. Для роздрібною торгівлі підтримується як оперативне відображення роздрібною реалізації, так і відображення продажів за результатами інвентаризації. Товари в роздробі можуть враховуватися за покупними або за продажними цінами. Автоматизовано відображення повернень товарів від покупця і постачальнику. Підтримується використання декількох типів цін, наприклад: «оптова», «дрібнооптова», «роздрібна», «закупівельна» і т.д., це спрощує відображення операцій надходження і реалізації.

Для обліку основного і допоміжного виробництва автоматизовано розрахунок собівартості продукції і послуг, які випускаються основним і допоміжним виробництвом, а також облік переробки давальницької сировини. Протягом місяця облік випущеної готової продукції ведеться за плановою собівартістю, а в кінці місяця розраховується фактична собівартість випущеної продукції і наданих послуг.

Програма дозволяє автоматизовано формувати і реєструвати всі необхідні податкові документи: податкові накладні, додатки до них. Облік ПДВ протягом звітного періоду (місяць) ведеться «по відвантаженню», регламентний документ дозволяє в кінці визначити суми податкових зобов'язань та податкового кредиту відповідно до необхідного методу (по першою з подій, по оплаті, по відвантаженню).

Для ведення податкового обліку по податку на прибуток передбачений спеціальний податковий план рахунків. Податковий план рахунків, реалізований в конфігурації, його склад і реквізити є частиною пропонованої методики податкового обліку, тобто є зумовленим. Податковий облік в конфігурації ведеться в розрізі видів податкової діяльності. Такий підхід дозволяє враховувати валові доходи і витрати, запаси, основні засоби і т.д. роздільно для видів діяльності, за яким необхідний окремий облік з погляду податку на прибуток. За даними податкового обліку автоматично формується податкова декларація з податку на прибуток. Також програмою підтримується спрощена система оподаткування.

В «1С: Бухгалтерія 8 для України» автоматизовані регламентні операції, виконувані по закінченні місяця, в тому числі переоцінка валюти, списання витрат майбутніх періодів, визначення фінансових результатів і інші. Програма надає користувачеві набір стандартних звітів, які дозволяють аналізувати дані по залишкам, оборотам рахунків і по проводках в самих різних розрізах, у тому числі оборотно-

сальдова відомість, шахова відомість, оборотно-сальдова відомість по рахунку, обороти рахунку, картка рахунку, аналіз рахунку, аналіз субконто, обороти між субконто, зведені проводки, головна книга, діаграма. Включені обов'язкові (Регламентовані) звіти, призначені для подання власникам організації і контролюючим державним органам, включаючи форми бухгалтерської звітності, податкові декларації, звіти для органів статистики і державних фондів. Регламентована звітність, що подається в податкові органи, може бути автоматично експортована у відповідному форматі.[3]

Отже, можна сказати, що впровадження автоматизованих систем ведення бухгалтерського обліку – це процес мінімізації ризику, що в подальшому призведе до поліпшення якості облікових даних і, як наслідок, підвищення ефективності управління підприємством. Програма «1С: Бухгалтерія 8 для України» є універсальним інструментом, що забезпечує вирішення всіх задач з бухгалтерського, управлінського та податкового обліку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999, № 996-XIV, із змінами і доповненнями. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Гончар Л.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Управлінські інформаційні системи в обліку, аналізі та аудиті» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» спеціальності 8.03050901 «Облік і аудит». Слов'янськ: ДДПУ, 2016. - 54 с.
3. Офіційний сайт 1С:Підприємство. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://1c.ua/ua/v8/RegionalSolutions-UA_BUH.php

УДК 657

Н.Я. ЗАРУДНА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування підприємницької діяльності,
Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль, Україна

**УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ
СТРАТЕГІЧНОГО ОБЛІКУ**

Результативність управлінських рішень прийнятих для вирішення поточних питань діяльності підприємства із використанням інформаційної бази представленої системою обліку не викликає сумнівів. Проте облікову інформацію використовують і для формування стратегічних управлінських рішень. Виходячи із цього, все більшого поширення набуває модель обліку стратегічного типу як вимога недалекого майбутнього.

Відомо, що ще у 60–70-х роках ХХ ст. у США та деяких розвинутих європейських країнах відбувся процес інтеграції інструментів фінансового та управлінського обліку, методів аналізу, нормування, планування та контролю в єдину систему обробки даних та їх використання з метою прийняття стратегічних рішень [1]. Така облікова система націлена на підвищення керованості та адаптування підприємства до надзвичайно мінливих економічних умов. Саме стратегічно орієнтована система обліку здатна забезпечити швидке отримання необхідної інформації з метою коригування стратегії підприємства. На думку Друри К., організація обліково-аналітичної системи стратегічного типу дасть можливість швидко зібрати, обробити, проаналізувати

інформацію та прийняти обґрунтоване рішення, використовувати сучасні інформаційні технології тощо [2].

Тому використання стратегічно орієнтованої системи обліку своєю чергою, дасть можливість у майбутньому запобігти помилковим управлінським рішенням, що приводить до виникнення ризикових та збиткових фактів господарської діяльності [3]. Зрозуміло, що для забезпечення існування такої системи обліку необхідно розробити орієнтовний перелік функцій стратегічної бухгалтерії. Ці функції варіюватимуть на кожному окремому підприємстві, але основними повинні бути такими:

- розробка та затвердження облікової політики підприємства для цілей стратегічного обліку відповідно до внутрішніх та галузевих особливостей підприємства;
- організація управлінського обліку відповідно до внутрішньої облікової політики;
- вибір форм і методів організації стратегічного обліку на підприємстві згідно із специфічними потребами самого підприємства та зовнішніми умовами, в яких функціонує підприємство, а також цілей та завдань, які воно перед собою ставить;
- розробка специфічних форм внутрішньо-управлінської звітності та встановлення строків її надання, організація документообігу, що дасть можливість забезпечити своєчасне подання керівництву підприємства необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень інформації;
- підготовка бюджетів підрозділів підприємства та зведеного бюджету по підприємству в цілому;
- аналіз виконання бюджетів та оперативних планів окремими підрозділами, позитивних і негативних відхилень фактичних показників від планових, розробка пропозицій щодо мінімізації відхилень для подання керівництву;
- розрахунок нормативної ціни та нормативної собівартості виробів, а також розрахунок та аналіз позитивних і негативних відхилень за видами та центрами відповідальності, розробка заходів щодо мінімізації відхилень для представлення керівництву;
- аналіз інвестиційних проектів та підготовка рекомендацій для подання керівництву;
- розрахунок та аналіз показників ефективності підприємства в цілому та за центрами відповідальності, а також розробка заходів щодо підвищення ефективності для представлення керівництву;
- аналіз сприятливих і негативних змін зовнішнього середовища, розробка коригувальних заходів для подання керівництву [4].

Організований за запропонованою схемою стратегічний облік стане інформаційним забезпеченням проведення аналізу (стратегічного, тактичного, оперативного), результати якого використовуються на різних рівнях планування (стратегічне бізнес-планування, бюджетування, оперативне планування) діяльності підприємства.

На шляху реалізації основних організаційних і методичних принципів стратегічного обліку вітчизняні підприємства сьогодні зіштовхуються з низкою проблем (рис. 1).

Богуцька Л. Т. вважає, що крім традиційних завдань та вирішення зазначених вище проблем впровадження стратегічного обліку, цілями організації стратегічного управлінського обліку є забезпечення можливості оцінки та аналізу зовнішнього соціально-економічного середовища; адаптація організаційної структури бухгалтерського апарату до організаційної структури системи управління; встановлення організаційних засад системи бухгалтерського обліку відповідно до стратегічних цілей розвитку суб'єкта господарювання тощо [5].



Рис. 1. Проблеми впровадження стратегічного обліку на вітчизняних підприємствах

Отже, у бухгалтерів на даному етапі розвитку облікової системи є право вибору – або залишатися у рамках традиційного розуміння свого фаху (тобто забезпечення достовірності показників звітності та формуванням бази оподаткування) або опанувати нові знання та взяти участь у формуванні нової стратегічно орієнтованої системи обліку. У свою чергу концепція організації стратегічного обліку передбачає вибір такої моделі обліково-аналітичної системи, яка забезпечить взаємозв'язок та використання в практичній діяльності стратегічного обліку, стратегічного планування, стратегічного аналізу і контролінгу.

Список використаних джерел:

1. Терехова В. А. Стратегический управленческий учет: состояние и развитие в зарубежных странах / В. А. Терехова // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2000. – № 4. – С. 9–12.
2. Друри К. Управленческий и производственный учет : учебник : пер. с англ. / К. Друри. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С. 860–861.
3. Simmonds K. Strategic management accounting / K. Simmonds // Management Accounting. – 1981. – № 59 (4). – P. 2–6.
4. Зарудна Н. Я. Поняття та принципи організації стратегічного обліку на підприємстві / Н. Я. Зарудна // Актуальні проблеми на сучасному етапі та перспективи

розвитку фінансово-кредитного механізму АПК. – Випуск 15. – Том 3. – Кам'янець-Подільський, 2007. – С. 571–579.

5. *Богуцька Л.Т. Система стратегічного управлінського обліку: історія розвитку та завдання впровадження / Л.Т. Богуцька // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Бухгалтерський облік, оподаткування, аналіз і аудит: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку» (м. Чернігів, 30 листопада 2016 р.) : тези доповідей. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2016. – С. 42–44.*

УДК 338.2:338.314(043.2)

В.Ф. ПРОСКУРА

доктор економічних наук, професор,
зав. кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

Л.В. ГОБАН

студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

МЕТОДИ ТА МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

В сучасній економічній літературі не виділені такі категорії як предмет і об'єкт аналізу рентабельності.

На нашу думку, узагальнюючи думки фахівців в області економічного аналізу, об'єктом аналізу рентабельності є фінансово-господарська діяльність комерційних організацій різних організаційно-правових форм. У свою чергу предметом аналізу рентабельності є фінансові результати діяльності комерційних організацій в абсолютній і відносній оцінці.

Кінцевим фінансовим результатом виробничо-фінансової діяльності підприємства може бути як балансовий прибуток, так і збиток. Отже, в коло завдань аналізу рентабельності організації входять наступні напрямки: [1]

- аналіз планових показників рентабельності різних напрямків діяльності організації;
- оцінка динамічних змін в системі показників рентабельності організацій;
- факторний аналіз зміни системи індикаторів оцінки ефективності діяльності господарюючих суб'єктів;
- виявлення резервів підвищення рентабельності комерційних організацій.

При цьому Грибов В.Д. додає ще одну задачу - це виявлення і вивчення причин втрат і збитків, викликаних безгосподарністю, помилками в керівництві й іншими упущеннями у виробничо-господарської діяльності підприємства [2].

Оцінка ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства здійснюється на основі даних, отриманих в результаті аналітичної роботи. Метод економічного аналізу ефективності діяльності має науковою основою дослідження господарських процесів, їх розвитку, взаємозв'язків з навколишнім середовищем.

Метод економічного аналізу включає:

- використання системи економічних показників, які комплексно характеризують ефективність господарсько-фінансової діяльності суб'єкта підприємництва;
- вивчення причин зміни показників і визначення факторів, що впливають;
- вимір взаємозв'язку між показниками з метою підвищення ефективності і результативності бізнесу.

На відміну від методу економічного аналізу як загального підходу до дослідження соціально-економічних явищ, методика економічного аналізу включає собою сукупність способів, прийомів і правил, що застосовуються для обробки економічної інформації про результати діяльності компанії. Отже, методика служить практичним застосуванням методу аналізу рентабельності фінансово-господарської діяльності.

В процесі економічного аналізу рентабельності функціонування суб'єкта економіки на основі системного підходу використовуються різні методи, які можна розділити на загальні і спеціальні.

До загальних методів відносяться загальнонаукові методи, які ґрунтуються на загальноприйнятих підходах до дослідження економічних категорій: аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, моделювання, абстрагування, конкретизація, спостереження, вимірювання, експеримент, формалізація, системний і комплексний підхід.

Спеціальні методи економічного аналізу рентабельності фінансово-господарської діяльності можна розділити на три групи:

- традиційні;
- економіко-математичні;
- інноваційні методи аналізу.

Традиційні методи аналізу використовуються для вивчення і оцінки функціональної залежності між показниками. Основними традиційними методами є порівняння, середні і відносні величини, балансовий метод, прийоми елімінування економічних показників, індексний метод, угруповання, прийом пайової участі.

Економіко-математичні методи дослідження використовуються при вивченні стохастичних систем, в яких зв'язок між аналізованими факторами і результативним показником носить імовірнісний характер. В економічному аналізі при дослідженні ефективності використовуються прийоми кореляції, регресії, математичного програмування, теорії ігор, теорії масового обслуговування, матричні і прогнозні методи аналізу та ін.

Багато авторів притримуються думки, що класифікувати методи аналізу рентабельності потрібно наступним чином:

- за видами факторного аналізу, який включає в себе аналіз доданків формули, рентабельності окремих видів продукції і функціональний аналіз;
- за схемою формування фінансового результату і оцінки впливу кожного з етапів аналізу рентабельності на кінцевий результат діяльності організації;
- за класами рентабельності, який заснований на поділі напрямків діяльності організацій відповідно до світової практики: поточна (основна), інвестиційна, фінансова.

Ми пропонуємо класифікацію методів аналізу рентабельності діяльності організації відповідно до цілей наукового дослідження в рамках системного вивчення індикаторів рентабельності комерційних організацій.

Методи аналізу рентабельності:

1. Методи багаторівневого аналізу рентабельності стабільності діяльності: на основі рентабельності капіталу; на основі рентабельності діяльності; на основі рентабельності потоків грошових коштів;
2. Методи комплексного аналізу рентабельності: Порівняння; групування; середніх величин; коефіцієнтний метод; індексний метод; балансовий метод; табличний; графічний; динамічних рядів; трендовий
3. Методи факторного и прогнозного аналізу рентабельності: методи детермінованого аналізу рентабельності; метод кореляційно-регресивного аналізу; метод екстраполяції; метод прогнозування часток продажів; метод формування прогнозної звітності.

Рекомендована нами система методів аналізу рентабельності господарюючих суб'єктів відрізняється від раніше пропонованих тим, що сформована з урахуванням

багаторівневого підходу до аналізу індикаторів рентабельності на основі інформаційних, бухгалтерських та статистичних баз, варіативності комплексу методів аналізу, що дозволяють реалізувати системний підхід, і різноспрямованості цілей аналізу рентабельності капіталу, діяльності та продажів для досягнення максимального економічного ефекту. Сукупність методів комплексного аналізу рентабельності використовується для ретроспективної і поточної оцінки досліджуваних індикаторів, що дозволяє виявити тенденції і перспективи розвитку економічних суб'єктів як ланки ефективної економіки на різних щаблях управління.

Методи факторного і прогнозного аналізу в сукупності дозволяють виявити фактори впливу, виділити резерви ефективного впливу, розробити прогнозні моделі стратегічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. *Економіка підприємства: Підручник / Заг. ред. С.Ф. Покропивного. – вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.*
2. *Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 2 изд-е. – М.: КНОРУС, 2010. – С. 230.*

УДК 657.432

Л.М. ЯРЕМЕНКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,

І.М. МАКАРЧУК

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ
ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ**

В реаліях сьогодення одним з суперечливих і актуальних питань вітчизняного обліку вважається облік дебіторської заборгованості. Сучасний фінансовий стан підприємств України характеризується зростанням дебіторської заборгованості в структурі їх активів, що призводить до уповільнення платіжного обороту, це пояснюється тим що в ринкових умовах дуже важко забезпечити високий рівень збуту продукції і зробити миттєву оплату. Теоретичні та практичні аспекти обліку дебіторської заборгованості були досліджені в працях багатьох відомих економістів. Серед яких вагомими є: І.О. Бланк, М.Д. Білик, Ф.Ф. Бутинець, Л.В. Городянська, Р.О. Костирко, В.М. Костюченко, Г.О. Кравченко, С.А. Кузнецова, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Л.В. Нападовська, Ю.І. Осадчий, Г.В. Савицька, В.В. Сопко, А.П. Шаповалова, В.О. Шевчук, О.А. Шевчук та ін. З іноземних вчених необхідно відзначити наукові здобутки А. Апчерча, Дон Р. Хенсена, Д. Нортон, Р. Каплана, Я.В. Соколова тощо.

В економічній науці існує безліч визначень щодо самого поняття «дебіторська заборгованість». Теоретичним підґрунтям для розгляду сутності поняття «дебіторська заборгованість» є наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених економістів. Так, Дубровська Є.В. охарактеризувала проблемні питання щодо сутності поняття «дебіторська заборгованість» [1, с. 202-205]; Береза С.Л. дослідила проблеми визначення дебіторської заборгованості в обліку [2, с. 32-37], Верига Ю.А. і Лищенко О.Г. зосередили

увагу на аналізі дебіторської заборгованості [3, с. 112]; Момот Т. охарактеризувала дебіторську заборгованість як об'єкт управління [4, с. 211].

Незважаючи на давню історію існування дебіторської заборгованості у бухгалтерському обліку, стан її вивчення, в сучасній науковій літературі немає єдиної думки щодо трактування даного поняття. З часом розуміння дебіторської заборгованості удосконалювалося і сучасна наука дає більш ширший спектр визначень даного поняття.

З наведених визначень, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, можна зробити висновок, що поняття "дебіторська заборгованість" має спільні ознаки: сума боргів та кредит і є частиною оборотного капіталу.

Наявність дебіторської заборгованості на підприємствах України – нормальна ознака процесу фінансово-господарської діяльності підприємства, зумовленого самою природою та особливостями його діяльності, проте кожен господарюючий суб'єкт зацікавлений в оптимізації розмірів дебіторської заборгованості. Це зумовлено тим, що скорочення дебіторської заборгованості є резервом зниження потреби підприємства в обігових коштах та прискорення швидкості їх обігу.

Нормативно-правове регулювання щодо обліку дебіторської заборгованості вже давно закладене. Одним з основних нормативно-правових документів, які регламентують відображення дебіторської заборгованості в бухгалтерському обліку є П(с)БО 10 «Дебіторська заборгованість».

Варто зауважити, те що стосується зарубіжних країн, то не існує окремого міжнародного стандарту, який регламентує питання відображення в обліку дебіторської заборгованості. Облік дебіторської заборгованості здійснюється відповідно до МСФЗ 7 "Фінансові інструменти: розкриття інформації", МСФЗ 9 "Фінансові інструменти", МСБО 32 "Фінансові інструменти: подання" та МСБО 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка", тобто дебіторська заборгованість відноситься у міжнародній практиці до фінансових активів. При цьому у названих міжнародних стандартах не дається чіткого визначення поняття дебіторської заборгованості. П.9 МСБО 39 зазначає: "позики та дебіторська заборгованість - це непохідні фінансові активи з фіксованими платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку".

Надання економічним суб'єктам повної господарської самостійності у виборі ринків збуту продукції, постачальників і підрядників, у пошуку джерел фінансування змушує особливу увагу приділити розрахункам з різними контрагентами, оскільки будь які розрахунки між підприємствами повинні бути відображені на рахунках бухгалтерського обліку. Ефективно організований облік дебіторської заборгованості є одним з найбільш складних та дискусійних питань, що повинно сприяти недопущенню прострочення термінів платежу і недоведенню дебіторської заборгованості в статус безнадійної.

Основними проблемами бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості є:

- суперечливий характер нормативно-правових документів з обліку дебіторської заборгованості;
- нечітке розмежування видів дебіторської заборгованості;
- непристосованість методів визначення величини резерву сумнівних боргів в обліку, які визначені П(с)БО 10;
- невміле застосування системи внутрішнього контролю обліку дебіторської заборгованості, що спричиняє проблему обґрунтованості дебіторської заборгованості загалом та по окремих видах;
- відсутність наукових і практичних розробок можливих форм бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості, що забезпечило б надання якісної бухгалтерської інформації про розрахунки з дебіторами різним користувачам;
- недосконала політика управління дебіторською заборгованістю, адже саме політика управління дебіторською заборгованістю, яка представляє собою частину

загальної політики управління оборотними активами і маркетингової політики підприємства, спрямованої на розширення обсягів реалізації продукції, визначає ефективність роботи підприємства [5, с. 123-130].

Оскільки, основним законодавчим актом, який прямо регулює облік дебіторської заборгованості являється П(С)БО 10. Перш за все слід зазначити, що у П(С)БО 10 не передбачено чіткого розмежування понять довгострокової та короткострокової дебіторської заборгованостей. У даному стандарті не відзначено, що їх облік ведеться на різних рахунках бухгалтерського обліку, поточна заборгованість є оборотним активом, а довгострокова – необоротним. На нашу думку, потрібно приділити більше уваги і удосконалити класифікацію дебіторської заборгованості, яка дасть можливість здійснювати порівняльний аналіз варіантів угруповання розрахунків з дебіторами за різними класифікаційними ознаками. Інші нормативно-правові документи розглядають дебіторську заборгованість як об'єкт податкового обліку, її відображення в звітності підприємств та надають деякі рекомендації в певних питаннях.

Не можна не зазначити, що класифікація дебіторської заборгованості, яка запропонована діючим в Україні Планом рахунків та П(С)БО №10 “Дебіторська заборгованість” є суперечливою та не задовольняє в повному обсязі потреби користувачів при складанні фінансової звітності. Для вирішення даної проблеми потрібно внести зміни до П(С)БО №10 “Дебіторська заборгованість” стосовно віднесення до поточних активів дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги, внесення змін до Плану рахунків, що діє в Україні, які забезпечать окремий облік довгострокової та поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги.

Основними заходами щодо удосконалення обліку дебіторської заборгованості можуть стати:

1. Створення резерву сумнівних боргів з метою вироблення порядку його визначення в обліковій політиці підприємства. В основі має бути нарахування резерву сумнівних боргів та його безпосереднє використання з метою покриття безнадійних заборгованостей.

2. Своєчасність здійснення контролю за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості. Значне перевищення фактичної дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовому стану підприємства і робить необхідним залучення додаткових джерел фінансування. Також доводиться впроваджувати в практику управління лімітування дебіторської заборгованості як у загальних обсягах, так і у розрахунку на одного дебітора і періодично переглядати граничні суми.

3. Систематично проводити інвентаризацію заборгованості, враховуючи її важливість і вплив на ліквідність підприємства. Таким чином, ефективно побудована система взаємовідносин з дебітором через механізм інвентаризації, не дасть втратити контроль над вчасністю та повнотою оплати рахунків, що потребує відповідної організації роботи зі створення організаційних засад здійснення інвентаризації дебіторської заборгованості [6].

Отже, протягом тривалого часу найскладнішим питанням в бухгалтерському обліку виступає дебіторська заборгованість, яка пов'язана в першу чергу з проблемою неплатежів. Підприємства першочергово розв'язують власні проблеми, незважаючи на виконання фінансових зобов'язань і платежів перед контрагентами. Така поведінка підприємств зумовлена насамперед відсутністю їхньої майнової відповідальності за невиконання договірних зобов'язань, дає їм змогу ухилятися від взаєморозрахунків із контрагентами. У таких умовах дедалі більше, зростає необхідність управління дебіторською заборгованістю. Дебіторська заборгованість повинна чітко відображатися в бухгалтерському обліку відображаючи всі операції підприємства, які пов'язані з реалізацією продукції та надання послуг. Суть проблем обліку дебіторської заборгованості полягають в тому, щоб недопустити прострочення термінів платежу та

доведення заборгованості до стану безнадійної. Правильно організований бухгалтерський облік дебіторської заборгованості повинен мати таку систему рахунків, яка б достатньою мірою відображала і характеризувала всю господарську діяльність з вимушеною конкретизацією.

Список використаних джерел:

1. Дубровська Є.В. Дослідження сутності поняття «Дебіторська заборгованість» / Є.В. Дубровська // Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка: зб. наук. пр. - 2012. - №2. - С. 202-205.
2. Береза С.Л. Проблема визначення дебіторської заборгованості в обліку / С.Л. Береза // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки: зб. наук. пр. - 2003. - №4 (26). - С.32-37.
3. Верига Ю.А. Бухгалтерський облік і аудит. Термінологічний українсько-російсько-англійський словник / Ю.А. Верига, В.Л. Іщенко, Т.В. Гладких та ін. – Київ: «Центр учбової літератури», 2012. – 292с.
4. Момот Т.В. Фінансовий менеджмент / Т.В. Момот; Харківська національна академія міського господарства. - Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 712 с.
5. Яременко Л.М. Формування обліково-аналітичної інформації в управлінні дебіторською заборгованістю підприємства / Л.М. Яременко // Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів. - 2017. – Вип.32/1. – С.123-130.
6. Белоусова О.В. Проблеми обліку дебіторської заборгованості /О.В. Белоусова // Конференції НУК: Економіка України в умовах глобальних викликів та загроз (2016 р., Київ): зб.тез доп. – Київ, 2016.

СЕКЦІЯ 7. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

УДК 330.341.1

О.М. БОЙКО

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник,
ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”,
м. Київ, Україна

КИТАЙСЬКИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ³

Індустріальні парки є одним із ефективних способів підвищення діяльності промислових підприємств є створення нових форм організації інноваційної діяльності, яких в КНР функціонує 54 одиниці. Їх створення обумовлено такими чинниками, як: індустріальні парки сприяють підвищенню інвестиційної привабливості у вітчизняних та іноземних інвесторів, зокрема у виробництво високотехнологічної продукції; розвиток індустріальних парків дозволяє сконцентрувати промислове виробництво на обмежених площах за межами великих міст; індустріальні парки забезпечують зростання надходжень у місцеві бюджети, передусім, за рахунок створення додаткових робочих місць і збільшення середньої заробітної плати; підтримка в проведенні модернізації та реструктуризації підприємств усіх видів економічної діяльності задля підвищення їхньої рентабельності й конкурентоспроможності; створення умов для підвищення добробуту та купівельної спроможності населення регіону; держава отримує легітимну можливість “субсидувати” інвестиційну діяльність, зменшуючи реальні витрати бізнесу тощо.

Найбільш відомими в КНР та перспективними є такі індустріальні парки, як [1-4]:

- китайський індустріальний парк "Lianyungang Xinpu" (провінція Цзянсу) займає площу 4800 га, а загальна площа об'єктів нерухомості – 200 млн м². Спеціалізація виробничої діяльності індустріального парку - текстильне виробництво, авіабудування, суднобудування, торговельно-збутова діяльність, проведення наукових досліджень та впровадження розробок тощо. Обсяг залучення інвестицій – 4 млрд. юанів.

- китайський індустріальний парк в Ханчжоу (1993 рік створення) займає площу 5 000 га. Діяльність індустріального парку пов'язана з залученням 180 компаній, в т.ч. зарубіжних (“IBM”, “LG”, “Pepsi”, “Merck Sharp & Dohme”, “Panasonic” тощо.). Сумарна виручка становить понад 5 млрд. дол. США в рік. Стратегія розвитку індустріального парку пов'язана з розвитком таких видів економічної діяльності в регіоні, як електроніка, виробництво продуктів харчування, машинобудування, біомедицина.

- Китайсько-сінгапурський індустріальний парк "м. Сучжоу – Сінгапур", площею 260 км², на якій розташовано 330 компаній (79 найбільших корпорацій світу зі списку Fortune-500) з чисельністю працюючих – 35 тис. осіб. Обсяг залучених інвестицій – 100 млрд дол. США. Особливістю функціонування індустріального парку є те, що це об'єкт спільного освоєння КНР та Сінгапуру (частки розподілені наступним чином: 52% акцій належить консорціуму китайських компаній, 28% - сінгапурському консорціуму, 10% - компанії “The Hong Kong and China Gas Co., Ltd.”, 5 % - компанії “Singapore CPG Corporation Pte., Ltd.”, 5% --компанії “Suzhou New District High-tech Industrial Stock Co., Ltd.”). Статутний капітал індустріального парку спочатку становив 50 млн.дол. США, згодом збільшився до 100 млн. дол. США (1995 р.), досягнувши 125 млн. дол. США (2005

³ Публікацію підготовлено за виконання НДР “Модернізація економічної політики розвитку сфер діяльності та ринків”, державний реєстраційний № 0118U007329

р.). З метою успішного розвитку об'єкта було створено трипланові управлінські та робочі органи, які являють собою спільну раду урядів Китаю та Сінгапуру, двосторонній комітет, конкретні установи по зв'язку тощо. Діє особлива система планування розвитку міста, яка передбачає розроблення детального плану, який здатен поєднувати китайську специфіку з сінгапурським досвідом у сфері міського планування і будівництва, економічного розвитку, суспільного адміністративного управління тощо. Організовано шість державних технічних платформ для місцевих біомедичних компаній, які здійснюють діяльність у сфері надання послуг щодо аналізу наркотиків, випробування нових лікарських препаратів, технологій скринінгу лікарських засобів тощо.

- Китайсько-білоруський індустріальний "GreatStone", загальною площею 112,5 км². Проект розвивається в рамках міждержавного китайсько-білоруського співробітництва та підписаних відповідних міждержавних документів. В якості резидентів індустріального парку можуть виступати будь-які компанії незалежно від країни походження капіталу. Для резидентів індустріального парку створено сприятливий інвестиційний клімат, гарантований як національним законодавством, так і спеціальними міжнародними угодами і зобов'язаннями. Зокрема, це такі преференції, як: пільгове оподаткування за формулою «10+10» (звільнення від всіх корпоративних податків на 10 років з моменту реєстрації в якості резидента парку і зниження діючих ставок податків на 50,0% в наступні 10 років діяльності в парку); режим вільної митної зони, що дає право без сплати митних платежів (мита, ПДВ, акцизів) ввезення товарів (сировини, матеріалів) за умови їх подальшої переробки та експорту за межі країн Митного союзу; для співробітників підприємств індустріального парку встановлена фіксована ставка індивідуального прибуткового податку – 9,0%, (на 25,0% менше за загальнореспубліканську); резиденти парку, а також їх працівники з числа іноземних громадян, звільняються від сплати обов'язкових страхових внесків з фонду їх заробітної плати. На частину доходу працівників резидентів парку з числа громадян Республіки Білорусь, що перевищує одноразовий розмір середньомісячної заробітної плати в республіці, обов'язкові страхові внески не нараховуються; відрахування в повному обсязі податку на додану вартість, сплаченого при придбанні товарів (робіт, послуг, майнових прав), використаних для проектування, будівництва і оснащення будівель і споруд в парку; звільнення (протягом 5 років з року виникнення валового прибутку резидента парку) від податку на прибуток по дивідендах, нарахованих засновникам; дозвіл використання іноземної валюти, цінних паперів і (або) платіжних документів в іноземній валюті при проведенні розрахунків між резидентами індустріального парку та резидентами Республіки Білорусь з валютних операцій, спрямованих на проектування і будівництво об'єктів парку; звільнення від відшкодування втрат сільськогосподарського і (або) лісогосподарського виробництва, спричинених вилученням або тимчасовим зайняттям сільськогосподарських земель і земель лісового фонду в межах парку, а також від компенсаційних посадок і компенсаційних виплат вартості видалюються, пересаджуваних об'єктів рослинного світу, компенсаційних виплат за шкідливий вплив на об'єкти тваринного світу та (або) середу їхнього життя; інші преференції [5-6].

Аналізуючи особливості діяльності індустріальних парків в КНР можна зробити висновки про те, що [6]: цілі їх створення в різних країнах визначаються пріоритетністю завдань, що стоять перед тією чи іншою державою / регіоном; створюючи індустріальний парк необхідно враховувати наступні підходи: "Від майданчика" (наявна земельна ділянка, на території якої необхідно розмістити промислове виробництво); "Від завдання" (обирається майданчик для розміщення спеціалізованого виробництва та розмістити на ньому індустріальний парк); характерними рисами формування і розвитку П є: розташування поблизу населеного пункту, наявність великих логістичних центрів, розробка єдиної концепції розвитку комплексу, надання сучасних комунікаційних послуг; залежно від виду послуг, що надаються резидентам парку, вирізняють такі типи

індустріальних парків: Greenfield-парк, Brownfield-парк, Комплексний-парк, Еко-індустріальний парк; індустріальний парк має чіткі галузеві пріоритети, пов'язані з історичним розвитком регіону, а також орієнтується на його інвестиційну привабливість; ініціаторами створення індустріальних парків є: державні органи з розвитку економіки, керуючі компанії, власники об'єктів промислової нерухомості та земельних ділянок промислового призначення, університети; у більшості індустріальних парків діє окрема власна професійно підготовлена керуюча компанія, яка займається пошуком та залученням інвесторів; функціонують дві моделі державного сприяння створенню та розвитку індустріальних парків – азіатська, американська; вирізняють моделі управління індустріальними парками: функціонують за підтримки розвитку керуючої компанії; розвиваються без керуючої компанії; одне з працюючих підприємств на території індустріального парку виконує функції керуючої компанії; особливого значення щодо створення та розвитку індустріальних парків набуває питання застосування податкових інвестиційних стимулів, зокрема пільгові ставки з податку на прибуток; звільнення від ввізного мита на обладнання та устаткування, що ввозиться учасниками індустріального парку; звільнення від сплати податку на нерухомість; звільнення від податку на землю; звільнення від податку на оренду землі; звільнення від екологічних податків тощо.

Основними актами, що врегульовують питання розвитку інноваційної діяльності є закони КНР «Про впровадження наукових і технологічних досягнень», «Про популяризацію науки и техніки», «Про стимулювання середніх і малих підприємств». Крім того, у сфері розвитку інноваційної діяльності в окремих галузях китайської економіки затверджено: Наказ канцелярії Держради КНР «Про інноваційне управління, поліпшення обслуговування, формування нових потужних драйверів розвитку економіки, прискоренні зміни нових і старих драйверів зростання» (2017 р.). Передбачено здійснення заходів в напрямку переведення економіки на нові складові зростання (підвищення якості надання державних послуг, розробку лояльних до інноваційної діяльності механізмів контролю, стимулювання мобільності нових виробничих факторів; розвиток механізмів підтримки і застосування системи гарантій); Настанова канцелярії Держради КНР «Про інституційні механізми інвестування в інноваційну сільську інфраструктуру» (2017 р.). Передбачено сформувати до 2020 р. полісуб'єктний фінансово-інвестиційний механізм та ефективний ринковий порядок організації будівництва, здійснити уніфікацію системи управління будівництвом сільської інфраструктури, значно поліпшити її якість; Наказ канцелярії Держради КНР «Про розвиток інноваційних драйверів зростання на повітовому рівні» (2017 р.), реалізація яких сприятиме прискоренню трансформації і модернізації виробництва, створенню потужних інноваційних підприємств, концентрації інноваційних і підприємницьких кадрів, створенню спеціалізованих майданчиків (індустріальних парків, СЕЗ, технопарків та ін.), стимулюванню поліпшення ситуації в соціальній сфері на повітовому рівні, адресну підтримку і подолання бідності за рахунок інноваційного розвитку, посилення популяризації науки і, забезпечення реалізації на місцях програм технологічних інновацій; Наказ канцелярії Держради КНР «Про організацію будівництва другої черги зразкових центрів підтримки підприємництва та інноваційної діяльності» (2017 р.) передбачено формування другої черги з 92 таких центрів, в тому числі 45 територіальних (в районах і зонах розвитку деяких міст), 26 - у вищих навчальних закладах і науково-дослідних організаціях, а також 21 - на державних підприємствах; Наказ канцелярії ЦК КПК і канцелярії Держради КНР «Про розвиток екологічного сільського господарства на основі інноваційних інституційних механізмів» (2017 р.) передбачає вдосконалення функціональної спеціалізації і просторового розміщення об'єктів сільського господарства, посилення охорони ресурсів і їх економне використання, зміцнення охорони та впорядкування навколишнього середовища в місцях сільськогосподарського виробництва, захист і відновлення екосистеми в сфері сільського господарства, формування механізмів стимулювання та зняття обмежень інноваційного

розвитку; Повідомлення канцелярії Держради КНР «Про розширення заходів підтримки інноваційної діяльності» (2017 р.) полягає в реалізації ініціативи створення пілотних зон всебічного просування інноваційних реформ: регіон Пекін-Тяньцзінь-Хебей, м Шанхай, провінція Гуандун (дельта річки Чжуцзян), Аньхой (Хефей-Юшку-Бенбу), Сичуань (Ченду-Деян-Мяньян), Хубей (Ухань), Шеньсі (Сіань), Ляонін (Шеньян) за напрямками фінансових і технологічних інновацій, формування інноваційної підприємницького середовища, залучення іноземних фахівців, узгодженого розвитку військової і цивільної промисловості; Настанова канцелярії Держради КНР «Про активне просування інноваційного розвитку та застосування ланцюжків поставок» (2017 р.), якою передбачено сформувати до 2010 р. комплекс нових технологій і моделей розвитку ланцюжків поставок, а також створити близько 100 підприємств-лідерів в мережі глобальних ланцюжків поставок.

Проаналізувавши особливості реалізації нормативно-правового забезпечення інноваційного розвитку промислових підприємств КНР, які спроможні виробляти конкурентоспроможну продукцію пріоритетними завданнями на тривалу перспективу слід вважати: сприяння держави у формуванні високотехнологічних виробництв, в тому числі у напрямку створення ефективної системи трансферу технологій; надання державної підтримки у створенні та розвитку сучасних форм інноваційної інфраструктури (кластери, індустріальні парки, СЕЗ, технопарки та ін.) в провінціях країни, у яких є мережа науково-технічних і промислових підприємств з високим науково-технологічним потенціалом; використання існуючого науково-технічного потенціалу для розвитку пріоритетних видів економічної діяльності (сільськогосподарські технології, біотехнології, ядерні та космічні технології та ін.); створення сприятливих умов для проведення досліджень в сфері науково-технічного розвитку (хімічні технології і нові матеріали, інформаційні технології та ін.); удосконалення нормативно-правової бази у сфері розвитку наукової та інноваційної діяльності в КНР; інтеграція в глобальну інноваційну сферу.

Список використаних джерел:

1. Єгоров І.Ю., Бойко О.М. *Інституційно-правові засади щодо функціонування індустріальних та технологічних парків в Україні: ризики та перспективи. Міжнародна науково-практична конференція "The Productive Capacity of a Nation: Case of Ukraine" (29-30 червня 2017 р.). – К.: Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2017. – С.123-127.*
2. Бойко О.М. *Розвиток інноваційного середовища України в європейському науково-технологічному просторі Економічний вісник університету: зб. наук. праць учених та аспірантів / ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2017. – С. 243-251.*
3. Бойко Е.Н. *Экономический пояс шелкового пути: перспективы для Украины. Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы: сборник научных статей. В 4 ч. Ч. 2 / Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси; редкол.: В. И. Бельский [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2017. –С.81-88.*
4. Галасюк В.В. *Індустріальні парки: світовий досвід та перспективи створення в Україні / Економічний аналіз. – Том. 28 №1. – 2018. – С. 40-50.*
5. Бойко Е.Н. *Структурные составляющие инновационной среды национальной экономики: Украина и другие страны мира Материалы докладов международной научно-практической конференции «социально-экономическое развитие организаций и регионов*

Беларуси: ефективність и інновації», посвященної году науки. – Витебск: УО “ВГТУ”, 2017. – С.112-132.

6. Індустріальні парки в Україні: проблеми становлення та перспективи розвитку: монографія / Єгоров І.Ю., Бойко О.М., Грига В.Ю.; наук. ред. Єгоров І.Ю. – НАН України, ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Науково-дослідний економічний інститут. – К., 2015. – 140 с.

УДК 368

В.П. БРАТЮК

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасні світові тенденції глобалізації, швидкого технічного та технологічного підйому виробництва, зростання темпів розвитку національних ринків і, як наслідок, посилення конкурентної боротьби ставлять високі вимоги до діяльності сучасних страхових організацій. Адже, тільки інноваційний – інноваційна діяльність та інноваційний менеджмент з властивим йому функціональним апаратом в змозі передбачити і зумовити майбутнє, саме він на даний час є одним з найважливіших елементів конкурентної боротьби, а інноваційно-інвестиційна стратегія є основним його інструментом, тому саме інноваційно-інвестиційній діяльності необхідно приділяти значну увагу страховим організаціям, які функціонують в сучасних ринкових умовах.

Однією з проблем, є розгляд і аналіз важливих питань управління інноваційними та інвестиційними процесами; наголошення на необхідності дотримання принципу інноваційності в умовах виконання будь-якої діяльності, будь-яких функцій, організації будь-яких процесів; актуалізація значущості внутрішніх джерел розвитку при формуванні інноваційного соціально-економічного і духовного життя громадян України. Необхідність вирішення сформованих завдань обумовлює доцільність розгляду порівняно нової категорії економічної науки, а саме поняття “інноваційно-інвестиційна діяльність” страхових організацій, виявлення його сутності, значущості, напрямків формування та сфер застосування, методів оцінки та управління.

Сучасні інноваційні процеси досить складні й вимагають проведення аналізу закономірностей їхнього розвитку. Для цього необхідні фахівці, які займаються різними організаційно-економічними аспектами нововведень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спираються автори, важливий внесок у дослідження проблем інвестиційної діяльності страхових компаній зробили українські науковці та економісти: М. Александрова, В. Базилевич, О. Барановський, О. Гаманкова, А. Василенко, Н. Внукова, О. Власенко, О. Заруба, Л. Орланюк-Малицька, С. Осадець, О. Павленко, Р. Пікус, О. Ромащенко, Н. Ткаченко та ряд інших.

Значення інвестиційної діяльності проявляється як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремих страхових компаній. на мікрорівні ефективна інвестиційна діяльність характеризує можливості окремої страхової компанії стабільно виконувати свої зобов’язання. це підтверджується властивостями, що притаманні страховому бізнесу, а саме:– інвестиційний дохід може бути джерелом приросту власного капіталу страховика, який використовується в надзвичайних ситуаціях для страхових виплат; – успішна інвестиційна діяльність надає можливість страховій організації використовувати

частину інвестиційного доходу для покриття збитків по страхових операціях; – інвестиційна діяльність дає страховій компанії змогу залучати страхувальників до участі в прибутку через систему нарахування бонусів, премій, надання різних видів додаткових послуг [1].

Кількість страхових компаній (СК) станом на 30.09.2018 становила 285, з яких 31 СК зі страхування життя (СК "Life") та 254 СК, що здійснювали страхування, інше, ніж страхування життя (СК "non-Life"). За січень – вересень 2018 року в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року кількість страхових компаній зменшилась на 11 СК.

Таблиця 1

Кількість страхових компаній [2]

Кількість страхових компаній	Станом на 31.12.2016	Станом на 31.12.2017	Станом на 30.09.2017	Станом на 30.09.2018
Загальна кількість	310	294	296	285
в т.ч. СК «non-Life»	271	261	262	254
в т.ч. СК «Life»	39	33	34	31

Протягом аналізованого періоду збільшилась кількість укладених договорів страхування на 16 968,2 тис. одиниць (або на 12,4%), при цьому на 11 799,2 тис. одиниць (або на 13,2%) зросла кількість договорів з обов'язкового страхування, в тому числі збільшилась кількість укладених договорів страхування від нещасних випадків на транспорті на 11 379,5 тис. одиниць (або на 13,7%). Кількість укладених договорів з добровільного страхування збільшилась на 4 089,2 тис. одиниць (або на 8,9%), в тому числі збільшилась кількість укладених договорів страхування від нещасних випадків на 3 713,8 тис. одиниць (або 14,9%), кількість укладених договорів страхування медичних витрат зросла на 605,9 тис. одиниць (або на 21,8%).

Обсяг валових страхових виплат/відшкодування у порівнянні з 9 місяцями 2018 року збільшився на 1 379,7 млн. грн. (18,7%), обсяг чистих страхових виплат збільшився на 1 309,6 млн. грн. (18,3%). Зростання обсягів валових страхових виплат за 9 місяців 2018 року мало місце у більшості основних системоутворюючих видах страхування. Найбільше збільшення валових страхових виплат відбулося з таких видів страхування: автострахування (збільшення валових страхових виплат на 698,0 млн. грн. (19,3%)), медичне страхування (збільшення валових страхових виплат на 273,6 млн. грн. (22,9%)), страхування майна (збільшення валових страхових виплат на 204,2 млн. грн. (105,4%)), страхування життя (збільшення валових страхових виплат на 123,2 млн. грн. (29,8%)). Водночас, зменшилися валові страхові виплати зі страхування фінансових ризиків на 80,9 млн. грн. (6,4%) та страхування кредитів на 40,2 млн. грн. (38,8%).

Рівень валових виплат у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року збільшився на 1,6 в.п. та становив 25,1%. Рівень чистих страхових виплат станом на 30.09.2018 становив 33,3%, що менше на 1,1 в.п. у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

Високий рівень валових та чистих страхових виплат спостерігається з медичного страхування – 57,7% та 60,0%, за видами добровільного особистого страхування – 36,1% та 40,1%, за видами недержавного обов'язкового страхування – 38,0% та 38,2% (з обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів – 44,1% та 43,7%) відповідно.

Операції вихідного перестрахування за 9 місяців 2018 року у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року зменшилися з 13 261,9 млн. грн. до 11 718,5 млн. грн. за рахунок зменшення на 1 113,3 млн. грн. (10,5%) перестрахування в середині країни та на 430,1 млн. грн. (16,2%) операцій з перестрахування із страховиками-нерезидентами.

Страхові резерви станом на 30.09.2018 зросли на 3 028,4 млн. грн. (13,9%) у порівнянні з аналогічною датою 2017 року, при цьому технічні резерви зросли на 2 013,7 млн. грн. (14,6%), а резерви зі страхування життя зросли на 1 014,7 млн. грн. (12,6%).

У порівнянні з аналогічною датою 2017 року збільшились такі показники, як загальні активи страховиків на 2 654,4 млн. грн. (4,7%); активи, визначені ст. 31 Закону України «Про страхування» для представлення коштів страхових резервів – 2 946,8 млн. грн. (8,3%).

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, фінансові ресурси, які акумулюються у вигляді страхових резервів, служать істотним джерелом інвестицій в економіку. У розвинених країнах світу страхові компанії за обсягами інвестиційних вкладень перевищують загальноєвропейських інституціональних інвесторів – банки й інвестиційні фонди. Отже, для забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності українських страхових організацій необхідно ввести деякі зміни до законодавства, що регулює страховий ринок, які були б направлені на: побудову ефективної системи оподаткування страхової галузі; запровадження механізму надання фіскальних преференцій суб'єктам господарювання, які здійснюють витрати на наукову та науково-технічну діяльність; підтримку страхових компаній, що інвестують у високі технології з боку держави. також потрібно стимулювати страхування життя, залучати провідних фахівців до розв'язку даної проблеми. Держава саме повинна підтримати інноваційні галузі на початкових стадіях їх фінансування, передусім необхідно стабілізувати політичну та економічну ситуацію в Україні.

Список використаних джерел:

1. *Базилевич В. Страхування: [Підручник] / В. Базилевич, К. Базилевич, Р. Пікус [та ін.]. – К.: Знання, 2008. – 1019 с.*
2. <https://forinsurer.com>

УДК 330.322:332

Л.О. ГРИШИНА

кандидат економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та організації виробництва,

Є.В. КОЛОМІЄЦЬ

магістрант,
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова,
м. Первомайськ, Україна

**ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ
(НА МАТЕРІАЛАХ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

В складних умовах трансформації національної економіки проблеми зміцнення інвестиційного потенціалу залишаються досить актуальними, адже від обсягу прямих інвестицій залежить формування бюджету держави та соціальне становище в країні. Наявність інвестиційного потенціалу та його ефективне використання є основою успішного розвитку конкурентоспроможної економіки. Регіони країни відзначаються своєю ресурсною базою, географічним розташуванням, рівнем відкритості економіки, соціальним і екологічним становищем та іншими факторами, що впливають на рівень розвитку інвестиційних процесів.

Мета дослідження полягає у дослідженні інвестиційного потенціалу регіону та визначенні факторів його формування.

Проблеми інвестиційної діяльності досліджено у працях Андрійчука В.Г., Бланка І.О., Гаврилюка О.В., Гейця В.М., Губського Б.В., Дудченка М.А., Макогона Ю.В., Новицького В.Є., Пахомова Ю.М., Пересади А.А., Рогача О.І., Савельєва Є.В., Філіпенка А.С., Школи І.М. та інших. На сьогодні, поняттю «інвестиційний потенціал регіону» приділено багато уваги вчених та науковців, а саме: Жулавського А.Ю., Бланка І.А., Говоруна Я.В., Ткачука В.Р., Балацького О.Ф. та ін. Існує багато тлумачень даного терміну, усі основні підходи до визначення категорії «інвестиційний потенціал регіону» сформовані Жулавським А.Ю., який розуміє під ним складну, динамічну категорію, що відображає наявні ресурси, залучені у господарську діяльність території та варіанти їх використання. Інвестиційний потенціал виступає засобом мобілізації усіх можливих джерел, що визначають здатність регіону формувати, оптимально розміщувати та ефективно використовувати інвестиційні ресурси території [1].

В цілому, можна відзначити, що інвестиційний потенціал регіону — це можливість та готовність суб'єктів господарювання до здійснення інвестиційної діяльності на території регіону, тобто вкладення інвестицій у розвиток його економіки. Важливою характеристикою інвестиційного потенціалу є напрями вкладення інвестицій, які виступають як об'єкти інвестиційної діяльності. До них належать: створення та реконструкція основних фондів; обігові кошти; цінні папери (акції, облігації та ін.); цільові грошові вкладення; майнові права та права на інтелектуальну власність, тощо.

Структурно інвестиційний потенціал складається з таких складових: економічної, соціальної, трудової, екологічної, інституційної, виробничої, інфраструктурної, природно-ресурсної, фінансової, інноваційної, правової складових. Величину та стан складових інвестиційного потенціалу обумовлюють відповідні до них фактори впливу. Відтворення інвестиційного потенціалу регіону відбувається під впливом факторів, що визначають його формування та використання з урахуванням взаємозв'язків між ними (рис. 1).

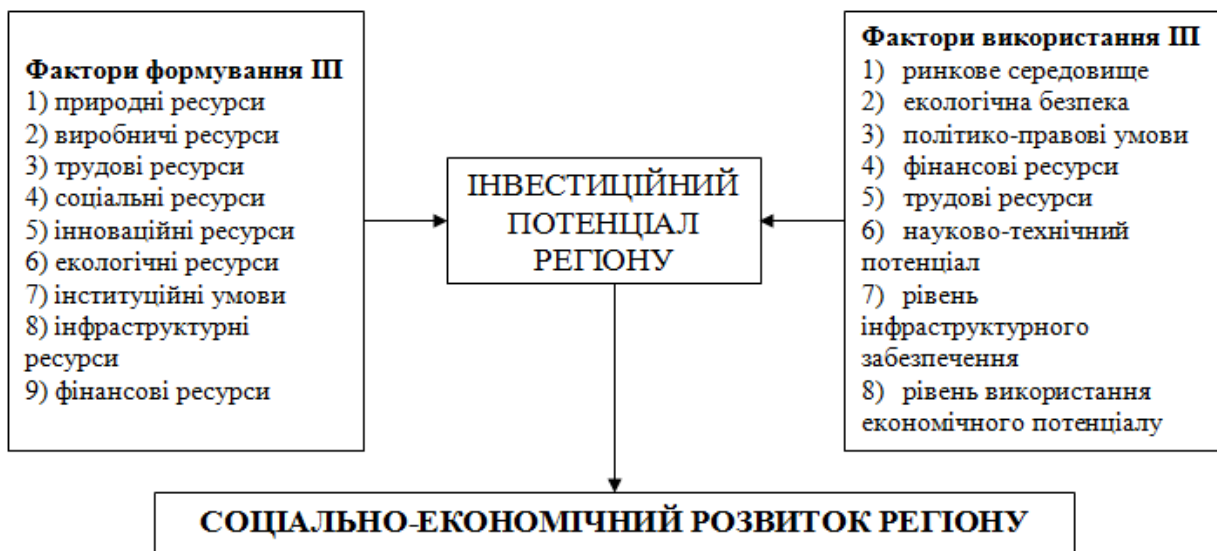


Рис. 1. Фактори впливу на інвестиційний потенціал регіону

Визначальна роль для формування загального інвестиційного потенціалу регіону належить промислово-виробничому потенціалу. Всі інші складові розглядаються або як первинні (формують початкові умови та тенденції зміни промислово-виробничого потенціалу), або як інфраструктурні, що забезпечують певний рівень його формування і використання [2].

Слід відзначити, що основними факторами, які сприяють розвитку інвестиційного потенціалу регіону є ефективна діяльність місцевих органів влади у напрямку

формування інвестиційної програми розвитку регіону, а також забезпеченість трудовими та фінансовими ресурсами, рівень розвитку інфраструктури та інновацій.

Інвестиційний потенціал зростає або зменшується внаслідок взаємодії його складових. Сукупність процесів відтворення інвестиційного потенціалу є його інвестиційним циклом. Таким чином, інвестиційний потенціал території представляє результат взаємодії різних складових інвестиційного процесу, що змінюються в часі. Звідси можна зробити висновок, що між потенціалом залучення та потенціалом використання інвестиційних ресурсів регіону є тісний зв'язок.

Як свідчать статистичні дані, починаючи з 2014 року інвестиційний потенціал у Миколаївській області почав поступово зменшуватися, але, за 2018 рік обсяг прямих інвестицій збільшився на 21,3 млн.дол.США (рис. 2).

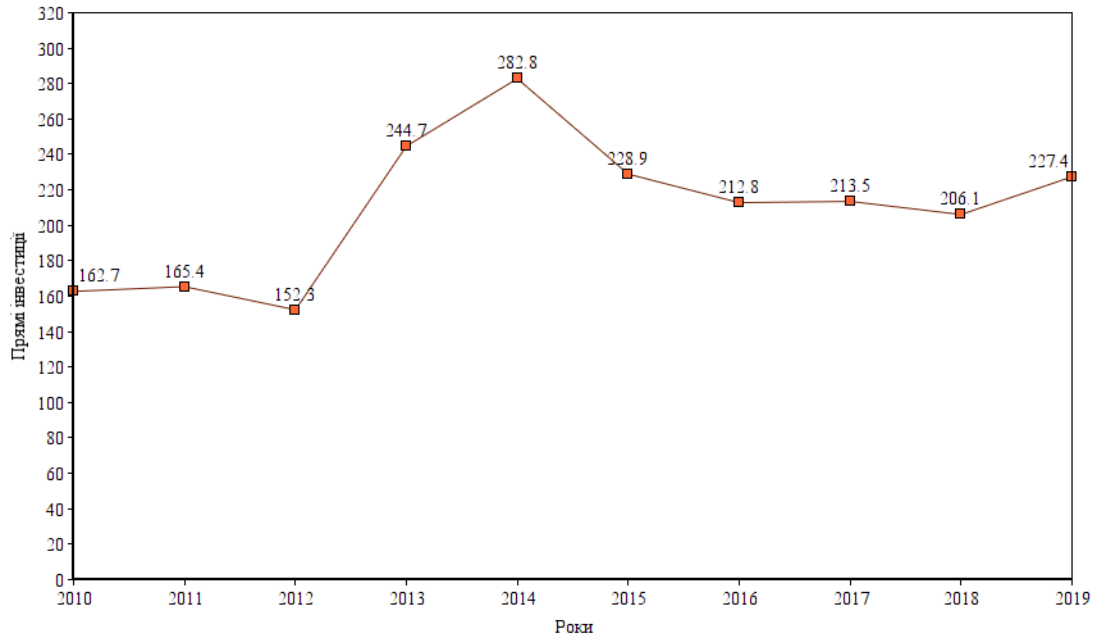


Рис. 2. Прямі інвестиції у Миколаївській області на 01 січня, млн. дол. США

Аналіз галузевої структури інвестицій, що надійшли у Миколаївську область протягом 2018 року, свідчить про таку їх структуру:

- 1) Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство у розмірі 4160,1 тис.дол.США;
- 2) Промисловість — 102046,9 тис.дол.США, зокрема переробна промисловість — 71843,2 тис.дол.США та постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря — 29653,0 тис.дол.США;
- 3) Будівництво — 8709,8 тис.дол.;
- 4) Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів — 6976,8 тис.дол.США;
- 5) Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність — 82546,0 тис.дол.США;
- 6) Операції з нерухомим майном — 11004,5 тис.дол.США;
- 7) Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування — 5125,6 тис.дол.США та ін. [3].

Інвестиційно привабливою протягом усього періоду інвестування залишається харчова промисловість, де зосереджено майже 66,6 млн. дол.США (29,3%) та транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність — 82,5 млн.дол.США (36,3%). Також сталою є зацікавленість інвесторів до таких видів економічної діяльності, як: постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря — 29,7 млн.дол.США операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям — 11,0

млн. дол.США. Неочікувано для всіх привабливим для інвесторів стало будівництво — 8,7 млн.дол.США, а це у 9 разів більше, ніж у попередньому році. Це найбільший результат за останніх 10 років.

Інвестиційне забезпечення суб'єктів господарювання має здійснюватись на трьох рівнях — державному, регіональному і на рівні підприємства. Основною метою інвестиційної політики повинно стати досягнення максимальної узгодженості дій на всіх цих рівнях.

Потенційно Україна та Миколаївська область, зокрема, володіючи значним внутрішнім ринком, розгалуженим промисловим і сільськогосподарським потенціалом, багатими та різноманітними природними ресурсами, а також вигідним геополітичним розташуванням, мають можливості стати одним із провідних реципієнтів інвестицій. Створення відповідного інвестиційного потенціалу Миколаївської області забезпечить інтенсивний розвиток сільського господарства регіону, а також створить потужну базу для розвитку харчової та переробної промисловості, забезпечення продовольчої безпеки.

Список використаних джерел:

1. Жулавський А.Ю. *Інвестиційний потенціал регіону в системі еколого-економічних відносин*// (Електронний ресурс)/ А.Ю Жулавський, Я.В Говорун
2. Дацій Н.В. *Створення ефективної інфраструктури управління інвестиційною діяльністю* // *Інвестиції: практика та досвід.*- 2007.- №22.-С.13-16.
3. <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>

УДК 334.7+631.6

Л.І. ДІДКОВСЬКА

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу форм і методів
господарювання в агропродовольчому комплексі,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ЗРОШУВАНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ

Реалізація проектів державно-приватного партнерства (ДПП) як фактору забезпечення функціонування та розвитку зрошуваних меліорацій має вирішальне значення для підтримки аграрного сектора України. Особливо це стосується тих регіонів, де через несприятливі кліматичні умови, додаткове зволоження є обов'язковою умовою сталого виробництва сільгосппродукції. Зважаючи на те, що один з дієвих засобів інтенсифікації сільського господарства — зрошуване землеробство, використовуються ледь на чверть, при цьому втрати води при транспортуванні через низький технічний рівень і зношеність гідротехнічних споруд залишаються значними, питання залучення інвестицій у модернізацію та реконструкцію меліоративного фонду набувають особливої актуальності.

Формування правової основи та інституційного забезпечення є першочерговим при створенні ефективної моделі ДПП. В Україні відносини в рамках ДПП регулюються такими нормативно-правовими актами: Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, ЗУ «Про державно-приватне партнерство», ЗУ «Про концесії», Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р., Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013-2018 роки» тощо. Проте, нормативно-правова база регулювання ДПП в Україні є надто складною та зарегульованою, що унеможлиблює залучення бізнесу у досягнення

державних пріоритетів. До того ж, відслідковується розпорошеність функцій ДПП серед багатьох міністерств, що значно ускладнює розробку та реалізацію відповідних проектів.

Згідно ЗУ «Про державно-приватне партнерство» [1] основними принципами здійснення ДПП є: рівність перед законом та заборона дискримінації прав обох партнерів, узгодження інтересів партнерів з метою отримання взаємної вигоди, справедливий розподіл ризиків, визначення приватного партнера на конкурсних засадах, незмінність цільового призначення та форми власності об'єктів ДПП тощо. Водночас слід зазначити, що вигода для держави від ДПП може бути мінімальною, оскільки в першу чергу держава має на меті вирішення суспільно значущих завдань, тоді як приватний партнер, отримуючи вищі ризики, планує отримати і більші вигоди. Формування та забезпечення державної політики у сфері ДПП покладено на Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

Провідними науковцями розроблено Стратегію зрошення та дренажу в Україні до 2030 року, в якій зазначено, що потенціал існуючої водогосподарсько-меліоративної інфраструктури для зрошення становить 1,5-1,8 млн га, для осушення – 3 млн га та для водорегулювання – понад 1 млн га. Реалізація зазначеної Стратегії потребує близько 4 млрд дол. США [2]. Очевидно, що в умовах скорочення бюджетних фінансових ресурсів доцільно залучати бізнес у вирішення задач модернізації меліоративної галузі.

Крім того, у меліораторів існує безліч інших проблем. Зокрема, у 2019 р. через зростання вартості електроенергії та через скасування багатотарифних розрахунків за електроенергію сільгосптоваровиробники змушені відмовлятися від вирощування вологолюбних сільгоспкультур на зрошуваних полях. Так, у 2018 р. в Одеській області для вирощування рису на площі 4,5 тис. га було сплачено близько 19 млн грн. за спожиту електроенергію на зрошення. Цьогоріч, у зв'язку з поточною ситуацією, витрати на електроенергію вже становитимуть 31,4 млн грн., або в 1,7 раза більше, ніж у 2018 р. Більше того, на Херсонщині вже скоротили площі під рисом на 30% [3]. Враховуючи те, що вартість електроенергії становить близько 75% у структурі вартості подачі зрошувальної води, було б доцільним переглянути тарифи на електроенергію та залишити багатотарифні розрахунки за електроенергію для меліораторів.

У світовій практиці широко використовується залучення інвестицій через ДПП. Основними сферами застосування ДПП у зарубіжних країнах є інфраструктурні об'єкти, водопостачання, освіта, медицина, енергетика. У реалізації проектів ДПП Велика Британія досягла значних успіхів. Зокрема, у 2015 р. тут налічувалось близько 1400 проектів ДПП, вартістю 75,8 млрд дол. США [4]. У 2018 р. в Росії реалізовувалось близько 3 тис. проектів ДПП з обсягом інвестицій понад 40 млн дол. США (з яких $\frac{3}{4}$ становлять приватні інвестиції в регіональні та муніципальні проекти) [5]. В Україні темпи впровадження ДПП є набагато скромнішими: укладено 192 договори ДПП, з яких реалізується близько 66 проектів (в т.ч. 47% – збір, очищення та розподілення води) [6].

Залучення ДПП у експлуатацію та управління іригаційними проектами реалізується у Бразилії, Ефіопії, Ізраїлі, Індії, Йорданії тощо. У зазначених країнах світу основними формами ДПП для зрошеного землеробства є:

- Експлуатація, управління та обслуговування (Operation, management and maintenance – ОММ). Приватний партнер підтримує іригаційну структуру відповідно до експлуатаційних вимог договору ДПП. Фінансування будівництва меліоративної мережі відбувається за державний кошт. Водночас, асоціації фермерів та водокористувачів несуть відповідальність за підтримання у належному стані внутрішньогосподарської мережі.

- Інфраструктурна концесія. На приватного партнера покладено обов'язки з будівництва, експлуатації та підтримки у належному стані меліоративної системи. Приватний концесіонер отримує прибуток за рахунок виплат кінцевими споживачами. Основним ризиком за такої форми ДПП є ризик попиту.

• Угода про надання послуг фермерським господарством. За рахунок угоди можна поліпшити продуктивність меліоративних заходів. Зазначену угоду можна поєднати з першою або другою формою ДПП. Також ще виділяють вузлову угоду про надання послуг фермерським господарством [7].

Отже, реалізація проектів ДПП при експлуатації та управлінні іригаційними системами значно підвищує ефективність використання водогосподарсько-меліоративної інфраструктури регіону, а також сприяє відродженню зрошуваного землеробства.

І, насамкінець, слід зазначити, що розвиток зрошуваного землеробства в ринковому середовищі залежить від формування ефективних взаємовідносин між органами державної влади, місцевого самоврядування та приватним сектором. Наразі в Україні наявний потужний потенціал ДПП, проте через ряд обмежуючих факторів він не реалізується належним чином. Наявність розвинутого інституціонального середовища (правове регулювання, кадрове забезпечення, інформаційний супровід, контроль та моніторинг тощо) сприятиме формуванню «єдиних правил гри» для всіх учасників ДПП та спонукатиме до системного залучення суспільства та бізнесу у реалізацію гідромеліоративних проектів.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
2. Стратегія зрошення та дренажу в Україні до 2030 року. URL: <https://menr.gov.ua/news/32835.html>
3. Аграрии отказываются от выращивания риса из-за дорогого электричества. URL: <http://agroportal.ua/news/rasteniievodstvo/agrarii-otkazyvayutsya-ot-vyrashchivaniya-risa-iz-za-dorogogo-elektrichestva/>
4. Мигас І.І. Державно-приватне партнерство Великої Британії та розвиток його нових форм. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/23136/1/%D0%9C%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D1%81%20%D0%86.%D0%86.pdf>
5. Борщевський Г.А. Создание институциональных условий для привлечения инвестиций в инфраструктуру: опыт российских регионов. – Вопросы экономики. – 2019. – №2. – С.135.
6. Хвесик М.А., Левковська Л.В. Публічно-приватне партнерство як дієвий механізм ефективного управління водними ресурсами. Матер. міжнар. наук.-практ. конф. «Вода для всіх» (Київ, 21 березня 2019 р.) Ін-т водн. пробл. і меліор. НААНУ. – Київ. – ІВПМ. – 2019. – С. 21.
7. Нед Уайт. Державно-приватне партнерство в сільському господарстві: міжнародний досвід та перспективи для України. URL: <http://ppp-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/01/Edward-White-PPPs-in-Agriculture-for-Ukraine-UKR-1.pdf>

УДК 330.341.1:332.122

К.О. КОЛЕДІНА

кандидат економічних наук,

Харківський національний університет будівництва та архітектури,

м. Харків, Україна

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
ТА ШЛЯХИ ЙОГО ДОСЯГНЕННЯ**

В сучасних умовах господарювання запорукою інтенсивного економічного розвитку України є інтелектуалізація основних факторів виробництва та формування

потужного інноваційного потенціалу вітчизняних промислових підприємств. Поширення інтеграційних процесів викликає необхідність розвитку національної економіки на основі якісних інтелектуально-інноваційних факторів. Постійне оновлення ідей, створення інновацій та просування на ринок інноваційного продукту стає найактуальнішою проблемою функціонування промислового підприємства в умовах євроінтеграційних процесів [1].

Дослідженням проблем інноваційного розвитку підприємств присвячено праці відомих українських і зарубіжних учених таких, як: О. Біловодська, І. Борисова, Ю. Буренніков, І. Бутирська, М. Войнаренко, О. Волков, А. Гриньов, Ж. Єрмакова, П. Завліна, В. Захарченко, М. Йохна, С. Ілляшенко, М. Керницька, Т. Кужда, С. Ковальчук, Н. Корсікова, Д. Крамської, М. Меркулов, В. Нижник, О. Орлов, А. Реутов, М. Семікіна, В. Стадник, А. Тельнов, Р. Фатхутдінов, Л. Федулова, С. Філіппова, Н. Хрущ, А. Череп, І. Школа та багато інших. Проте, незважаючи на низку наукових праць із цієї проблематики, недостатньо дослідженими залишаються питання пошуку шляхів досягнення промисловими підприємствами інноваційного розвитку та основних перепон на цьому шляху, що й зумовило вибір теми роботи.

Під інноваційним розвитком промислового підприємства розуміють «складний комплексний процес руху підприємства до стійкого економічного зростання у довгостроковій перспективі шляхом постійного та систематичного створення (придбання), впровадження та комерціалізації інновацій в усіх сферах функціонування» [2].

Для досягнення промисловим підприємством високого рівня інноваційного розвитку, насамперед, потрібно дослідити фактори, що негативно впливають на його інноваційну діяльність, а отже, гальмують інноваційний розвиток підприємства. Їх виокремлення дасть змогу визначити пріоритетні напрями впливу на діяльність інноваційних структур з метою підвищення їх результативності та розвитку.

Дослідження наукової літератури щодо факторів впливу на інноваційний розвиток промислових підприємств дозволило поділити їх на фактори, які діють в межах підприємства (внутрішні змінні), які прийнято називати чинниками внутрішнього середовища та фактори, які діють поза підприємством (зовнішні змінні), тобто чинники зовнішнього середовища. В свою чергу фактори зовнішнього та внутрішнього середовища можуть спричиняти як позитивний, так і негативний вплив на діяльність промислових підприємств та їх інноваційний розвиток. Тому доцільним є поділ факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на дві групи: ті, що стимулюють інноваційний розвиток та ті, що його стримують.

Оскільки інноваційний розвиток відіграє ключову роль в діяльності підприємства та є запорукою його конкурентоспроможності, то доцільним є більш детальне дослідження факторів, що його гальмують (рис. 1). Всі фактори інноваційного розвитку промислових підприємств розподілено на п'ять основних груп:

- фінансово-економічні, що визначають особливості здійснення інноваційної діяльності підприємств з позицій грошово-кредитних, бюджетно-податкових та амортизаційних важелів інноваційного розвитку;
- організаційно-управлінські, що впливають через інституційно-управлінські та інституційно-організаційні зміни в інноваційній сфері;
- законодавчо-правові, що формують правову основу інноваційного розвитку підприємств в Україні на основі системи законних та підзаконних актів;
- інформаційні, що визначають особливості інноваційного розвитку підприємств на основі використання інформаційних ресурсів;
- соціально-психологічні, що впливають на систему соціальної підтримки кадрового потенціалу та на споживачів інноваційної продукції [3, с. 86].



Рис. 1. Фактори негативного впливу на інноваційний розвиток промислових підприємств

Проте результат впливу кожної з вказаних груп факторів може носити для підприємства як позитивний, так і негативний характер. Так, передумови інноваційного розвитку промислових підприємств перетворюються в фактори його гальмування у зв'язку з: відсутністю достатніх інвестиційних ресурсів та одночасно слабкою підтримкою держави в умовах ризику й дорожчечі введення інновацій (фінансово-економічні); відсутністю або недосконалістю інноваційної стратегії, слабо розвинутим міжнародним співробітництвом у галузі знань, неналаштованістю персоналу на інновації (організаційно-управлінські); недосконалістю системи законних та підзаконних актів (законодавчо-правові); неточністю прогнозів, обмеженістю інформації тощо (інформаційні); недосконалістю системи соціальної підтримки кадрового потенціалу через опір змінам, боязнь невизначеності, невміння управляти ризиками та слабку мотивацію праці в умовах інновацій (соціально-психологічні).

Таким чином, на сучасному етапі функціонування промислових підприємств ключову роль у забезпеченні їх економічного зростання відіграє інноваційний розвиток. Серед передумов інноваційного розвитку промислових підприємств виокремлено такі: фінансово-економічні, організаційно-управлінські, законодавчо-правові, інформаційні та соціально-психологічні. Однак, за певних обставин зазначені передумови перетворюються на фактори гальмування інноваційного розвитку, які необхідно досліджувати та шукати шляхи їх мінімізації або повного усунення.

Список використаних джерел:

1. Попель С.А. *Формування інноваційного потенціалу промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / Хмельницький національний університет МОН України. Хмельницький. 2015. 21 с.*
2. Коледіна К.О. *Економічна оцінка інноваційного розвитку промислових підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / Інститут економіки промисловості НАН України. Київ. 2018. 28 с.*
3. Коледіна К.О. *Чинники гальмування інноваційного розвитку підприємств. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2014. №15 (4). С. 86-89.*

УДК 336.71

К.Л. ЛАРІОНОВА

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

І.А. ВОЗОВИК

студентка,

Хмельницький національний університет,

м. Хмельницький, Україна

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРОБЛЕМНИХ КРЕДИТІВ БАНКУ

Економічна та політична нестабільність в країні негативно позначається на всіх секторах національної економіки. На банківському ринку фінансові аспекти кризи проявляються через масове банкрутство банків, погіршення основних показників діяльності банків, зростання частки проблемних кредитів у кредитному портфелі, погіршення ліквідності банківських установ.

На сьогоднішній день, однією із найпоширеніших проблем із якою зіштовхнулись, в тій чи іншій мірі, всі банківські установи є зростання обсягів проблемної заборгованості клієнтів. Однією із причин, що призвела до виникнення такої проблеми стало зниження платоспроможності позичальників в наслідок погіршення економічної ситуації в країні. Окрім цього, в боротьбі за захоплення ринку, вітчизняні банківські установи часто порушували основні правила кредитування, а саме: знижували вимоги до оцінки кредитоспроможності позичальників, не здійснювали належну оцінку кредитного ризику.

Усе це дає підстави стверджувати, що аналіз проблемної кредитної заборгованості та її класифікація, а особливо розуміння сутності проблемного кредиту, є актуальним завданням, від вирішення якого залежить фінансовий стан, конкурентоспроможність та довіра не тільки до банків, а й до всієї банківської системи країни.

Ефективне управління проблемними кредитами ускладнюється тим, що не існує єдиного підходу до розуміння сутності «проблемний кредит». Аналізуючи існуючі в науковій літературі визначення «проблемного кредиту», необхідно відмітити, що найбільш комплексними є ті визначення, які характеризують максимальну кількість ознак проблемного кредиту.

Досить широко та комплексно визначає поняття «проблемний кредит» Т.М. Болгар [1]. У визначенні проблемного кредиту автор вказує обставини, що можуть викликати істотне порушення графіку повернення платежів, зокрема, погіршення якості забезпечення, погіршення фінансового стану позичальника, проте, не зазначає, які це може мати наслідки. Л.О Примостка, В.Я. Вовк, О.В. Хмеленко окрім порушення графіку повернення кредиту, вказують зменшення вартості забезпечення, що, безперечно, ширше відображає суть проблемних кредитів та розширює їх діапазон [2; 3].

Отже, підсумовуючи аналіз існуючих понять, «проблемним кредитом» називається кредит за яким виплата тіла кредиту та відсотків була істотно прострочена, а також такі

кредити, за якими існує загроза порушення графіку погашення через погіршення фінансового стану позичальника, зменшення якості забезпечення (його втрату) чи ряду інших причин, що в результаті може призвести до погіршення показників діяльності банку, зокрема до погіршення ліквідності, платоспроможності та, навіть, банкрутства. В даному визначенні узагальнюються ознаки проблемності кредиту та, на відміну від інших, розгорнуто вказуються наслідки, до яких може призвести наявність проблемних кредитів в банківському портфелі. Більшість банків визначало проблемні кредити відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), які більше орієнтовані на судження банків та їхніх аудиторів.

Зауважимо, що кожна країна аналізує рівень проблемної заборгованості на основі внутрішніх стандартів, невід'ємною складовою яких є трактування поняття проблемного кредиту. Проте, для правильного аналізу якості кредитного портфеля, потрібно також враховувати думку експертів спеціальних агентств щодо сутності цього поняття. Наприклад, Міжнародний валютний фонд (МВФ) визначає проблемний кредит як зобов'язання, повне погашення якого сумнівне внаслідок неадекватного фінансового стану позичальника чи забезпечення за цим зобов'язанням, а також спостерігається прострочення сплати основного боргу й/або відсотків за ним більше 90 днів [4]. Базельський комітет з банківського нагляду трактує проблемний кредит як кредитний продукт, за яким існують істотні порушення строків виконання зобов'язань перед банком, істотне погіршення фінансового стану боржника, погіршення якості забезпечення [5]. Як бачимо, визначення МВФ і Базельського комітету практично ідентичні і враховують три ознаки: погіршення фінансового стану, якість забезпечення і прострочення погашення кредиту. Втім визначення МВФ є більш конкретним, оскільки в ньому вказується термін прострочення (більше 90 днів – період, коли кредит автоматично стає проблемним). Разом з тим такі словосполучення у визначенні Базельського комітету як «істотні порушення строків», «істотне погіршення фінансового стану», «погіршення якості забезпечення» можна трактувати по-різному.

Зміни до поняття «проблемних кредитів» банків України запроваджено із 30 червня 2016 року у зв'язку із набуттям чинності Постанови № 351. Запроваджено поняття «непрацюючі кредити», що є максимально близьким до загальноприйнятого у світовій практиці поняття «non-performing exposures / loans» (NPE/NPL).

Відповідно даного положення «непрацюючий актив / кредит» – актив, за яким прострочення погашення боргу перевищує 90 днів (30 днів для банків-боржників), або за яким контрагент неспроможний забезпечити виконання зобов'язань без стягнення забезпечення.

Історичні дані за частками непрацюючих кредитів, що оприлюднювалися у складі індикаторів фінансової стійкості на сайті НБУ, базувалися на балансових та позабалансових активах. Великі обсяги відкличних зобов'язань з кредитування (позабаланс), що потрапляли до найвищих категорій якості, суттєво впливали на частку непрацюючих кредитів, занижуючи її. Надалі ключовий показник непрацюючих кредитів, що публікуватиметься НБУ, базуватиметься лише на балансових показниках.

Значний приріст частки непрацюючих кредитів у лютому 2017 року (перше статистичне спостереження на основі нової методології) пояснюється переважно визнанням непрацюючих кредитів Приватбанком після націоналізації (15,1 п. п). Решта приросту (2,1 п. п) пояснюється зміною підходу до методології категоризації та виключенням позабалансу з розрахунку (7,4 п. п). Протягом кількох наступних місяців було несуттєве коливання у показниках непрацюючих кредитів через виправлення банками помилок та адаптації до нової звітності.

У міжнародній практиці є три основні підходи для категоризації проблемних активів.

Перший підхід - бухгалтерський підхід (impaired/non-impaired):

– актив є знеціненим, коли є об'єктивні свідчення появи втрат (зокрема, значні фін. труднощі боржника, порушення умов контракту, можливість банкрутства, надання позичальнику поступок, які в нормальних умовах були би неможливими, ін.);

– знецінення визначається із урахуванням наявності застави.

Другий підхід – пруденційний підхід (defaulted asset/loan) – використовується в т. ч. під час розрахунку розміру регулятивного капіталу, кредитного ризику, ін. Дефолт визнається за боржником у разі:

– прострочення більше ніж 90 днів;

– низька ймовірність виконання зобов'язань у повному обсязі без реалізації забезпечення.

Третій підхід – статистичної звітності для уніфікації між юрисдикціями та отримання порівнюваних міжнародних даних. Непрацюючою (NPE/NPL) визнається:

– вся знецінена заборгованість (impaired);

– заборгованість, за якою настав дефолт (defaulted);

– вся інша заборгованість, яка не знецінена або за якою не настав дефолт, але: є матеріальною з простроченням більше ніж 90 днів; є ознаки низької імовірності виконання зобов'язань у повному обсязі без реалізації забезпечення незалежно від кількості днів прострочення.

Проблемна заборгованість може виникати з різних причин. Ці причини умовно поділяюся на декілька груп: зовнішні (макроекономічні), внутрішні (банку та позичальника), внутрішньо-системні (банківські) [6].

Зовнішніми (макроекономічними) є чинники, що активізуються у період економічного спаду чи кризи фінансових ринків та зменшують свій вплив у період економічного зростання чи піку розвитку економіки держави. До таких чинників відносяться:

– нестабільність фінансово-економічного стану держави, наслідком якого є девальвація гривні, зниження доходів населення та інші економічні процеси, що негативно впливають на платоспроможність позичальника;

– нестабільна політична ситуація в державі;

– асиметрія інформації на кредитному ринку (відсутність у кредиторів повної та достовірної інформації про позичальника, а у позичальника відсутність інформації щодо усіх подробиць кредитної угоди);

– недосконалість нормативно-правової бази;

– форс-мажорні обставини, спричинені зовнішнім впливом.

Внутрішні чинники виникнення проблемних кредитів пов'язані з діяльністю банку чи позичальника. Група внутрішніх чинників ґрунтується переважно на погіршенні фінансового стану позичальника, недосконалому управлінні чи скрутному стані на ринку. До таких чинників належать: недоліки при укладанні кредитної угоди; агресивна кредитна політика банку; некваліфікований персонал; неякісна оцінка платоспроможності позичальника; завищення вартості застави; неефективна система супроводу кредиту та відсутність моніторингу; не контрольованість термінів повернення позик до банків.

Третьою групою чинників є внутрішньо-системні чинники, які зумовлені особливостями банківської системи конкретної держави. Такими чинниками можуть бути: кредитна експансія; велика частка наданих валютних кредитів; залежність банківських кредитних ресурсів від зовнішніх джерел фінансування.

Таким чином категорія проблемні кредити є більш ширшим поняттям ніж «непрацюючі кредити». Як відомо, аналіз рівня проблемної заборгованості банками відбувався самостійно, більш того, для вітчизняних банків алгоритм розрахунку проблемної заборгованості чітко не був прописаним. Тому більшість банків визначало проблемні кредити відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), які більше орієнтовані на судження банків та їхніх аудиторів. А до непрацюючих

кредитів чітко відносяться кредити, за якими прострочення погашення боргу перевищує 90 днів (30 днів для банків-боржників), або за яким контрагент неспроможний забезпечити виконання зобов'язань без стягнення забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Болгар Т. М. *Проблемні кредити банків як результат реалізації кредитного ризику* / Т. М. Болгар // *Економічний нобелівський вісник*. – 2014. – № 1(7). – С. 50–58.
2. Примостка Л.О. *Фінансовий менеджмент у банку : підручник / Л.О. Примостка – 2-ге вид., доп. і перероб.* – К. : КНЕУ, 2004. – 468 с.
3. Вовк В. Я. *Кредитування і контроль : навч. посіб. / В. Я. Вовк, О. В. Хмеленко.* – К.: Знання, 2008. – 463 с.
4. *Financial Soundness Indicators – Compilation Guide.* – IMF. – March, 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fsi/guide/2006/index.htm>.
5. Angklotkiew S., George J., Packer F. *Issues and developments in loan loss provisioning: the case of Asia.* – *BIS Quarterly Review, December 2009.* – p. 74.
6. Жаліло Я. *Економіка України після кризи: орієнтири стратегічних реформ* / Я. Жаліло, Д. Покришка, Я. Белінська; за ред. Я. Жаліло. – К.: НІСД, 2010. – 104 с.

УДК 336.71

К.Л. ЛАРІОНОВА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Г.М. ТОМЧИШИНА

студентка ОС «бакалавр»,
Хмельницький національний університет,
м. Хмельницький, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Економіка розвинених країн характеризується високорозвиненою сферою послуг, використанням новітніх технологій у сфері виробництва, стабільним зростанням макроекономічних показників, потужною сферою соціального захисту та підвищенням рівня життя громадян. В умовах розбудови соціально-орієнтованої економіки, де найбільш ефективним та потенційним фактором виробництва є людський капітал, а основною метою функціонування економіки стає повноцінний розвиток людського суспільства, все більшого значення набуває питання захисту здоров'я і життя людини, підтримання умов нормальної життєдіяльності. На жаль, в Україні соціальній складовій економічного розвитку приділяється недостатньо уваги, що призводить до зниження життєвого рівня населення та уповільнення темпів економічного зростання. Ефективним рішенням цієї проблеми може стати повноцінна система страхування життя, яке дасть змогу захистити особу або її родину від економічної дестабілізації внаслідок смерті страхувальника та створить підґрунтя для повноцінної життєдіяльності кожної людини у разі дожиття до обумовленого у страховому договорі віку.

У складних умовах сучасної політичної та економічної ситуації в країні, держава не може забезпечити достатній рівень матеріального добробуту громадян. Упевненість у завтрашньому дні може надати страхування життя, оскільки в цьому разі людина забезпечує своє майбутнє самостійно. Але таку підгалузь страхування, як страхування життя, ще не можна назвати достатньо розвинутою в Україні. Тому дослідження сучасного стану та перспектив розвитку ринку страхування життя в Україні на сьогодні є досить актуальним.

Згідно із сучасним визначенням страхування життя – це страхування, яке здійснюється на добровільній основі шляхом укладення договору страхування між

страховиком (страховою компанією) та страхувальником (юридичною чи фізичною особою), згідно з яким страховик бере на себе зобов'язання здійснити страхову виплату у разі настання страхового випадку, а страхувальник зобов'язується своєчасно сплачувати страхові внески [3].

Страховання життя є надійним інструментом примноження коштів і перетворення ймовірних ризиків у вигідне становище для страхувальника. Тобто, з одного боку, воно зменшує негативні наслідки таких соціальних ризиків, як втрата доходу внаслідок втрати працездатності особи або смерті годувальника сім'ї, а також забезпечує кошти на пенсію та реалізацію планів у майбутньому. З іншого, страхові фонди, нагромаджені компаніями зі страхування життя є потужним джерелом інвестицій в економіку країни. Саме тому важливого значення набуває розвиток страхування життя, що своєю чергою потребує вивчення теоретико-методологічних засад його функціонування.

Страховання життя належить до виняткової діяльності компаній зі страхування життя (лайфових компаній). Відповідно до ст. 38 Закону про страхування страховики, які отримали ліцензію на страхування життя, не мають права займатися іншими видами страхування.

Особливістю цієї сфери страхування є поєднання в її рамках усіх видів страхування, що пов'язані зі страховим захистом життя й здоров'я особи, а також додатковим пенсійним забезпеченням. При цьому окремі види належать до довгострокового (накопичувального) страхування, а окремі – до інших видів страхування життя.

Згідно з пп. 14.1.52 ст. 14 Податкового кодексу України (ПКУ), договір довгострокового страхування життя - договір страхування життя строком на п'ять і більше років, який передбачає страхову виплату одноразово або у вигляді анuitету, якщо застрахована особа дожила до закінчення терміну дії договору страхування чи події, передбаченої у договорі страхування, або досягла віку, визначеного договором. Такий договір не може передбачати часткових виплат протягом перших п'яти років його дії, крім тих, що здійснюються у разі настання страхових випадків, пов'язаних зі смертю чи хворобою застрахованої особи або нещасним випадком, що призвело до встановлення застрахованій особі інвалідності I або II групи чи встановлення інвалідності особі, яка не досягла вісімнадцятирічного віку.

Договір страхування життя обов'язково містить основну програму страхування та може містити одну або декілька програм додаткового страхування. Програми встановлюють спеціальні умови страхування, як, наприклад, вимоги до віку застрахованої особи, перелік страхових випадків, порядок сплати страхових внесків, умови здійснення страхових виплат. Придбання основної програми страхування є обов'язковою умовою при укладенні договору страхування.

На сучасному етапі страхові компанії України пропонують такі програми страхування життя:

1. Накопичувальні програми. Накопичувальне страхування – заплановане накопичення коштів до певного терміну та одночасно захист страхувальника на випадок смерті. Додатково страхувальник може обрати варіант захисту на випадок інвалідності: в цьому разі страхова компанія бере на себе оплату внесків за страхувальника аж до зняття інвалідності або до закінчення дії договору.

2. Ризикові програми. Ризикове страхування - програма захисно-фінансового регулювання на випадок хвороби застрахованої особи або настання нещасного випадку, які могли б спричинити смерть, втрату працездатності, госпіталізацію або оперативне втручання.

3. Додаткові програми: страхування на випадок критичних захворювань, страхування на випадок госпіталізації, страхування на випадок проведення хірургічних операцій. Значний вплив на розвиток ринку страхування життя в Україні здійснила

світова фінансова криза. Але руйнівні процеси на страховому ринку зумовлені не тільки зовнішніми чинниками, а й неефективними, непослідовними діями або бездіяльністю окремих органів державної влади, що, як правило, полягають у протекціоністській політиці щодо певних сегментів фінансового ринку чи окремих їх суб'єктів.

Говорячи про український досвід у сфері страхування життя, необхідно відзначити, що цей напрям є не досить розвиненим та потребує суттєвих трансформацій відповідно до тих реалій, з якими стикається українська страхова сфера та економіка загалом.

Ринок страхових послуг залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків. Загальна кількість страхових компаній станом на 30.06.2018 становила 291, у тому числі СК "life" – 31 компаній, СК "non-life" - 260 компаній, (станом на 30.06.2017 - 300 компанія, у тому числі СК "life" - 36 компаній, СК "non-life" - 264 компанія) [1].

Валові страхові платежі (премії, внески) при страхуванні життя станом на 30.06.2018 становили 1 732,8 млн. грн., що на 39,2% більше, ніж за аналогічний період 2017 року (станом на 30.06.2017 – 1 245,1 млн. грн.). Структура валових надходжень страхових платежів (премій, внесків) станом на 30.06.2018 має такий вигляд:

- 1 663,1 млн. грн. (або 96,0%) – що надійшли від фізичних осіб;
- 69,7 млн. грн. (або 4,0%) – що надійшли від юридичних осіб [4].

Існує низка причин, які гальмують розвиток ринку страхування життя та знижують його ефективність:

- повільні темпи впровадження ринкових умов та реструктуризації економіки;
- негативну історію страхування життя в Україні в пострадянський період;
- нестабільність політичної ситуації;
- відсутність надійних інвестиційних інструментів, а також відсутність гарантій збереження вкладених коштів;
- низькі доходи громадян, відсутність комплексного підходу під час розроблення страхових продуктів;
- недосконалість законодавчої бази: недоліки податкового законодавства; недосконалість державного нагляду за страховою діяльністю; відсутність дієвих гарантій для страхувальників у разі банкрутства страхової компанії; недосконалість захисту прав споживачів страхових послуг; неадекватне регулювання страхового посередництва;
- недорозвиненість економіки в цілому: низький рівень платоспроможності населення; достатньо високий рівень інфляції; відсутність привабливих для страховиків інвестиційних інструментів; збитковість більшості підприємств; експансія «зайвого» іноземного капіталу в страховий сектор.
- низький рівень довіри споживачів;
- причини, що лежать у площині тіньової економіки: шахрайство страхувальників; фіктивне «перестраховання»; легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом;
- проблеми власне страхового ринку: низький рівень національного перестрахового ринку та залежність від світових лідерів перестраховання; вузька клієнтська база страховиків; недорозвиненість довгострокового страхування, недержавного пенсійного забезпечення; некваліфіковані актуальні розрахунки та невірні статистичні данні; недосконалість правил страхування; значна інформаційна закритість страхового ринку; недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення.

Загалом можна стверджувати, що на український ринок страхування життя впливає система дестабілізуючих факторів, які здійснюють прямий та опосередкований вплив на цю сферу. На нашу думку, провідну роль у стабілізації ситуації у сфері страхування життя повинна відігравати держава, використовуючи різноманітні важелі стимулювання і контролю. Таким чином, страховий ринок України необхідно реформувати, враховуючи при цьому його теперішній стан, соціальне значення, а також

притаманний цій галузі потужний інвестиційний потенціал. Саме тому, для подолання проблем страхового ринку України та безпосередньо страхування життя необхідно: впроваджувати європейські принципи регулювання страхової діяльності; забезпечити правову основу для введення постійного контролю за фінансовою діяльністю і станом страхових компаній; підвищити рівень прозорості страхового ринку та страхових компаній, створити одну базу даних страховиків і реєстри незалежних посередників; встановити вимоги до платоспроможності страхових компаній на основі оцінки ризиків та якості активів страховика; продовжити реформування системи оподаткування страховиків з метою мінімізації шахрайських операцій з фінансовими ресурсами; створити систему гарантій виконання зобов'язань за договорами страхування, укладеними неплатоспроможними та збанкрутілими страховими організаціями.

Список використаних джерел:

1. *Forinsurer. Підсумки діяльності страхових компаній за 2018 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://forinsurer.com/files/file00559.pdf>*
2. *Українська федерація убезпечення. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2011-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ufu.org.ua/ua/about/activities/strategic_initiatives/5257.*
3. *Луцишин О.О. Проблеми і перспективи розвитку страхового ринку України / О.О. Луцишин, С.П. Данильчук // Наука молода. – 2016. – № 24. – С. 81–88;*
4. *Інформація про стан і розвиток страхового ринку України у 2018 році [Електронний ресурс] // Національна комісія, що здійснює державне регулювання сфері ринків фінансових послуг. – Режим доступу до ресурсу: <https://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>*

УДК 338.2

В.І. ПИЛА

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Хмельницький університет управління та права,
м. Хмельницький, Україна

ЩОДО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Рівень економічного розвитку та якості життя в Україні впродовж останніх років характеризується різким спадом. Існуючі економічні складнощі у вирішальній мірі обумовлені військовими діями у східних областях, що вимагає відволікання економічного потенціалу для забезпечення особливих потреб та реалізації дієвих заходів по удосконаленню економіки країни. Зростає необхідність в додаткових інноваційних ресурсах, які включають сукупність суб'єктів інноваційної діяльності, техніко-технологічні, управлінські, інфраструктурні та інші складові, а також задіяння факторів, що сприяють вирішенню проблем. Як ніколи наука та інновації є діючою силою у забезпеченні здійснення заходів.

Це засвідчує, що настав період необхідності втручання держави у відтворювальні процеси з метою орієнтації галузей економіки і безпосередньо суб'єктів господарювання на досягнення реальних цілей і пріоритетів: прискорення структурної перебудови; розвиток конкуренції; збільшення обсягів випуску продукції, що користується попитом, експортоорієнтованої або імпортозамінної; модернізація і технічне переозброєння підприємств, виробничих потужностей, яких не вистачає для створення замкнених циклів із виробництва особливо важливих товарів виробничо-технічного призначення та спільного споживання.

На сучасному етапі особливу увагу в державній політиці слід зосередити на факторах, що сприяють посиленню інноваційної діяльності. Адже відомо, що частка

амортизаційних відрахувань у структурі видатків на фінансування технічного розвитку надто мала і не забезпечує покриття необхідних витрат на реновацію основних засобів.

Реальними джерелами фінансування технічного переозброєння підприємств повинні бути і залишатися у подальшому: внутрішні - прибуток і амортизаційні відрахування, зовнішні – емісія цінних паперів та кредити. У цілому посилення державної політики у сфері інновацій повинно проходити наступним шляхом: підтримка та захист національної промисловості та підвищення її конкурентоспроможності; стимулювання наукових досліджень і розробок, в першу чергу – високих технологій; удосконалення та фінансова підтримка системи стимулювання інноваційної діяльності.

Успішний розвиток продуктивних сил країни і підвищення рівня життя населення на сучасному етапі та у перспективі забезпечать зменшення економічної залежності від зовнішніх факторів.

Переорієнтація машинобудування на формування сучасного високотехнологічного сектора вимагає здійснення заходів відповідної державної інноваційної політики.

Найважливіші з них стосуються інноваційної складової та полягають у наступному. По-перше, у перегляді існуючої та формуванні нової системи розвитку наукової бази і виробництва, здатних забезпечити випуск інноваційної продукції. По-друге, в удосконаленні діючої системи управління та підтримці інноваційної діяльності. По-третє, у забезпеченні необхідних умов для активізації інноваційних процесів. Загалом перераховані заходи здатні забезпечити створення дієвої інноваційної екосистеми як окремого регіону, так і України в цілому.

Як підтверджує досвід, формування інноваційної системи країни повинно здійснюватися не шляхом спорадичного оновлення матеріальної бази окремих підприємств, а через зміну загальної парадигми. Необхідно створити умови для залучення сучасних виробництв, у т.ч. завдяки притоку іноземних інвестицій, що забезпечать випуск конкурентоздатної високотехнологічної продукції й сприятимуть зростанню попиту на продукцію машинобудування.

Реалізація поставлених цілей дозволить сформувати необхідні передумови для імпортозаміщення та оновлення техніко-технологічної бази вітчизняної економіки.

В матеріалах ООН [1] зафіксовано, що розвиток кожної країни завжди орієнтований на формування і підвищення матеріального достатку населення, ліквідацію бідності, збереження здоров'я громадян, досягнення високого рівня освіти. При цьому передбачається здійснення інноваційної парадигми, що забезпечує сприятливі умови для життя людей та конкурентоздатність території.

Важливим і необхідним є реалізація практики використання нових технологій економічно розвиненими країнами, запровадження нових технологій, які більш як у три рази перевищують темпи зростання галузей, що підтверджує стійкий розвиток як країни, так і окремих регіонів.

Надзвичайно важливою є сьогодні формування для України інноваційної складової економічної безпеки, ускладненої військовими заходами, що здійснюються на сході країни. Це вимагає прискореного розвитку відповідних підгалузей машинобудування і здійснення наступних заходів: акцентувати увагу на формуванні та розвитку науки та підприємств, які займаються виробництвом інноваційної продукції; удосконалити систему управління та стимулювати інноваційну діяльність. Реалізація вказаних та інших заходів забезпечить створення інноваційної системи як в регіонах, так і країни в цілому.

Досягнення сталого розвитку країни при цьому можливе тільки за умови реалізації інноваційної парадигми, яка дозволяє підтримувати сприятливі умови для життя спільноти, необхідний рівень конкурентоздатності території. В резолюції Генеральної асамблеї ООН сталий розвиток на період до 2030 р. проголошено в переліку найважливіших цілей [1].

Як засвідчує практика, у економічно розвинених країнах темпи запровадження нових

технологій більш як у три рази перевищують темпи зростання галузей. Тому цілком обґрунтованим і необхідним має бути використання пропозицій представлених у рекомендаціях ООН щодо забезпечення стійкого розвитку. Це підтверджує, що стійкий розвиток країни і регіонів, які входять до її складу об'єктивно можливий тільки при реалізації інноваційної складової.

В умовах надзвичайно високої технологічної залежності від інших країн, у якій сьогодні опинилась Україна, формування інноваційної складової економічної безпеки для неї стає надзвичайно актуальною проблемою. Тим більше, що ситуація ускладнена військовими заходами, які здійснюються на сході країни. Розвиток вітчизняного машинобудування та створення сучасного високотехнологічного сектора виробництва без здійснення відповідної державної інноваційної політики практично неможливе. Вирішення проблеми вимагає практичної реалізації наступних заходів:

по-перше, приділити увагу формуванню та розвитку наукових організацій і підприємств, які займаються розробкою та виробництвом інноваційної продукції;

по-друге, детально вивчити та удосконалити систему управління і підтримки інноваційної діяльності;

по-третє, створити сприятливі умови для активізації і розвитку інноваційних процесів.

Здійснення перерахованих заходів повинне забезпечити створення інноваційної системи конкретного регіону і країни в цілому. Слід зазначити, що розвиток обробної промисловості формує найбільший мультиплікативний ефект та сприяє активному оживленню інших галузей економіки. Як засвідчує практика, вкладені в обробну промисловість 1 дол. США здатні забезпечити зростання ВВП в середньому на 1,5 дол. США, тоді як інвестиції в інші сектори економіки гарантують повернення тільки здійснених витрат [2].

Але, показує досвід, вирішення проблеми формування інноваційної системи країни слід починати не з оновлення виробничої бази уже діючих підприємств, а з модернізації економіки в цілому, оздоровлення її структури і механізмів управління. Основним завданням посилення економіки на перспективу повинне стати створення умов для утвердження сучасних виробництв, здатних забезпечити випуск конкурентоздатної на світових ринках високотехнологічної продукції, а також формування сучасного сектору інвестиційного машинобудування. Досягнення поставлених цілей дозволить створити реальні передумови для одночасного вирішення проблем імпортозаміщення і оновлення технологічної бази ряду елементів системи виробництва та інфраструктури.

У свою чергу це пов'язане з необхідністю прийняття заходів по вирішенню в Україні ряду першочергових, як політичних, так і економічних задач. Вони полягають у визнанні першочерговості і безальтернативності інноваційного шляху розвитку як головної умови досягнення оновлення структури виробництва. Вимагають системної підтримки як науки, так і інновацій та новітніх технологій. Потребують обмеження монополізму, забезпечення ефективного захисту прав особистості і свободи підприємництва, та широкого доступу до якісної освіти і можливості для навчання на протязі всього життя.

На даному етапі економічного розвитку можна вважати доцільним вирішення питань формування стратегії інноваційного розвитку не тільки країни, а й регіонів, виходячи з виробничо-технологічного типу конкретних територій і необхідності врахування вимог подальшої їх трансформації. Мається на увазі необхідність забезпечення взаємозв'язки виробничого, технологічного та інноваційного розвитку території, збереження існуючої виробничої спеціалізації регіонів, та її відповідності різним потребам в інноваційній діяльності регіонів.

Надзвичайно важливо в умовах формування інноваційної складової в Україні провести оптимальний вибір напрямків інноваційного розвитку. Адже головним

завданням сьогодні є створення умов для прискореного розвитку високотехнологічних виробництв, які виконують важливу роль як суб'єкти інноваційної діяльності, створюючи необхідні умови для здійснення підприємницької діяльності та приведення її відповідно до вимог інноваційної складової. При цьому слід звернути увагу, що в якості провідної складової і пріоритетного напрямку розвитку обираються інновації вище середнього рівня новизни. Це дозволить успішно використовувати діюче обладнання і вирішувати питання розвитку прогресивних технологій новітніх технологічних укладів.

В сучасних умовах, коли існує жорстка боротьба за споживача і розвиненою системою міжнародної торгівлі переваги мають країни, які притримуються правила відкритості й знаходяться у складі технологічних взаємовідносин. При цьому держава повинна взяти на себе ініціативу і бути головним суб'єктом інноваційних зрушень. В сучасних умовах вказане завдання не тільки важливе, але й надзвичайно складне, оскільки вимагає не тільки значних фінансових і матеріальних ресурсів, але й зміни уявлення про рух до інноваційної економіки. Реальність такого підходу підтверджує досвід швидкої трансформації розвитку країн Китаю, Індії, Південної Кореї та інших країн [3]. Безумовним фактором, який є провідним при здійсненні трансформаційних зрушень - розвиток науки, здатної задовольнити високі вимоги, що будуть ставитися бізнес-спільною до інноваційної системи.

Список використаних джерел:

1. Резолюція Генеральної Ассамблеї ООН 70/1 *Преобразование нашего мира. Повестка дня в области устойчивого развития.*
2. Толкачев С. *Реиндустриализация в США. Канун неоиндустриального уклада // Экономист. — 2014. — № 10. — С. 54–69.*
3. Голова И. М., Суховой А. Ф. *Формирование инновационной составляющей экономической безопасности региона // Экономика региона. — 2017. — Т. 13, вып. 4. — С. 1251-1263.*

УДК 339.138

Г.В. ПОДВАЛЬНА
кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу і логістики,
М.Т. НАГЛА
магістрант,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ЯКУ РОЛЬ УПАКОВКА ВІДІГРАЄ У МАРКЕТИНГУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКТУ

Аналізуючи як упаковка впливає на підсвідомість а також на реалізацію продукції, можна зробити висновок, що упаковка продукції все більшу і більшу роль відіграє у маркетинговій діяльності.

Упаковка – це оболонка готового продукту, яка одночасно повинна виконувати кілька життєво важливих для нього функцій: можливість розподілу його вмісту за вагою або кількістю, збереження та зручність транспортування продукту, його ідентифікацію, інформаційну функцію, зокрема рекламну, тощо. Упаковка має істотне, а часом і вирішальне значення у сприйнятті того чи іншого бренду [2, с.11].

На сьогоднішній день упаковка нерідко стає зразком мистецтва; використана упаковка може застосовувати для дитячої творчості, як вторинну сировину, напівфабрикат тощо. Саме це дає підстави для подальшого розвитку і вдосконалення упаковки як одного із об'єктів інноваційного.

Останнім часом упаковка стала потужним елементом маркетингового комплексу. Деякі кажуть, що вона повинна підпадати під Акції, оскільки вона допомагає привернути увагу до продукту. Інші кажуть, що вона служить набагато вищої мети, ніж тільки просування по службі, і тому аргумент полягає в тому, що упаковка може стати п'ятим Р маркетингового комплексу. Тим не менш, ми відчуваємо, що роль упаковки дуже важлива в маркетингу та продажах.

Можна виділити декілька основних ролей, які відіграє упаковка.

1) Інформація та можливість клієнта самостійно проаналізувати продукт.

Однією з перших ролей, яку відіграють упаковки, особливо у випуску нових продуктів, є інформація, надана на упаковці. Ця інформація може повідомити споживача про те, як приготувати харчовий продукт, він може розповісти їм про те, як використовувати технологічний продукт, або він може викласти будь-які процедури та запобіжні заходи, необхідні під час використання продукту. Таким чином, коли продукція продається у великій кількості, і ви не можете мати продавця для кожного клієнта, роль упаковки полягає в передачі інформації клієнту.

2) Інформація як гарантія.

Пакувальна інформація також може бути використана як засіб захисту компанії. У випадку, якщо хтось подасть позов на компанію за не надану інформацію, але компанія буде в безпеці якщо всю необхідну інформацію нанесе на упаковку.

3) Роль дизайну упаковки.

У багатьох випадках розпізнавання бренду та імідж бренду покладається на упаковку продукту. Візьмемо, наприклад, горілку Absolut, яка відома і улюблена своєю круглою пляшкою. Пляшка є символом бренду і використовується в найрізноманітніших способах для позначення якості горілки. Чим більше дорога і добре розроблена пляшка, тим більше значення горілки зберігається всередині. Крім Absolut, ще один бренд, який користується популярністю в упаковці, - це Ferrero rocher. Золота оболонка коричневого шоколаду повсюдно розпізнається як упаковка Ferrero rocher.

4) Розпізнавання бренду.

Особливу увагу слід приділити в пізнаваності бренду та ролі, яку в ньому відіграє упаковка. Компанія, яка володіє сильним брендом, може провести ряд заходів, які дозволять їй збільшити доходи від нього. Зокрема, бренд може бути застосований до більш широкого цільового сегменту споживачів. Ця дія називається в західній практиці розширенням бренду (Brand Expansion). При цьому мова може йти як про географічне розширення сегменту, так і про інші способи розширення сегменту (вихід на якісно нові категорії споживачів, нові канали дистрибуції тощо). Такий підхід за умови сильного авторитетного бренду дозволить збільшити прибутки та укріпити міць бренду [1].

5) Диференціація.

Ключова роль упаковки - диференціація. Звернемо вагу на марку Sunsilk розкаже вам, яким чином упаковка може відрізнити продукти. Кожен шампунь виготовляється іншим експертом з волосся, а мета кожного шампуню Sunsilk також відрізняється. Один з них буде проти перхоті, в той час як інші будуть проти випадіння волосся, а інший буде полегшувати розчісування неслухняного і кучерявого волосся тощо. Також у парі до шампуню буде відповідний кондиціонер. Внаслідок цього все, що вам потрібно зробити, це знайти в супермаркет і купити рожевий шампунь для волосся. Або можна купити чорний або золотий.

6) Акції.

Ви напевно безліч раз бачили акції + 1 безкоштовно! Або будь-яку іншу пакетну пропозицію! Наприклад ви купуєте мило, і отримуєте шампунь безкоштовно. Ви купуєте комплект для гоління, і отримуєте запасне лезо у подарунок. Крім цього, існують інші способи упакувати продукт, щоб використовувати його для просування компанії. Як замість того, щоб відправляти пластикові пакети, як і інші гравці Інтернет компаній,

Amazon завжди посилає свою продукцію в картонні коробки, щоб зберегти її в безпеці. В результаті, Snapdeal (в Індії) недавно випустила свій власний варіант коробки з заголовком «Unbox life», що в перекладі звучить як «Розблокувати життя» і коробка була червоного кольору і менші одиниці були доставлені в цій червоній коробці.

7) Прийняття рішень.

Але все-таки головною роллю упаковки є прийняття споживачем рішення, щодо покупки. Упаковка є кінцевим продавцем на полиці магазину чи на сайті. Компанії багато витрачають на рекламу, брендинг, маркетинг і продаж, щоб заповнити споживача. Багато споживачів при виборі товару звертають увагу на упаковку і саме це може стати кінцевим пунктом при прийнятті рішення при покупці одного чи іншого товару. Це як приділяти велику увагу обкладинці книжки. Це пояснюється тим, що автори розуміють давню філософію, що багато людей купують книгу на основі її обкладинки.

Не меншу роль відіграє і реалізований в упаковці візуальний образ товару, що становить певне поєднання кольорів, шрифту, геометричних форм та інших елементів образотворчого ряду. Усе це є і важливим атрибутом конкурентоспроможності товару. Як наслідок, це безпосередньо впливає на прийняття рішень споживачами.

Список використаних джерел:

1. Макашев М.О. Бренд : учеб. пособие для вузов / Макашев М.О. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 207 с.
2. Телетов О.С. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу / Телетов О.С., Шатова В.М. // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2014. - №2. - С.11-20.

УДК 334.012.4

К.О. ПРОКОПЕНКО

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу форм і методів
господарювання в агропродовольчому комплексі,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

**ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ**

Аграрне виробництво як об'єкт управління має специфічні особливості як соціально-економічного, так і організаційно-технічного характеру. Вітчизняна аграрна сфера потребує розроблення інструментів системи державного регулювання розвитку корпоративних структур, які сприятимуть корпоративній інтеграції в агропродовольчому комплексі при жорсткому дотриманні антимонопольного законодавства, розвитку кооперативного сектора, стимулюванню процесу формування асоціацій і об'єднань, підтримці фермерства та невеликих землевласників.

Однією з основних форм взаємодії держави та бізнесу, які необхідно розвивати на сьогодні в аграрній сфері України, є державно-приватне партнерство (ДПП).

Механізм співробітництва між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, приватним сектором у формі державно-приватного партнерства дозволяє забезпечувати узгодження та врахування взаємних інтересів держави і бізнесу в реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів, цільових галузевих програм тощо. Для держави основними перевагами такого партнерства є активізація інвестиційної діяльності, ефективне управління майном, підвищення ефективності ринкової інфраструктури, стимулювання підприємницької діяльності. Для приватного бізнесу переваги, насамперед, полягають у доступі до ресурсів, використання яких раніше було

неможливим, спрощенні дозвільних процедур, розширенні можливості отримання кредитів на пільгових умовах під державні гарантії.

В аграрній сфері розвинених країн ДПП все частіше розглядають як ефективний засіб проведення передових досліджень, розробки нових технологій і розгортання нових продуктів на користь дрібних фермерів та інших соціально значущих груп. Проведені дослідження доводять, що ДПП дозволяють залучати у сільськогосподарських дослідженнях більші інвестиції в інновації для дрібних агровиробників, які самостійно не в змозі не лише фінансувати розробку чи користуватися найбільш сучасними інноваційними розробками, а й часто закуповувати вже широко впроваджені інноваційні продукти [1].

ДПП як системний інструмент сільськогосподарської інноваційної політики є по своїй суті будь-якою науковою співпрацею між державними та приватними організаціями, в яких партнери спільно планують і виконують заходи з метою досягнення узгоджених цілей при спільному використанні витрат, ризиків та переваг, що виникають у процесі. ДПП мають сприяти зменшенню витрат на дослідження, активізації інноваційних досліджень, робити результати досліджень доступними для дрібних агровиробників.

Концептуально, ДПП є засобом організації виробництва певної продукції - в даному випадку, аграрних знань і технологій. Таким чином, виробничий процес підпорядковується звичайним обмеженням, що накладаються на витрати фізичного і людського капіталу. Процес виробництва також піддається обмеженням, пов'язаним з недосконалістю ринку знань. Іншими словами, певні бар'єри перешкоджають в іншому плані процесу обміну та використанню знань, необхідних для інноваційного процесу.

Ці бар'єри можуть бути пов'язані з ринковими прорахунками, коли соціальні вигоди досліджень перевищують приватні вигоди, що призводить до різкого скорочення фінансування досліджень приватним сектором і необхідності державного втручання [2]. Слабкість та нестабільність ринку обміну знаннями спричинена такими факторами, як обмеженість готовності або здатність платити фермерами з обмеженим доступом на ринку або низькою купівельною спроможністю, відсутність у дрібних фірм доступу до ринку капіталу, необхідного для фінансування придбання знань, недосконалої інфраструктури ринку.

Перешкоди можуть також бути пов'язані з інституційними обмеженнями або відсутністю ефективних інституцій для подолання цих ринкових невдач і сприяння ефективному обміну знаннями. Якщо такі інструменти, як законодавче забезпечення прав на інтелектуальну власність, норми виконання контрактів або організаційну структуру в межах фірми, недостатньо міцні, обмін знаннями може спричинити невиправдані транзакційні витрати, що перешкоджає обміну знаннями на ринку [3].

Нарешті, бар'єри також можуть бути спричинені системними недоліками, пов'язаними з обміном та використанням знань. Системні недоліки можуть проявлятися в нездатності агентів: дізнатися один про одного; визначити сфери взаємодоповнення і синергії; побудувати і підтримувати довіру через міжособистісні або організаційні відносини; ефективно спілкуватися і обмінюватися ідеями або реагувати на лідерство.

Загалом, ДПП визначається як можливість спільного планування, спільного виконання та розподілу витрат, ризиків та вигод публічного та приватного секторів. Однак це визначення є вузьким, щоб охопити весь досвід, отриманий від різних типів державно-приватних взаємодій у міжнародній системі сільськогосподарських досліджень. Таким чином, можна розширити визначення ДПП, відносячи до нього будь-який тип формальної або неформальної угоди між суб'єктами державного та приватного секторів, такими як мережі обміну знаннями, фінансування технологій або дослідження з субпідрядниками [1].

ДПП як системний інструмент сільськогосподарської інноваційної політики поділяють на п'ять функціональних категорій, у кожній з яких ця форма має свою призначення, розподіли ризику та потенційний вплив на вартість, інновації та рівень доходів агровиробників:

1. Ресурсне партнерство. Державні дослідницькі центри отримують фінансування з благодійних фондів, пов'язаних з приватними фірмами, або вони отримують наукову експертизу від приватних фірм.

2. Договірне партнерство. Державні дослідницькі центри підписують контракти на надання своїх послуг щодо проведення досліджень на замовлення приватних фірм або експертиз них оцінок для них.

3. Партнерство щодо комерціалізації продукту. Державні дослідницькі центри передають результати досліджень та матеріали приватним фірмам для їх комерціалізації, маркетингу та дистрибуції.

4. Партнерства у нових областях досліджень. Державні дослідницькі центри та приватні фірми спільно здійснюють дослідницьку діяльність, що характеризується невідомою вірогідністю успіху.

5. Партнерство розвитку сектору / ланцюжків створення вартості. Державні науково-дослідні центри співпрацюють з мережами державних, приватних та громадянських партнерів з метою розробки товарного підсектора або пов'язаного з ним ланцюжка вартості.

Ця типологія висвітлює політичне, інституційне та організаційне середовище, що лежить в основі ДПП, створених для реалізації сільськогосподарської інноваційної політики.

Існує концепція, що створення державно-приватних партнерств є шляхом до оптимізації управління дефіцитними ресурсами, використання масштабу сфери досліджень для економії витрат, використання додаткових ресурсів та потенціал у державному та приватному секторах, а також зменшення трансакційних витрат при обміні знаннями та технологіями. Для досягнення цього ДПП використовують декілька видів стратегій зменшення витрат, включаючи:

- аутсорсинг дослідницької діяльності;
- забезпечення альтернативного фінансування. ДПП створюються для залучення коштів від приватних фірм або з благодійних фондів, пов'язаних з приватним сектором;
- реалізація неможливого. ДПП створюються для того, щоб допомогти державним дослідницьким організаціям подолати високі витрати на проведення досліджень або комерціалізацію продукту самостійно. Через ці типи ДПП, державні дослідницькі центри використовують приватні ресурси, експертні знання або маркетингові мережі, до яких вони в іншому випадку не мають доступу.

Зарубіжні дослідження свідчать, що невеликі фірми в країнах, що розвиваються, використовують ДПП, щоб забезпечити перевагу над своїми конкурентами або створити свою власну нішу на ринках, що розвиваються. Особливо це стосується місцевих насінневих фірм, де ДПП надають доступ до поліпшених селекційних матеріалів центрів, які можуть розширити асортимент продукції фірми та отримати прибуток протягом відносно короткого періоду часу. Але хоча скорочення витрат робить партнерство привабливою стратегією як для державного, так і для приватного секторів, результати також свідчать про те, що загальні витрати на функціонування ДПП є значними [1].

Окрім скорочення витрат на дослідження, партнерство між державним і приватним сектором також покликане сприяти інноваціям та перетворити знання і технології на практичний продукт соціального чи економічного значення.

Наразі формування ДПП, які обслуговують широкий спектр дослідницьких завдань, перебуває на початковій стадії. Практика свідчить про фактичну відсутність партнерських відносин, які розроблені для сприяння спільним інноваціям, ефективного

управління ризиками, або забезпечують ефективний аналіз їхньої спрямованості на стратегію подолання бідності дрібних агровиробників, що є важливим обґрунтуванням для створення ДПП. Основними напрямками співпраці суб'єктів системи сільськогосподарських досліджень та їх приватних партнерів у майбутньому мають стати:

- поєднання обміну знаннями (наприклад, прямі трансфери технологій) з підходами до експериментального навчання, в яких знання передаються за допомогою навчання через практику, навчання через особисту взаємодію, практичну співпрацю та програми наукового обміну;

- надання ресурсів для побудови платформ, на яких можна зібрати відповідних партнерів, визначати стимули, узгоджувати взаємні цілі та належним чином розподіляти ролі та обов'язки;

- розробка комплексних стратегій управління та пом'якшення ризиків;

- підвищення якості аналізу шляхів впливу, через які ДПП покращують добробут і життєдіяльність дрібних агровиробників, на які вони спрямовані.

Державно-приватне партнерство є важливим підходом до проведення інноваційних досліджень. Проте важливо відзначити, що уніфікований підхід до ДПП є не продуктивним: розгортання знань і технологій, спрямованих на підтримку дрібних виробників у сільському господарстві, вимагає різних і часто творчих підходів до досліджень і партнерства і, щоб як державні, так і приватні організації стали більш інноваційними у способах ведення бізнесу та побудові стратегічних відносин один з одним.

Список використаних джерел:

1. Spielman, D.J., Hartwich, F., Grebmer, K., 2010. *Public-private partnerships and developing-country agriculture: evidence from the international agricultural research system*. *Public Admin. Dev.* 30, 261–276.

2. Sandler, T. 2003. *Assessing the optimal provision of public goods: In search of the holy grail. Chapter 6 in Providing global public goods: Managing globalization*, I. Kaul, P. Cao, K. Goulven, and R. U. Mendoza, eds. *New York: Oxford University Press*.

3. Naseem, A., S. W. Omamo, and D. J. Spielman. 2006. *The private sector in agricultural R&D: Policies and institutions to foster its growth in developing countries*. *ISNAR discussion paper No. 6*. Washington, DC: IFPRI.

УДК 631.152:330.341.1

П.В. ТКАЧЕНКО

аспірант,

Науковий керівник: к.е.н., проф. Чабан В.Г.,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОБІЗНЕСУ

Виклики сучасного світу приносять чимало тиску на агробізнес: зростання чисельності населення, наслідки зміни клімату, необхідність зменшити викиди парникових газів, бурхливий розвиток економік, що розвиваються і зростаюча нестабільність, пов'язана з землею, дефіцит води та енергії. Посилення конкуренції на внутрішніх та зовнішніх ринках потребує застосовувати інноваційні підходи до соціально-економічного розвитку підприємств. Тому актуальним стає питання ефективного управління інноваційною діяльністю на підприємствах агробізнесу.

Інновації на підприємствах агробізнесу мають свої специфічні особливості. Вони можуть відрізнятися залежно від регіону, де знаходиться підприємство, вирощуваних

культур та/або тварин. Будь-яка відмінність одного аграрного підприємства від іншого може вплинути на те, який кінцевий вплив матиме впроваджувана інновація на обраному підприємстві у порівнянні з іншим. Тому, деякі науковці стверджують, що підприємствам агробізнесу характерний особливий вид інновацій і виділяють термін «агроінновація - інновація, яка зачіпає безпосередньо (або опосередковано, в межах технологічного ланцюга) процеси, учасниками яких є людина, машина (обладнання, інструмент тощо) та компонент навколишнього середовища (тварина, рослина тощо) існування яких у природному середовищі (без участі людини) неможливе або можливе з втратою базових функціональних характеристик» [1].

Особливістю агроінновацій є те, що для них характерний поліпшувальний характер, оскільки інновації спрямовані на підвищення показників продуктивності, а не для відкриття принципово нових напрямків розвитку. Такий підхід обумовлений передовсім довготривалістю виробничого циклу, тому інновації спрямовані на досягнення оперативних цілей підприємства як отримання прибутку.

Науковцями [2] визначається такий перелік особливостей формування інноваційних процесів на підприємствах агробізнесу:

1) суттєві кліматичні відмінності та відмінності за спеціалізацією у різних регіонах;

2) велика кількість номенклатури сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, суттєва різниця у технологічному циклі вирощування культур, утримання та відгодівлі тварин;

3) велика різниця у періодах виробництва різних видів продукції;

4) наявність великої кількості типів виробництва, підприємств, організаційно-правових форм, форм власності, розмірів, спеціалізації;

5) глибока залежність способу виробництва від природно-кліматичних умов, віддаленості від постачальників та ринків збуту продукції;

6) відокремленість підприємств агробізнесу та розрізнений рівень кваліфікації робітників галузі;

7) відокремленість підприємств агробізнесу від забезпечення інформаційного консультування, центрів вироблення і впровадження інноваційної продукції, відсутність чітко обґрунтованого механізму передачі досягнень науково-дослідних розробок товаровиробникам, і як наслідок, значне відставання агробізнесу в освоєнні інновацій.

Отже, бачимо, що агробізнес великою мірою залежить від землі, то очевидно, що виробничий процес піддається впливу багатьох природних факторів: типи ґрунтів та їх кислотність, регіональна різноманітність флори та фауни, сезонність виробництва та ін. Всі ці умови становлять середовище здійснення інноваційної діяльності, у якому велику роль грають ризики.

Через непередбачуваність природних явищ, які мають безпосередній вплив на процеси аграрного виробництва, для інноваційної діяльності на підприємствах агробізнесу характерна висока ризикованість. Тому можна виділити такий тип запроваджуваних інновацій на підприємствах аграрного сектору, як інновації, що спрямовані на зниження ризику.

Також агробізнес є тією галуззю, кінцеві продукти якої відносять до категорії товарів першої необхідності, тому край важливо підтримувати ціни на них на досить низькому рівні. Проте, як описувалися вище, непередбачувані поведінка зовнішніх факторів може негативно впливати на собівартість кінцевих продуктів. Через що вкрай важливе запровадження інноваційних процесів на підприємствах агробізнесу.

Зважаючи на вищезгадані особливості здійснення інноваційної діяльності на підприємствах агробізнесу, можемо виділити наступні фактори впливу на інноваційну діяльність (рис. 1.)



Рис. 1. Фактори впливу на інноваційну діяльність підприємств агробізнесу

Нами було розділено фактори на дві групи: економічні (ті, які мають безпосередній вплив на економічну систему підприємства) та організаційні (фактори, що мають безпосередній вплив на побудову системи прийняття управлінських рішень на підприємстві). Фактор природно-кліматичних умов, нами було винесено окремо, хоча очевидно, що він відноситься до зовнішніх факторів. Проте, природно-кліматичні умови несуть настільки суттєвий вплив, що на підставі цього фактору може обиратися діяльність підприємства. Тому, цей фактор має безпосередній вплив на економічну та організаційну групу факторів.

Кожна група факторів поділяється на зовнішні та внутрішні фактори залежно від ступеню впливу, який підприємство може здійснювати на зазначений фактор.

Отже, підприємства агробізнесу діють в умовах невизначеності та підвищеного ризику, що змушує їх вдаватися до інновацій, які, перш за все, зменшували б ризики середовища агробізнесу. Проте, підприємству, яке стало на інноваційний шлях розвитку, необхідно не просто маніакально наслідувати провідні підприємства своєї галузі, а крок за кроком побудувати фундамент для створення гармонійної системи управління інноваційною діяльністю.

Список використаних джерел:

1. Попова О. В. Вопросы методологии управления инновационными процессами в АПК [Електронний ресурс] / О. В. Попова – Управление общественными и экономическими системами. - 2007. – №1. – Режим доступа: http://bali.ostu.ru/umc/zj2007_1.php
2. Оглоблин Е. Научно-технический прогресс в сельском хозяйстве / Оглоблин Е., Санду И. // АПК: Экономика, управление. – 2001. – № 2. – С. 8-13.

УДК 330:12

Л.Ю. ЧМИРЬОВА
науковий співробітник
відділу розвитку виробничої інфраструктури,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО НА ТРАНСПОРТІ В УКРАЇНІ

Зрушеннями в інституціональному забезпеченні автодорожньої галузі у 2018 р. стали розмежування відповідальності за стан автомобільних доріг загального користування державного та місцевого значення між рівнями центральної та місцевої виконавчої влади, а також створення Державного дорожнього фонду, що дозволило збільшити фінансування дорожньої галузі вдвічі.

Зважаючи на важливе стратегічне й соціально-економічне значення транспорту для країни, а також на критичний стан автомобільних доріг загального користування державного значення, які потребують величезних фінансових вкладень на їх оновлення і розширення, яких держава не має в достатньому обсязі, вважаємо за доцільне, перейти від фінансування транспортних інфраструктурних проектів в Україні за рахунок бюджетних коштів та кредитних коштів МФО на збалансовану модель фінансування із залученням внутрішніх активів, у тому числі приватних інвесторів. Йдеться про сприятливі для вітчизняної економіки державно-приватні механізми фінансування, які дозволяли б стимулювати внутрішній ринок, а не нарощували зовнішній борг.

На думку керівного директора СБРР в країнах Східної Європи і Кавказу Франсіса Маліжа необхідно збільшувати приватні інвестиції в інфраструктуру, так як нестача інвестицій є перешкодою для зростання, торгівлі та прозорості, а проекти ДПП, є більш успішними, ніж традиційні методи державного фінансування. Такі проекти хоч і є складними, але держави при цьому, можуть розраховувати на підтримку міжнародних фінансових інститутів. За словами Юлії Ковалів, голови Офісу Національної інвестиційної ради, «третина всього обсягу інвестицій, які приходять зараз на ринки країн, що розвиваються, спрямована в проекти державно-приватного партнерства» [1].

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на 1 липня 2018 р. укладено 192 договори ДПП, з яких реалізується 66, тобто, з усіх укладених договорів, реалізується лише 34%, при цьому відсоток невдач для країн із низьким рівнем доходів не перевищує 7%, а для країн із високим рівнем доходів - нижчий за 4% [2].

На 2018 р. в Україні найбільша вірогідність впровадження проектів ДПП на транспорті шляхом концесії є у морських портів Ольвія (на 35 років) та Херсон (на 30 років). Для розробки техніко-економічного обґрунтування пілотних концесійних проектів в морських портах Херсон та Ольвія було залучено Європейський банк реконструкції та розвитку. Найбільш високий потенціал розвитку ДПП в Україні у морських портах пов'язаний з відкритою політикою ініціаторів пілотних конкурсів по передачі в концесію портів. Починаючи з 2016 р. було проведено велику кількість публічних та закритих перемовин. Також цьому сприяє організація індивідуальних зустрічей для потенційних інвесторів.

Плани щодо будівництва автомобільних доріг на умовах концесії ведуться ще з 2000 р., коли у Реєстрі концесійних договорів державного та комунального майна було зареєстровано два концесійні договори у транспортній галузі: Львів – Краковець, між Укравтодором та консорціумом «Концесійні транспортні магістралі», загальною кошторисною вартістю близько 1,635 млрд грн. (60% – за рахунок концесіонера, 40% – за рахунок концесіодавця) та Львів-Броди, між Укравтодором та ВАТ «Виробничо-наукова компанія «Розточчя СТ», загальною кошторисною вартістю 2,7 млрд грн. (79% – за

рахунок концесіонера, 21% – за рахунок Укравтодору). Обидва договори було розірвано в судовому порядку внаслідок фактичного невиконання умов концесійних договорів [3].

В планах також була реконструкція траси Одеса-Рені, але інвестиційний проект не було реалізовано в зв'язку з тим, що при терміні окупності в 10 років з існуючим розрахунковим трафіком, економічно обґрунтована вартість проїзду цією дорогою була б в 3 рази вище, ніж в середньому по Європі. Виходом з такої ситуації могла стати модель співпраці держави і приватного інвестора, за якої уряд компенсував би інвестору кошти, недоотримані за частину тарифу у зв'язку з тим, що держава отримує позитивний економічний ефект [4].

У травні 2015 р. «Укравтодор» оголосив конкурс на будівництво в Україні концесійної дороги Львів - Краковець, але тендер не відбувся, у зв'язку з тим, що конкурсні заявки претендентів - української компанії «Українські транспортні магістралі» і французької Vouygues - не відповідали умовам конкурсу [5].

Для покращення ситуації, у 2018 р. головою Укравтодору анонсовано початок активного пошуку інвесторів для будівництва та реконструкції доріг, а також представлено об'єкти, які планується реалізувати за кошти приватних інвесторів (у тому числі на умовах державно-приватного партнерства). Першими проектами, Укравтодору мають стати концесійна платна дорога Краківець – Львів, яка є частиною проекту GO Highway, що покликаний поєднати дорожню мережу України із європейською TEN-T мережею з'єднавши порти Чорного моря Одеса-Миколаїв-Херсон з портами Балтійського та Північного морів в ЄС та концесійна автомобільна дорога Київ - Біла Церква, для якої розробляється техніко-економічного обґрунтування будівництва.

Наразі, очікуються певні зрушення у врегулюванні питань ДПП у інституційному забезпеченні у зв'язку з прийняттям у 2018 р. ряду законодавчих актів, а також прийняттям в першому читанні Проекту закону про концесії № 8125.

Таблиця 1

Зміни в законодавстві щодо ДПП в Україні

<i>Норми законодавства</i>	<i>Позитивні та негативні наслідки прийняття цих норм</i>
1	2
Ініціатором концесійних проектів окрім держави може стати також інвестор	З одного боку, це <u>дозволить інвесторам вкладати кошти у проекти, які їх цікавлять</u> , проте, <u>для транспорту відсоток успіху проектів ДПП є вищим для проектів, ініційованих державним партнером</u> , порівняно з ініційованими приватним: 98% проти 76% для країн з низьким рівнем доходів і 99% проти 90% для країн з високим рівнем доходів
Можливість, в окремих випадках укласти концесійний договір без проведення відповідного конкурсу, тобто шляхом прямих переговорів	З одного боку, це виглядає як спрощення процедури для інвесторів, але з іншого – за відсутності чітких критеріїв, доцільним можна визнати майже будь-який проект.
Якщо протягом 9 місяців з дати укладення концесійного договору із концесіонером не буде укладено договір про делегування функцій «замовника будівництва» при концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг концесіонер має право на одностороннє розірвання концесійного договору.	При цьому незрозуміло, чи отримає в такому випадку концесіонер якоесь відшкодування своїх збитків та чи повертатиметься йому реєстраційний внесок (сума якого є достатньо значною та може становити до 500 мінімальних заробітних плат).
В Україні залишається можливим визнати таким, що відбувся, концесійний конкурс з одним учасником	Після прийняття Директиви ЄС 2014/23 про концесії в країнах Євросоюзу жоден концесійний конкурс з одним учасником не відбувся. Україні варто взяти це до уваги та відмовитися від проведення непрозорих концесійних конкурсів

1	2
Чітке визначення терміну «будівництво автомобільної дороги» в існуючому законодавстві, що є комплексом дорожньо-будівельних та проектних робіт, пов'язаних з будівництвом нової автомобільної дороги	Тоді як проектом № 8125, під будівництвом автомобільної дороги розуміється комплекс дорожньо-будівельних та проектних робіт, пов'язаних з новим будівництвом <u>або реконструкцією, або капітальним ремонтом автомобільної дороги</u> , що ми вважаємо не доцільним.
Законодавством передбачено, що на подання заявки з моменту оголошення тендеру має пройти 60 днів.	Проте, більшості іноземних інвесторів потрібен значно більший термін для цього, який складає більше 6 місяців для великих проектів.

Треба зазначити, що не зважаючи на позитивні моменти ДПП та той факт, що для України ДПП може стати важливим двигуном прогресу, необхідно враховувати також невідлі проекти зі сфери дорожнього будівництва в Європі. Серед них: будівництво магістралі А15 в Нідерландах, де підрядник ледь не збанкрутував, недооцінивши проектні ризики; тендер на завершення будівництва кільцевої дороги Антверпена Oosterweel Link, який провалився через спірний дизайн; ще один тендер, що провалився, з будівництва внутрішньої платної магістралі «Західний швидкісний діаметр» в Петербурзі, реалізації якого завадила непропрацьованість правових, економічних та соціальних питань; протести проти платного користування дорогами в Албанії [6].

Тож, проблеми з проектами ДПП є не лише в Україні – це світовий тренд. Висновок аналітиків G20 - для вирішення проблеми потрібно поліпшити якість підготовки проектів, стандартизувати контракти і фінансові інструменти, забезпечити незмінні податкові та регуляторні умови. З майже 350 заявлених в Україні проектів та інвестиційних намірів по інфраструктурі автодоріг, портів і аеропортів тільки 20 дійшли до стадії ТЕО або пред-ТЕО, причиною є нерозуміння інвестора про окупність власних коштів [7].

Тож, якість підготовки техніко-економічного обґрунтування та тендерної документації є одним з найважливіших факторів для інвесторів. Від держави очікується досвід залучення інвесторів до інфраструктурних проектів та здатність бути надійним партнером для приватного бізнесу на довгострокові терміни [8].

Успішно проведені проекти ДПП у морських портах, дадуть поштовх для впровадження концесійних проектів у сфері автотранспорту. Але треба розуміти, що враховуючи стан українських доріг, навіть реалізація декількох вдалих концесійних проектів істотно не поліпшить загального стану доріг.

Тож, в результаті активних дій держави, прийняття низки законодавчих актів, введення Державного дорожнього фонду та розподілу автомобільних доріг загального користування державного та місцевого значення в Україні покращується ситуація, як з автомобільними дорогами державного значення, так і місцевого.

Список використаних джерел:

1. *Государственно-частное партнерство в сфере инфраструктуры: Как в Украине применить мировой опыт* URL: https://cfts.org.ua/articles/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo_v_sfere_infrastruktury_kak_v_ukraine_primenit_mirovoy_opyt_1458
2. *Державно-приватне партнерство: час вчитися на помилках.* URL: <https://dt.ua/macrolevel/derzhavno-privatne-partnerstvo-chas-vchititsya-na-pomilkah-289689.html>
3. *"Щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності в Україні". Аналітична записка. НІСД.* URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/816>
4. *Государственно-частное партнерство в сфере инфраструктуры: Как в Украине применить мировой опыт.* URL: https://cfts.org.ua/articles/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo_v_sfere_infrastruktury_kak_v_ukraine_primenit_mirovoy_opyt_1458

5. Першу платну дорогу до Польщі почнуть будувати у 2020 році. URL: <https://economics.unian.ua/transport/10412256-pershu-platnu-dorogu-do-polshchi-pochnut-buduvati-u-2020-roci.html>

6. Государственно-частное партнерство в сфере инфраструктуры: Как в Украине применить мировой опыт. URL: https://cfts.org.ua/articles/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo_v_sfere_infrastruktury_kak_v_ukraine_primenit_mirovoy_opyt_1458

7. Претенденты на Ольвию и Херсон: Что думают инвесторы о ТЭО пилотных концессионных проектов. URL: https://cfts.org.ua/articles/pretendenty_na_olviyu_i_kherson_chno_dumayut_investory_o_teo_pilotnykh_kontsessionnykh_proektov_1455/103910

8. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре. Отраслевой контроль. Центр транспортных стратегий. 2018. С. 32. URL: <https://cfts.org.ua/media/documents/2018/industry-control-2018-ru.pdf>

УДК 338.436

Н.Л. ШПОРТЮК

кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри менеджменту і права,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет,
м. Дніпро, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Зростання інноваційної активності – основна рушійна сила соціально-економічного розвитку села на сучасному етапі. Тому потрібно комплексно задіяти найважливіші інноваційні резерви: інтелектуальний капітал, інформаційні ресурси і ресурсозберігаючі технології, капіталізацію. Але поряд з цим спостерігається заморожування інноваційно-інвестиційних процесів в АПК.

Основною причиною зниження інноваційної активності в АПК є недолік власних фінансових ресурсів і зниження рівня державної підтримки, це продиктовано недостатньою врегульованістю економічних відносин. Щоб створити матеріально-технічні умови для продуктивної наукової творчості, бюджетом країни передбачено поступове збільшення фінансування за різними напрямками науково-технічної політики, в тому числі на сільськогосподарську науку. До 50% коштів планується залучити за рахунок участі в вітчизняних та зарубіжних фондах, конкурсах і грантах. Це виводить на перший план завдання підвищення ефективності використання інвестиційних коштів на всіх етапах життєвого циклу інновації, особливо в кінцевій його ланці - сільському господарстві.

Разом з тим аграрна сфера мало приваблива для інвесторів, це зумовлено диспаритетом цін, малою ємністю аграрного і продовольчого ринків, низькою платоспроможністю попиту населення, що веде до неефективності використання інвестиційних ресурсів. Поліпшити становище сільгоспорганізацій, та не погіршити при цьому положення підприємств інших галузей, можна застосовуючи різні засоби - економічні інструменти відомі у світовій науці. Основними стимулюючими факторами при цьому можуть стати фінансове оздоровлення підприємств, забезпечення ефективної економічної взаємодії сільськогосподарських підприємств з іншими галузями економіки, створення інноваційно-інвестиційної інфраструктури АПК, регулювання агропродовольчих і пов'язаних з ними ринків, а проведення досліджень в цьому напрямку стає все більш актуальними [1].

Підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції безпосередньо залежить від істотного збільшення обсягів інвестицій, що спрямовуються в техніко-технологічну модернізацію сільського господарства.

В ринкових умовах господарюючі суб'єкти самостійно прогнозують параметри зовнішнього середовища, асортимент продукції, що випускається і послуг, ціни і ринки збуту, а найголовніше - свої довгострокові цілі та шляхи їх досягнення. Тому розробка реалістичних середньо- і довгострокових стратегій розвитку стає нагальною необхідністю.

Незважаючи на поглиблення досліджень проблем теорії і практики інвестицій, багато методичних та прикладних питань активізації інвестиційної діяльності в сільському господарстві залишаються недостатньо опрацьованими або дискусійними. Серед них - обґрунтування вибору виду стратегії розвитку і масштабів інвестиційної діяльності в різних галузях сільського господарства в залежності від фінансового стану організацій, можливостей фінансування за рахунок зовнішніх джерел та інших умов.

У зв'язку з цим досить актуальна розробка стратегії розвитку інвестиційної діяльності в сільському господарстві з метою вдосконалення підходів і методик обґрунтування її масштабів і параметрів. Поряд з цим різні потенційні джерела фінансування інвестицій (державні, місцеві, власні, позикові) знаходяться в тісному взаємозв'язку і пред'являють специфічні вимоги до організації інвестиційної діяльності [2].

Виявлення і використання незадіяних ресурсів управління інноваційним потенціалом дозволить радикально оновити функціонування всіх видів діяльності, які матимуть тоді можливість на рівні сучасних світових тенденцій адекватно відповідати загрозам і викликам. При переведенні галузей економіки країни на інноваційний шлях розвитку, вдосконалення управлінського механізму даного процесу стає невід'ємною частиною інтеграції національної економіки у світову.

Досвід економічно розвинених країн доводить, що інтеріоризація схеми управління, яка постійно вдосконалюється в свідомості галузевих менеджерів, дозволяє оптимізувати розвиток ресурсного потенціалу та підприємницької активності різних галузей.

Сформована практика управління інноваціями галузі робить сьогодні в Україні вдалі кроки. Існує гостра потреба у формуванні повноцінної концепції створення та розвитку вітчизняного механізму з управління інноваційним процесом, здатного інтенсифікувати підприємницьку діяльність за рахунок підвищення ефективності прийнятих рішень. Необхідне вдосконалення системи оцінки та критеріїв визначення інноваційного потенціалу в галузі, класифікації ризиків і механізму їх аналізу, методів стратегії формування інноваційного розвитку [3].

Сьогоднішній етап розвитку галузей економіки України - перехід від стимулювання інновацій до зростання продуктивності праці на їх основі. У зв'язку з цим особливого значення набуває питання про розробку адаптивних моделей управління цим процесом, здатних легко перебудовуватися і зберігати високу ступінь адекватності як при зміні цільових і оціночних установок, так і самої модельованої предметної області.

Досвід показує, що більшість існуючих сьогодні моделей, що не володіють високим ступенем адаптивності, як правило, мають короткий життєвий цикл, так як швидко втрачають адекватність.

Список використаних джерел:

1. Пухкал О.Г. *Модернізація державного управління в контексті розвитку громадянського суспільства в Україні : монографія* / О. Г. Пухкал. - К. : Видавн.-поліграф. центр "Київ. ун-т", 2010. - 287 с.
2. Штикуляк О.Г. *Етапність інноваційного процесу та оцінка ефективності інноваційної діяльності [Текст]* / О. Г. Штикуляк // *Економіка АПК*. – 2011. – № 12. – С. 109-116.
3. Шубравська О. *Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: теоретико-методологічний аспект [Текст]* / О. Шубравська // *Економіка України*. – 2012. – № 1. – С. 27-35.

СЕКЦІЯ 8. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ТА ПРОЕКТАМИ

УДК 33.012

В.М. БОНДАРЕНКО

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна,

О.Д. БУТУСОВ

кандидат економічних наук,
ст. викладач кафедри фінансів, економіки та інформаційних технологій,
ПВНЗ «Карпатський університет імені Августина Волошина»,
м. Ужгород, Україна,

В.М. ГЕРЗАНИЧ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна

СУТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В СУЧАСНІЙ НАУКОВІЙ ПАРАДИГМІ

Бізнес-процеси – це послідовність взаємопов’язаних дій, сформованих подіями та рішеннями, задля задоволення певної потреби споживача. Будь-який бізнес процес завжди спрямований на результат або «вихід». Кожний бізнес-процес має свого користувача чи то споживача, відповідно він може бути зовнішнім або внутрішнім.

Бізнес-процес складається з такими елементів: діяльність, завдання, кроки, фази [1]. Фірма має власний ланцюг вартості та конкретних бізнес-процесів. Бізнес-процес є багатозначним поняттям в системі менеджменту. Зважаючи на суть «процесу», - бізнес-процес можна визначити, як послідовність етапів та дій спрямованих та трансформацію всіх видів ресурсів, які необхідні та використовуються задля створення продукту, який, в свою чергу, задовольняє визначені потреби клієнта та забезпечує можливість отримання доходу фірми [1].

Чітке розуміння суті та видів бізнес-процесів в системі управління забезпечує точну діагностику та ефективні управлінські рішення, що спрямовані на економію витрат фірми.

У науковому просторі на сьогодні запропоновано низку підходів до визначення суті «бізнес-процесу» (табл. 1). Описуючи діяльність підприємства через виділення бізнес-процесів, підприємство отримує можливість краще зрозуміти процеси, що відбуваються всередині та виявити приховані. Це сприяє підвищенню рівня контрольованості та керованості діяльності [2].

Базуючись на вищеперерахованих трактуваннях бізнес-процесів, можна виділити його основні ключові характеристики:

- існування мети здійснення бізнес-процесів;
- використання ресурсів для виконання бізнес-процесів;
- періодичність здійснення послідовних дій;
- наявність «входу» і «виходу»;
- безперервність здійснення бізнес-процесів тощо [11].

Підходи до визначення поняття «бізнес-процес»

Автор	Визначення
А.-В. Шеєра [3]	Пов'язаний набір повторюваних дій (функцій), які перетворюють вхідний матеріал і/або інформацію в кінцевий продукт (послугу) у відповідності із заздалегідь встановленими правилами.
М. Хаммер, Дж. Чампі (M. Hammer, J. Champy) [4]	Сукупність різних видів діяльності, у рамках якої «на вході» використовуються один або більше видів ресурсів, і в результаті цієї діяльності на «виході» створюється продукт, що представляє цінність для споживача.
Т. Дейвенпорт, Дж. Шорт (T. Davenport, J. Short) [5]	Специфічно впорядкована сукупність робіт, завдань, у часі та в просторі з вказівкою початку і кінця, точним визначенням «входів» і «виходів». Або – набір дій, що структурується, вимірюваний, створений, щоб виробити певний вихід для конкретного клієнта або ринку
Б. Андерсон [6]	Послідовність логічно пов'язаних, повторюваних дій, у результаті яких використовуються ресурси підприємства для перетворення об'єкта (фізично чи віртуально) з ціллю досягнення визначених вимірних результатів, або продукції для задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх споживачів
Х. Біннер [7]	Система взаємопов'язаних і взаємодіючих дій, кінцевими цілями виконання яких є створення продуктів/послуг, які мають цінність для зовнішніх і внутрішніх споживачів
Е. Г. Ойхман, Э. М. Попов [8]	Безліч внутрішніх кроків (видів) діяльності, що починаються з одного і більше «входів» і що закінчуються створенням продукції, необхідної клієнту, що задовольняє його за вартістю, довговічністю, сервісом і якістю.
Н. Тішер [9]	Структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності – від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації та результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес
Л. І. Чорнобай, О. І. Дума [10]	Система безперервних, взаємопов'язаних, відповідним чином упорядкованих і керованих дій (процедур, операцій, виконуваних функцій), яка, у свою чергу, є елементом механізму формування доданої вартості (споживчої вартості) через перетворення організаційних ресурсів, зосереджених на досягненні однієї комплексної цілі, спрямованих на забезпечення продуктивності та ефективності організації в цілому і забезпеченні донесення доданої вартості (споживчої цінності) до цільового ринку через бізнес-модель підприємства

Динамізм середовища діяльності бізнесу, як відкритої системи, вимагає від бізнес-процесів гнучкості, тобто здатності до зміни, трансформації у відповідності до турбулентності зовнішнього середовища організації чи зміни пріоритетів діяльності останньої.

Задля ефективної діагностики бізнес-процесів важливою є їх класифікація. Комплексний аналіз різних авторських підходів дозволив визначити такі критерії та їх види (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація бізнес-процесів в системі управління фірмою

Критерій класифікації	Види бізнес-процесів
1	2
За Портером	Первинні, підтримуючі, розвиваючі.
За причетністю до фірми	Внутрішні, зовнішні.
За місцем ієрархії в системі цілей підприємства	Бізнес-процеси верхнього рівня; бізнес-процеси середнього рівня; бізнес-процеси нижнього рівня.
За місцем в організаційній структурі підприємства	Горизонтальні процеси; індивідуальні горизонтальні процеси; міжфункціональні горизонтальні процеси; вертикальні процеси; інтегровані процеси.

1	2
За призначенням або ступенем впливу на одержання доданої цінності	Основні (базові) процеси; підтримувальні процеси; процеси управління.
За ступенем впливу на результативність	Ключові (вирішальні); ризикові.
За участю у життєвому циклі товару	Основні процеси; допоміжні процеси; організаційні.
За структурою взаємодії	Вертикальні та горизонтальні.
За варіантами ідентифікації	Наскрізні; функціональні.
За рівнем складності	Прості; складні.

Джерело: розроблено на основі [12, 13, 14]

Таким чином, не існує стандартного переліку бізнес-процесів підприємства і як показує системний аналіз відсутня єдина їх класифікація. Кожен суб'єкт господарювання залежно від розміру, ринкової спрямованості діяльності, широти та завдань дослідження повинен визначати притаманний тільки йому набір бізнес – процесів [14].

Найважливішим кроком діагностики бізнес-процесів є їх визначення в організації. Далі їх обов'язково слід класифікувати за значимістю та дати їм чітку назву. Діагностику бізнес – процесів слід проводити командою експертів, до складу якої має входити топ-менеджер, менеджери відділів та десятки експертів з різних структурних одиниць організації. Топ-менеджер має керувати роботою експертної групи. Також важливо в процес діагностики включити консультанта, який є фахівцем в цій діяльності. Це може бути як зовнішній так і внутрішній учасник організації. Роботу експертної групи слід організовувати у вигляді воркшопів.

Список використаних джерел:

1. Jančićević Nebojša. *Business Processes In Organizational Diagnosis*. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hrcak.srce.hr/file/93334>
2. Мартинюк Н.Ю. Аналіз підходів до виділення бізнес-процесів на підприємстві. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://nubip.edu.ua/sites/0%86.pdf>
3. Шеер А. В. *Бизнес-процессы: основные понятия, теория, методы* / А. В. Шеер / Пер. с англ. Н. А. Михайлова – М. : Вестъ – Мета Технология, 1999. – 151 с.
4. Hammer M. *Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution* / Hammer M., Champy J. – New York, NY : HarperBusiness, 1993. – 223 p
5. Davenport T. H. *The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign* / T. H. Davenport, J. E. Short // *Sloan Management Review*, 1990, (Summer), p. 11 – 27.
6. Андерсон Б. *Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования* / Б. Андерсон / Пер. с англ. С. В. Ариничева. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.
7. Биннер Х. Ф. *Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному* / Х. Ф. Биннер / Пер. с нем. – М. : Альпина Бизнес Бук, 2009. – 282 с.
8. Ойхман Е. Г. *Реинжиниринг бизнеса, реинжиниринг организации и информационные технологии* / Е. Г. Ойхман, Э. М. Попов. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 333 с.
9. Тішер Н. *Управління бізнес-процесами на підприємстві* / Н. Тішер // *Матеріали міжнародної конференції*. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://viet.edu.ua/konf_V4_1/art.php?id=0151
10. Чернобай Л. І. *Бизнес-процессы предприятия: общая характеристика та экономическая суть* / Л. І. Чернобай, О. І. Дума // *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку* : [збірник наукових праць] /

Відповідальний редактор О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С. 125 – 131.

11. Морщенок Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.business-inform.net/pdf/2014/11_0/295_302.pdf

12. Лисенко О. А. Класифікація бізнес-процесів на промислових підприємствах: теоретичні аспекти. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/9488/1/15.pdf>

13. Глудкин О. П. Всеобщее управление качеством [Текст] : [учебник] для вузов / О. П. Глудкин, А. И. Гуров, Ю. В. Горин. – М. : Горячая линия – Телеком, 2001. – 600 с.

14. Загородна О., Серединська В. Бізнес-процеси підприємства: сутність та класифікація. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2016_12_14_kampodilsk/sekcija_section_3_2016_12_14/biznes_proces_i_pidpriemstva_sutnist_ta_klasifikacija/136-1-0-2192

УДК 65.015.13::330.564.2

А.А. КИМ

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры маркетинга, менеджмента и предпринимательства,
Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина,
г. Харьков, Украина

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Одной из важнейших проблем современной экономики является распределение доходов, а именно его неравенство, что подчеркивается многочисленными авторами как в сфере академической науки, так и в сфере прикладных исследований. Специалисты Международного валютного фонда утверждают, что растущее неравенство распределения доходов в глобальном масштабе приводит к существенному замедлению темпов экономического роста, в то время, как его сокращение приводит к ускорению темпов экономического роста [0]. Дж. Стиглиц заявляет, что более высокий рост, стабильность и равенство возможны [0, с. 18], он утверждает, что существующий уровень неравенства не является неизбежным, но его поведенческие корни лежат в раздутой до уровня религии идеи материальной мотивации [0, с. 6, 250]. Способ построить более эффективную экономику и более справедливое общество заключается в том, чтобы заставить рынки работать как следует (именно как рынки), выработав более эффективные правила игры, т. е. институты, не только для эффективности экономической системы, но и для распределения [0, с. 340]. Особенно хотелось бы сконцентрировать внимание на пункте реформ «Улучшение корпоративного управления» [0, с. 343], который касается моих предыдущих исследований, проведенных относительно организационного поля распределения доходов и его взаимосвязи с рыночным [0; 0; 0; 0; 0]. Иерархические структуры, рациональность, и ориентация на личный интерес прекрасно показаны О. Уильямсоном, и соответствует типам организационного поведения, описанным мною – неограниченная рациональность, в сумме с оппортунистической формой поведения создает тип экономического поведения, свойственный «манипуляторам», органическая рациональность в сумме с послушанием – «альтруистический» тип экономического поведения и т. д. [0, с. 93-101; 0; 0]. При этом, как весьма доходчиво объяснила Э. Остром, общие ресурсы, в том числе и доход [0], представляет собой взаимозависимые ресурсную систему (запас) и поток единиц ресурса, однако моделирование ситуаций, рынков и проблематике общих ресурсов представляется весьма сложным и полным

вызовов для исследователя [0, с. 73, 396]. О. Л. Яременко также упоминает глубину институционализации как фактор индивидуального поведения, а также реализацию потенциала неравенства в форме властных иерархий [0, с. 34-35]. Поэтому построение моделей распределения доходов в экономических организациях и оптимизация такого распределения с помощью методов управления процессами представляется актуальным направлением для научного исследования.

Предметом текущего исследования являются социально-экономические отношения на микро- и наноуровне, по поводу продуктивности труда и распределения доходов в экономической организации.

Типы экономического поведения акторов, определяют и эффективность и справедливость экономической системы и общественного устройства, в зависимости от концентрации носителей различных типов экономического поведения в ключевых позициях иерархии экономических организаций. Рассмотрим систему ключевых показателей, как средство распределения доходов в организации. Эта система связывает продуктивность труда и распределение трудовых доходов, на основе ключевых показателей, среди которых выделяют не только денежные, но и в натуральной форме. Дело в том, что, в отличие от традиционного теоретического представления о деньгах, как об универсальном средстве измерения, является препятствием как для усовершенствования бизнес-процессов, так и для отдельных социально-экономических аспектов, а именно распределения доходов.

Существующие параметры труда, рабочего окружения, стандартов качества, гибкости и прочих ключевых показателей, не имеющих денежного эквивалента, либо теряющих смысл при переведении в денежный эквивалент, должны быть оценены комплексно, а принципы, применяемые в качестве критериев оценки, должны применяться непрерывно, а не дискретно. Ряд показателей нефинансовой формы не имеют непосредственного отношения к процессу распределения доходов организации, и не оказывают прямого влияния на принятие решений по поводу заработных плат, премий и материальных поощрений, при этом они могут использоваться для принятия других решений, связанных с этими процессами – о найме на работу или увольнении, об отпусках, в том числе за свой счет, о нематериальном поощрении и пр. С точки зрения организации, показатели делятся на три основные группы по отношению к времени – измерители результата (прошлое), диагностические (ближайшее будущее) и показатели компетентности (ближайшее и отдаленное будущее).

Принципы управления процессами играют важнейшую роль в участии работников в управлении организацией, например принцип, сформулированный Э. Демингом – СІР (Continuous Improvement Process) [0], предполагает использование процессного подхода в управлении, а в центре его внимания – качество (в первую очередь, продукции, после чего по цепочке – всех бизнес-процессов, существующих в корпорации). Ведущий принцип организации, как миссия, должен быть единым, поскольку задача оптимизации решается по одному критерию, ее очень сложно решать исходя из множества противоречивых критериев. Встречаются организации, которые в качестве основного критерия оптимизации используют безопасность труда – это никак не мешает им максимизировать прибыль, заработную плату и показывать высокие темпы экономического развития.

Использование социальных критериев в работе экономических организаций на микро- и наноуровне, слабо поддающихся измерению в традиционных экономических системах, является важнейшим инструментом разрешения сложнейших социально-экономических проблем организации – объединение организационных и социальных аспектов ее деятельности, снижение социальных, экономических и поведенческих рисков, накопление социального и человеческого капитала и социально-экономического развития в целом. Проблема традиционного подхода «денежной оценки» социально-

экономических состоит в том, что бизнес, копируя эту модель, изначально лишен «человеческого лица», социальных критериев, социальной ответственности, которая выступает неким внешним элементом, внедряемым по требованиям социальной среды. Если бизнес будет на этапе стартапа получать такую социальную «прошивку», она станет органичной составляющей самой сути бизнеса, что улучшит социально-экономическую структуру в целом и соотношение распределения доходов в частности. Подобная социальная ориентированность бизнеса выгодны не только обществу, но и бизнесу, что доказывают многочисленные примеры развития европейского бизнеса и социально-экономической системы в целом.

Организация, которая использует социальные критерии оптимизации бизнес-процессов становится эффективной ячейкой экономики, из которой строится такая новая социально-экономическая система, о которой говорит Дж. Стиглиц – сокращающая разрыв доходов между пресловутым «1 %» и остальными «99 %», повышающая общую устойчивость, эффективность и продуктивность (разумеется, финансовые риски и злоупотребления, о которых пишет Стиглиц имеют важнейшее значение для вышеуказанных характеристик системы, однако они находятся за пределами предмета текущего исследования).

Список использованных источников:

1. Кім О.О. Вплив нерівності доходів на соціально-економічний розвиток в моделі відкритого агрегованого ринку / О. О. Кім // *Ефективна економіка* – № 8, 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5728> (18.10.2017)
2. Кім О.О. Дослідження транзакційного поля розподілу доходів як загального ресурсу в межах концепції агрегованого ринку / О. О. Кім // *Економічний дискурс*. – 2017. – № 4. – с. 49-56.
3. Кім О.О. Індивідуальні стратегії оптимізації добробуту / О. О. Кім // *Глобальні та національні проблеми економіки*. – 2017. – № 20. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/3.pdf> (18.04.2018)
4. Кім О.О. Методологічні основи дослідження проблем економічної ефективності та розподілу доходів / О. О. Кім // *Ефективна економіка* – № 7, 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5686> (18.10.2017)
5. Кім О.О. Принцип Парето в розподілі доходів / О. О. Кім // *Економічний вісник ЗДА*. – № 6 (12). – 2017. – С. 11-15
6. Кім О.О. Типологія економічної поведінки індивідів у процесах виробництва, розподілу, обміну та споживання / О. О. Кім // *Менеджмент, підприємництво та цифрові інновації: аналіз тенденцій і науко-економічне розв'язання: Матеріали Міжнародн. науч.-практ. конф., 30 марта 2019 г.: тез. докл.* – Львів: ЛЕФ. – 2019. – 108 с., с. 6-8
7. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности / Э. Остром; пер. с англ. – М.: ИРИСЭН, Мысль. – 2010. – 447 с.
8. Стиглиц Дж. Великое разделение. Неравенство в обществе, или Что делать оставшимся 99% населения? / Дж. Стиглиц. – М.: Эксмо. – 2016. – 480 с.
9. Стиглиц Дж. Неравенство. Экономика должна служить обществу / Дж. Стиглиц // *Финансы и развитие*. – Сентябрь 2014. – № 3 (51). – с. 18-19
10. Стиглиц Дж. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему / Дж. Стиглиц. – М.: «Эксмо». – 2015. – 512 с.
11. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция / Научное редактирование и вступительная статья В. С. Катъкало; пер. с англ. Ю. Е. Благова, В. С. Катъкало, Д. С. Славнова, Ю. В. Федотова, Н. Н. Цытович. – СПб.: Лениздат; SEV Press. – 1996 – 702 с.

12. Яременко О.Л. Ціннісно-інституційні й структурно-технологічні підстави динаміки рівності та нерівності / О. Л. Яременко // *Економічна теорія* 2017. – № 4. – с. 32-46.

13. Dabla-Norris E., Kochhar K., Suphaphiphat N. et al. (2015) *Causes and Consequences of Income Inequality: A Global Perspective*, IMF discussion note.

14. Deming W.E. *Quality, productivity, and competitive position* / W.E. Deming. – Cambridge, MA (USA): Massachusetts Institute of Technology, 1982. –373 p.

УДК 658.8(477)(043.2)

О.В. ПОЛУЛЯХ

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Окландер М.А.,

Одеський національний політехнічний університет,

м. Одеса, Україна

СУЧАСНІ КАНАЛИ DIGITAL MARKETINGУ В УКРАЇНІ

Роздрібна торгівля незацікавлена у класичних посередниках. Покупець хоче придбати товар з найменшою націнкою, тому і шукає можливості покупки товарів. Саме тому змінюються методи просування товарів на ринку, а також комунікація між виробником/продавцем - споживачем. Цікавим фактом є те, що на зміну класичним торговельним посередникам приходять посередники, які ведуть свою діяльність через цифрові канали збуту, тобто з меншими витратами на свою діяльність, отже з меншою ціною на товар, але з охопленням більшої аудиторії. Даний метод є популярним серед продажу декору, посуду, домашнього текстилю, одягу, взуття та іншого.

Метою дослідження є розглянути можливі канали digital маркетингу між ланками виробник – посередник – споживач.

Digital маркетинг (цифровий або інтерактивний маркетинг) - це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування бренду. У наш час сюди входять: телебачення, радіо, інтернет, соціальні медіа та інші форми. Digital маркетинг тісно переплітається з інтернет маркетингом, але в ньому вже розроблені ряд технік, що дозволяють досягати цільову аудиторію навіть в оффлайн середовищі (використання додатків в телефонах, sms/mms, рекламні дисплеї на вулицях і т.д.). [1]

Вагомий внесок у розвиток теорії цифрового маркетингу підприємств зробили такі вчені: Р. Акерман, М. Ауер, Р. Бартелс, В. Байков, І. Барилко, Б. Берман, Х. Брайан, Дж. Вайбе, Д. Вуд, М. Герц, В. Голик, Р. Голдсмит, С. Дібб, Е. Епштайн, Дж. Зальтман, Е. Зварич, Д. Козлов, Е. Марданова, А. Керолл, Ф. Котлер, Дж. Лаком, С. Леві, В. Маррейвік, Р. Мертон, Л. Престон, Дж. Пост, С. Сеті, Х. Хершген, Р. Штойер та інші вчені. В Україні в розвитку digital-маркетинг ми завдячуємо працям вчених: О. Бойко, А. Копейко, М. Окландер, Е. Кан, Є. Крикавський, О. Мних. Серед останніх трендів digital-маркетингу доцільно виділити ті, які активно використовуються у 2017–2018 рр. в Україні.

1) Онлайн-відео – це прекрасний спосіб виділитися з натовпу. Згідно з даними “The Wall Street Journal” споживання онлайн-відео зросла в 10 разів між 2011 і 2016 рр., до того ж це стрімке зростання не сповільниться. Більш того, онлайн-відео випереджає кабельне ТБ серед підлітків і молодих глядачів [2].

2) Нативна (природна) реклама. Реклама, органічно вбудована в контент, має більше шансів на прочитання користувачем, оскільки здається більш природною для нього. Відмітимо, що нативна реклама особливо ефективна на розумних девайсах, які продовжують замінювати традиційні десктопи та ноутбуки. Саме сьогодні digital-

маркетологи повинні сфокусуватися на створенні природної реклами для зацікавлення споживача.

3) Персоналізований контент. Контент – це спосіб залучити більше відвідувачів на сайт і перетворити їх на клієнтів. Ось чому варто постаратися, щоб алгоритми Google цінували поданий матеріал, розміщений в Інтернеті, та високо його ранжували

4) Розумна реклама з великими даними (big data). Big data завжди відігравала важливу роль в рекламі від часу своєї появи, але розвиток великих даних дав змогу більшій кількості рекламодавців скористатися перевагами інсайтів про потенційних покупців, які раніше не були доступні. Big data дає змогу рекламодавцям більш точно визначити свою аудиторію, витратити менше грошей на рекламу, спрямовану на тих споживачів, що не відгукуються на неї. Нагадаємо, що big data дає можливість здійснювати ґрунтовний аналіз, допомагаючи рекламодавцям точніше відстежувати рівень конверсії та інші чинники.

5) Розвиток спільноти. Користувачі Інтернету створюють більше контенту, ніж будь-коли, а їх слова, фото, відео та інший контент можуть мати велике значення для вашого бренда та зростання продажів. Люди можуть створювати контент без заохочення, але підтримка допоможе створити команду лідерів думок. Іншою стратегією є оплата блогерів та інших лідерів думок за обговорення продукту або послуг [3].

Основною проблемою є те, що більшість підприємств наразі не готові приймати сучасні методи ведення бізнесу. На мою думку це може бути з наступних причин:

- Розвиток цифрового маркетингу у більш сучасних сферах бізнесу;
- Існує стереотип, що канали digital маркетингу це не для бізнесу компанії;
- Відсутність інструментів реалізації цифрового маркетингу на підприємстві;
- Немає кваліфікованих кадрів.

Першим, що слід зробити компанії, бути ближчими до своєї аудиторії. Треба пам'ятати, що відеоконтент – один з методів завоювання довіри серед майбутніх клієнтів. Кілька років поспіль YouTube був другим в списку найбільш популярних пошукових систем в світі. За даними Smart Insights, сьогодні відеохостинг якщо не обігнав, то як мінімум зрівнявся з Google Search за популярністю. Отже, що може зробити компанія – відеоогляд товар або послуг компанії як на сайті так і у соціальних мережах, зробити якісний контент від провідних спеціалістів компанії в використанні товару/послуги або, наприклад, звернення керівника компанії до аудиторії, не слід забувати рекламу, яка буде наздоганяти клієнта та ін. Використання для клієнтів зручних способів комунікації. Так, є звичайні технічні підтримки. Але, якщо, це буде консультація скажімо в Telegram або Facebook Messenger це значно збільшить рівень лояльності клієнта до вас. Пріоритет на голосові пошукові запити. Багато людей протягом дня спілкуються з Siri або Cortana частіше, ніж з реальними людьми. Голосові помічники в мобільних пристроях спрощують багато завдань і заощаджують час. В тому числі при пошуку інформації в інтернеті. Тому в наступному році потрібно задуматися про оптимізацію контенту під голосові запити. Різниця в побудові фраз. Відкривши Google вручну, людина напише: "шкіряний диван купити київ". Спілкуючись з голосовим помічником, користувач, швидше за все, поставить пряме запитання: "Привіт, Siri, де купити диван в Києві?". Сенс не змінюється, але у видачі будуть інші магазини. Весь контент потрібно оптимізувати під обидва види запитів. Оптимізація і збільшення швидкості конверсії CRO (conversion rate optimization) - збільшення частки користувачів, конвертуються в реальних клієнтів. Це дозволяє витратити менше грошей на рекламу, залучаючи більше покупців. Що значно покращує ROI (return on investment). [4].

Отже, щоб компанія мала лідируючі позиції на ринку слід використовувати у своїй діяльності цифрові канали збуту. Основною перевагою якого є максимально швидко дати своїй цільовій аудиторії інформацію про свій товар/послугу з меншими витратами на реалізацію рекламної компанії. З цього випливає нижча ціна на товар. Важливо

пам'ятати, що немає константи з введення digital-маркетинг у життя компанії. Digital, як канал, дуже багатогранний, отже має багато інструментів, які можна застосовувати в різних поєднаннях. Всі інструменти потрібно аналізувати і оптимізувати в процесі впровадження і в залежності від напрямку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. <http://ukraine.net/digital-marketing-hto-eto-takoe-i-s-chem-ego-edyat/#.XJpmiZgzaM8>
2. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. Москва: Альпина Паблицер, 2010. 384 с.
3. http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/36.pdf
4. <http://kirulanov.com/13-kanalov-prodvijeniya-digital-marketing-v-biznese/>

УДК 331.1

К.Й. ПУГАЧЕВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

К.В. ДЕРКАЧ

студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

SMART-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СПОСІБ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Найважливіше завдання менеджера будь-якої організації - це вплив на один з найважливіших елементів бізнес-структури - на колектив. Менеджери координують дії людей, отже, ефективність менеджменту це співвідношення результатів роботи і використаних для їх отримання ресурсів. На даний час найбільш поширеною проблемою в організаціях є відсутність інтересу співробітників до виконання своєї роботи.

Для вирішення даної проблеми існує безліч типів менеджменту, серед яких значиться і smart-менеджмент. Smart - це абревіатура, яка використовується для визначення техніки формулювання цілей і постановки завдань у менеджменті та розвитку особистої ефективності. Відповідно: Specific (конкретний), Measurable (вимірний), Achievable (досяжний), Relevant (актуальний), Time-bound (обмежений у часі).

Існує кілька думок щодо того, хто є справжнім автором цього підходу, проте більшість дослідників вважає ним Дж. Дора, ґрунтуючись на публікації 1981 р. у виданні Management review, де матеріал носить назву There is a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives, що в буквальному перекладі означає «є розумний спосіб створювати управлінські цілі і завдання».

Так, він дозволяє найбільш точно конкретизувати цілі будь-якої фірми. При побудові цілей по принципам SMART, вони будуть: чіткими і ясними, не будуть мати двозначності; формулюватися на основі майбутнього; повністю відповідати загальній стратегії розвитку компанії; відповідати кваліфікації співробітників, тобто бути в їх компетенції; містити в собі елементи зусилля, які закликають весь персонал до активної праці.

В ході дослідження встановлено, що smart-менеджмент задає певні стандарти управління, що відповідають наступним принципам:

- стандарти виконання повинні бути конкретними і напруженими. Конкретність передбачає їх ясність і відсутність причин для дискусії. Постановка

напружених стандартів, відповідно до теорії цілепокладання, означає, що мотивація і результативність зростають, коли стандарти важкі, але здійснимі, робота має значимість, забезпечені підтримка і регулярний зворотний зв'язок за результатами виконання;

- стандарти виконання повинні бути вимірюваними, для уникнення розбіжностей наскільки успішно вони досягнуті (чи ні). Змінність стандартів, до того ж, полегшує встановлення зворотного зв'язку з проміжними результатами;

- стандарти виконання повинні бути узгодженими і досяжними. Якщо працівники не згодні зі стандартами, вважаючи їх надто важкими, у них з'являється стимул до невдачі - для доведення своєї правоти. Нерозсудливо ставити завдання, повністю ігноруючи думку виконавців. Не беручи участі в постановці стандартів, працівники досить не активно ставляться і до їх досягнення. Участь в розробці стандартів дає працівникам можливість висувати конструктивні та інноваційні ідеї щодо організації процесу їх досягнення;

- стандарти виконання повинні бути реалістичними і доречними, що робить їх більш привабливими для всіх учасників. Стандарти доречні, коли вони знаходяться в згоді з цілями фірми і прагненням працівників до розвитку, і більш реалістичні, коли в їх постановці бере участь виконавець;

- стандарти виконання повинні бути співвіднесені з часом - тобто відомо, до якого моменту вони повинні бути досягнуті [1].

При цьому необхідно оптимізувати кількість стандартів, що є досить складним завданням. Якщо працівнику встановлена велика кількість (25 або 30) стандартів виконання, то процес відстеження та оцінки результатів надзвичайно ускладнюються. Якщо стандартів всього два-три, виконавець може приділяти їх досягненню занадто багато уваги.

Аналіз практики корпоративного управління показав, що загальна кількість стандартів виконання, по можливості, повинно бути в діапазоні від чотирьох до десяти. Також слід дотримуватись таких двох принципів:

- по-перше, зважена оцінка мети керівництвом (Evaluated);
- по-друге, в ході виконання поставлених завдань повинен здійснюватися перегляд мети для конкретизації їх відповідно до умов виконання (Reviewed).

В результаті даний тип менеджменту стає smarter, що в перекладі означає «розумніші». Особливо корисний smart-менеджмент при управлінні перетвореннями в організації [2]. Грамотна постановка цілей перетворення дає новий поштовх до розвитку вже перетвореній компанії, що дозволяє бути їй економічно ліквідною і конкурентоспроможною в сучасних ринкових умовах. Але, крім плюсів, що випливають із принципів, сучасний smart-менеджмент має ряд проблем, які потребують вирішення.

По-перше, на тлі глобалізації застаріли моделі smart-управління. Адже «розумний» менеджмент з'явився в 1954 році завдяки Пітеру Друкеру [1]. При цьому за останні 25-30 років нових моделей постановки «розумних» цілей не з'явилося. Дана проблема може викликати певні труднощі в управлінні, тому що деякі моделі вже неможливо застосовувати в сучасних умовах. Також на багатьох вітчизняних підприємствах відсутня єдина методологія прийняття рішень. Це може привести до уповільнення виконання поставлених завдань через недосконалість механізму процесу виконання мети. Також важливою є проблема суперечності між зростаючими потребами і обмеженістю ресурсів.

Перераховані проблеми виявляють тенденцію до більш детального розвитку теоретичної бази smart-менеджменту. Вирішення цих проблем призведе до максимальної ефективності даного типу управління, оскільки кінцева мета smart-менеджменту - забезпечення прибутковості підприємства, ефективне використання кадрового потенціалу, постійне подолання ризику при роботі на внутрішньому і зовнішньому ринках. У зв'язку з цим «розумний» менеджмент має перспективи свого розвитку, незважаючи на ряд означених проблем.

Список використаних джерел:

1. Друкер П.Ф. *Задачи менеджмента в XXI веке* / П.Ф. Друкер. – М. : вільямс, 2001
2. Шавкун І.Г. *Менеджмент в умовах економіки знань: сутність та спрямованість* // І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська // *Гілея: науковий вісник*. – 2013. – № 72. – с. 464–467.

УДК 658:330

К.М. ХАУСТОВА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри
менеджменту та управління економічними процесами,

О.М. РАВЛІНКО

студентка ОС «бакалавр»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки, визначальними рисами яких є посилення структурних, економічних, соціально-політичних трансформацій, підвищення конкуренції на ринку та соціально-економічної динаміки в цілому, визначальними проблемами беззбиткового функціонування та розвитку підприємств є формування ефективної системи впровадження змін.

На думку Наливайко А. П., більшість вітчизняних підприємств потребують радикальних стратегічних змін, які «передбачають та забезпечують досить суттєві або принципові перетворення в стратегії підприємства, його виробничій, організаційній структурі, в багатьох аспектах діяльності» [1., с. 30] .

Дослідження показали, що на сьогодні серед вітчизняних і зарубіжних науковців немає єдиного підходу до трактування поняття «стратегічні зміни». Вперше концепцію організаційних змін запропонував К. Левін., що визначав організаційні зміни, як процес, що складається з трьох стадій (розморожування, рух, закріплення), який виникає під впливом будь-яких суттєвих по відношенню до підприємства змін у ринковому середовищі[2]. У свою чергу Ансофф І., розглядає стратегічні зміни як процес, що складається з таких стадій: аналіз поточної ситуації, аналізу чинників ситуації, вибір стратегії зміни і контролю за реалізацією і впровадженням [3].

Науковці Отенко В.І. та Гронь О.В. під стратегічними змінами розуміють процеси розвитку підприємства, що призводять до удосконалювання, диференціації й інтеграції елементів системи; ускладнення зв'язків усередині системи й відносин між системами; збільшення інформаційної ємності системи; розширення діапазону реальних можливостей для подальшого розвитку; наростання темпів розвитку [4, с. 205] .

Найбільш влучне, на нашу думку, визначення стратегічних змін представлено у монографії Гусевої О.Ю., де автор визначає їх як «Процес перетворення підсистем підприємства, який спричиняє безпосередній або проактивний вплив на його генеральну, конкурентну чи функціональну стратегії з метою підтримки стратегічної стійкості в умовах динамічного бізнес-середовища» [5, с. 100].

Отже, стратегічні зміни варто розглядати з позицій активної адаптації підприємства до зовнішніх змін шляхом впровадження якісних та структурних перетворень у процеси функціонування організації, що в кінцевому підсумку спрямовані на забезпечення її стабільного розвитку.

Важливим чинником управління стратегічними змінами на підприємстві, на думку Воронкова Д.К. є дотримання наступних принципів:

1) принцип системності – стратегічні зміни є змінами загальними, отже повинні охоплювати підприємство як цілісну систему, що має підсистеми, зв'язки між елементами

підсистем та зв'язки із зовнішнім середовищем. Такі зміни відрізняються від локальних змін саме тим, що їх результат впливає на всі сфери діяльності підприємства, а їх впровадження забезпечує синергетичний ефект.

2) принцип дуальності, що відповідає екзогенному характеру стратегічних змін. Згідно з цим принципом, управління змінами повинно враховувати безпосередній вплив зовнішнього середовища на підприємство та взаємодію підприємств із зовнішнім середовищем.

3. принцип ієрархічності. Стратегічні зміни є еволюційними та інкрементарними, тому, розглядаючи проблему управління змінами, необхідно усвідомити, що організаційна ієрархічна система є сукупністю окремих елементів, які заходяться в певній ієрархічній залежності. При цьому найменш керованим з них є соціально-економічний генотип, зміни якого потребують реалізації тривалих, безперервних і цілеспрямованих дій [6, с.8].

Як процес стратегічні зміни відображають послідовне перетворення підсистем підприємства, що здійснюються під впливом реалізації загальної чи конкурентної стратегії з метою підтримки стратегічної стійкості та конкурентоспроможності підприємства в умовах динамічного ринку та бізнес-середовища.

Стратегічні зміни є рушійним фактором адаптивного функціонування та розвитку підприємства. Базовою основою стратегічних змін є концепція розвитку підприємства як відкритої системи, що діє в складному середовищі. При цьому, у контексті управління стратегічними змінами до середовища можна віднести і саму концепцію, що виступає базовою стратегією змін і пов'язаних з ними нововведень, які виступають водночас рушійними силами та інструментами реалізації змін.

У залежності від стану підприємства в контексті його відповідності умовам розвитку середовища а також функціональної спрямованості впроваджуваних перетворень виділяють наступні типи змін (рис. 1).

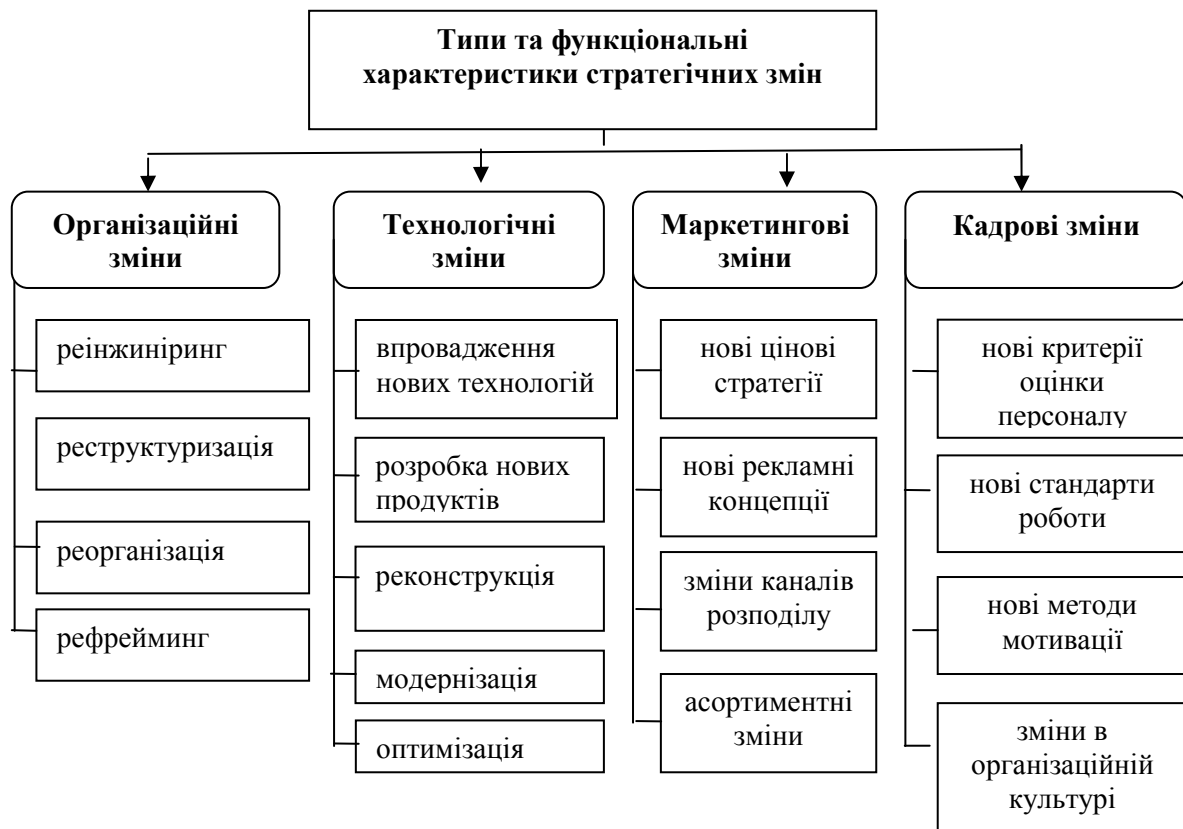


Рис. 1. Типи стратегічних змін

Як правило, ефективність стратегічних змін в організації залежить від комплексного підходу до поєднання вказаних типів змін внаслідок їх взаємозв'язку та взаємообумовленості. Зокрема, реструктуризація підприємства призводить до певних кадрових та ринкових змін, технологічні зміни тягнуть за собою маркетингові перетворення тощо.

Водночас, погоджуємося з думкою Силкіної Ю.О., що «успіх управління змінами насамперед залежить від того, чи усвідомлюють співробітники організації переваги, отримані внаслідок змін, чи бачать власне місце у цьому процесі. Ефект змін базується не стільки на зовнішніх стимулах, скільки на внутрішньому усвідомленні та сприйнятті. Цьому сприяють такі засоби, як інформування співробітників шляхом письмових та усних повідомлень, консультування з питань необхідності та наслідків змін, залучення персоналу до управління змінами шляхом створення команд, зорієнтованих на вирішення завдань. Крім того, значну роль відіграє згуртованість колективу, відносини, засновані на довірі та клімат в компанії» [7, с.78].

Отже, управління стратегічними змінами в організації є складним, цілеспрямованим та комплексним процесом, орієнтованим на забезпечення ефективної адаптації підприємства до зовнішніх умов та реалізації завдань фірми у складному середовищі. Рівень готовності підприємства до впровадження стратегічних змін визначається такими факторами: рівень організаційної культури (культури сприйняття та впровадження змін); ефективність системи мотивації працівників до ініціативності у роботі; адаптивна організаційна структура; досвід командної роботи; готовність персоналу до змін.

Список використаних джерел:

1. Наливайко А. П. *Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія* / А. П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.
2. Lewin K. *Field theory in social sciences* / K. Lewin. – New York: Harper & Row, 1951.
3. Ансофф И. *Стратегическое управление* / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – С. 201.
4. Отенко В.І. *Стратегічні зміни на підприємстві: сутність, види, інструментарій*/В.І. Отенко, О.В. Гронь//*Бізнес інформ.*-2011.-№ 8. –С. 204-207.
5. Гусева О. Ю. *Управління стратегічними змінами: теорія і прикладні аспекти: Монографія* / О. Ю. Гусева. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2014. – 395 с.
6. Воронков Д.К. *Управління стратегічними змінами щодо інноваційного розвитку підприємства*/Д.К. Воронков// *Вісник Хмельницького національного університету.* -2009.- № 6, Т. 3.-С.7-11.
7. Силкіна Ю.О. *Управління стратегічними змінами на підприємствах торгівлі*/ Ю.О. Силкіна//*Інноваційна економіка.*-2013.-№5 (43).-С. 76-78.

**СЕКЦІЯ 9.
УПРАВЛІННЯ ОСВІТНІМИ ПРОЦЕСАМИ**

UDC 331.54: 331.50: 378

N. BONDAR

doktor nauk ekonomicznych, profesor,
dziekan Wydziału Ekonomii i Prawa,

V. BOYKO

kandydat nauk ekonomicznych, profesor nadzwyczajny,
profesor nadzwyczajny Wydziału Ekonomii,

Ye. SANDYUK

student,

Narodowy Uniwersytet Transportu,
Kijów, Ukraina

**NIEZBĘDNE KOMPETENCJE DLA SKUTECZNEJ REALIZACJI NA RYNKU
PRACY ABSOLWENTÓW INSTYTUCJI SZKOLNICTWA WYŻSZEGO**

Obecna sytuacja na rynku pracy, zarówno na Ukrainie a Europie, charakteryzuje się nowymi wyzwaniami spowodowanymi przez brak równowagi między potrzebami a rzeczywistą podażą pracy, wyższym poziomem profesjonalnych wymagań kompetencyjnych dla absolwentów szkół wyższych. Dzisiaj coraz więcej studentów starają się zdobyć praktyczne umiejętności zawodowe z zawodu, nawet podczas studiów na uniwersytecie. Tacy studenci różnią się od innych wyższą motywacją, ponieważ mają już możliwość budowania swojej kariery zawodowej, rozwijania umiejętności komunikacyjnych i szybkiego reagowania na zmiany, które zachodzą się na rynku pracy. Istnieją jednak przypadki, w których studenci rozpoczynają swoją ścieżkę pracy nie w wybranym zawodzie łącząc nauczanie się z pracą. W tym przypadku oni wtracają motywację do studiowania na uniwersytecie, ale szukają możliwości rozwoju swoich kompetencji w dziedzinie, w której znaleźli pracę. Inni studenci, którzy rozpoczynają karierę po studiach, często mają do czynienia z sytuacją, w której otrzymane przez nich wiedzy i umiejętności są nie wystarczające, aby stworzyć konkurencyjną pozycję na rynku. Czasami są miejsce nawet przypadki frustracji w obranum przez nich zawodzie. To wskazuje, że młodzi ludzie muszą rozumieć potrzeby rynku pracy, konieczność rozwoju własnych kompetencji i bardziej świadomego stosunku do planowania własnej kariery zawodowej.

Ciekawe są wyniki ankiety przeprowadzonej wśród studentów szkół wyższych w 2016 r. W ramach Inicjatywy International Renaissance Foundation (IRF) na rzecz rozwoju ukraińskich centrów analitycznych we współpracy z TTF, przy wsparciu finansowym Ambasady Szwecji na Ukrainie (SIDA) przez GfK Ukraina [1]. Spośród 800 studentów, którzy wzięli udział w ankiecie, tylko 50% z nich wybraли specjalizację tylko dlatego, że byli nią zainteresowani. 12% wybraли specjalizację ze względu na prestiż, a tylko 11% wybrało specjalizację, koncentrując się na możliwości zatrudnienia na rynku pracy. Inni studenci wybraли specjalność, której się uczą: za radą rodziców, przyjaciół i znajomych (9%), ze względu na możliwość zarobienia dobrych pieniędzy w przyszłości (6%), ze względu na możliwość studiowania na budżetowej formie studiów, ze względu na niższy koszt płatności kontraktowej (2%), nie z mogli odpowiedzieć (4%). Więc tylko 11% - to orientacyjny szacunek liczby młodych ludzi, którzy w momencie opuszczania szkoły mają pomysł na rynek pracy i mogą sformułować wizję swojego miejsca na nim. Wśród takich studentów odsetek rozczarowanych ich oczekiwaniami jest minimalny.

Inna sytuacja dotyczy studentów, którzy wybrali zawód według własnego uznania, ponieważ są nim zainteresowani (50% respondentów). Często tacy studenci chętnie opanowują wiedzę nie tylko przylegającej do obranej przez nich specjalizację, a czasami również tej, którą znajdują się w zupełnie innej dziedzinie. Udział rozczarowanego przez wybrany zawód jest nieco wyższy niż w

poprzedniej grupie studentów, ale nieznacznie. Elastyczni w przyszłości są studenci, którzy kierują się możliwością zarobienia dobrych pieniędzy (4% ankietowanych studentów). Oni zawsze szukają nisz, w których w pewnym momencie istnieje zapotrzebowanie na specjalistów, których praca kosztuje dużo pieniędzy. Zachęca ich, aby zawsze śledzili trendy na rynku pracy i rozwijali swoje kompetencje zawodowe.

Pozostali badani studenci (35%) będą mieli najslabszą pozycję konkurencyjną na rynku pracy. Aby wzmocnić takie pozycje, oni muszą rozwijać swoje zaangażowanie i wytrwałość w zdobywaniu szerszego zakresu kompetencji zawodowych, poszerzaniu horyzontów oraz zainteresowań osobistych i zawodowych.

Interesujące jest zbadanie zmian w ciągu ostatnich dziesięciu lat w zakresie oczekiwań rynku pracy w odniesieniu do najbardziej obiecujących zawodów i niezbędnych kompetencji zawodowych. W 2009 r. specjaliści z magazynu Focus przeprowadzili ciekawe badania dotyczące zawodów, które wykorzystająby największy popyt na rynku pracy [2]. Wśród 20 najbardziej obiecujących znalazły się zawody: sprzedawca, informatyk, inżynier automatyki, specjalista z marketingu, inżynier narzędzi, agroengineer, inżynier produkcji i przetwarzania żywności, inżynier obsługi klienta, logistyk, prawnik (prawo gospodarcze, ład korporacyjny, podatki, biznes), inżynier energetyki, weterynarz, farmakolog, finansista, inżynier komunikacji, psycholog praktyczny, genetyk, biochemik, technik robotyczny, nanoinżynier. W 2012 r. sytuacja nieco się zmieniła. Pierwszych dziesięć zawodów o dużym popycie na rynku pracy to są: programiści (C ++, Java), technologowie przemysłu spożywczego, inżynierowie budowlani, przewoźnicy, architekci, projektanci biur i wewnątrz, menedżerowie hoteli, księgowi, audytorzy, menedżerowie HR, rekruterzy, inżynierowie energii, prawnicy, marketerzy, dziennikarze, technicy przemysłu lekkiego, finansiści [3]. W 2019 r. oczekiwania dotyczące potrzeb rynku pracy w przyszłości zmieniły się diametralnie [4]. Wynika to z nowych wymagań dotyczących szkolenia zawodowego. Tak więc w ciągu najbliższych 15-20 lat będzie rosło zapotrzebowanie na specjalistów, którzy posiadają kompetencje w kilku branżach, czyli będą mieli specjalizację międzysektorową. Na przykład, jeśli specjalista w dziedzinie edukacji medycznej lub farmaceutycznej ma dobrą znajomość a umiejętności informatycznych lub posiada umiejętności informatyczne, będzie miał wysokie zarobki i dobre perspektywy rozwoju kariery podczas pracy jako bio farmakolog, genetyk IT, bio informatyk kliniczny, doradca genetyczny lub lekarz sieci.

Oznacza to, że edukacja musi teraz stworzyć warunki, dzięki czemu studenci mogą zmaksymalizować ujawniając swoje talenty w różnych dziedzinach i nabyć kompetencje zawodowe wymagane do dalszych prac na przecięciu tych branż. Oprócz zawodowych, na rynku pracy będą wymagane i inne kompetencje oraz umiejętności: myślenie systemowe; znanie wielu języków obcych, zdolność do porozumienia w pracy z zespołami, programowanie IT- rozwiązań, pracy ze sztuczną inteligencją, zdolność do zarządzania złożonymi zautomatyzowanymi kompleksami; zarządzanie projektami i procesami; samodzielne formułowanie zadań; orientacja na klienta; odporność na stres; szybkie podejmowanie decyzji, przydzielanie czasu i zasobów; twórcze myślenie; zrozumienie współczesnych trendów [4]. Ich kolekcja pomoże absolwentowi uniwersytetu zawsze być pożądanym pracownikiem dla potężnych i obiecujących wiodących firm, aby łatwo migrować między branżami, aby zapewnić skuteczną realizację zadań.

Inne przykłady transakcji na skrzyżowaniu oddziałów, które absolwenci mogą uruchomić są: projektant wirtualnych światów, marketing medyczny, recykling środowiska (specjalista w dziedzinie zarządzania odpadami na środowisko), dietetyk cząsteczkowy (specjalista w dziedzinie montażu diety w oparciu o molekularnym składzie substancji żywności), działacz praw człowieka sieci wirtualnych, wirtualny adwokat, doradca z tworzenia wartości rodzinnych [5].

W rankingu najbardziej obiecujących i szybko rozwijających się branż biotechnologia zajmuje pierwsze miejsce. Jej rozwój doprowadzi do dalszej produkcji leków na podstawie biosyntezy, rozwoju agrotechnologii, wyglądu tkanek organicznych itp. Do przyszłych zawodów, które będą potrzebne na rynku pracy w tym obszarze, należą: urbanista ekolog, architekt systemów żyjących, biotechnolog systemowy, biofarmakolog, agronom GMO, rolnik SITI.

Drugie miejsce posiada medycyna, w której oczekuje się przejście od diagnozy i leczenia dysfunkcji i chorób oddzielnych narządów do pracy systemowej z ludzkim ciałem. Przyszłymi zawodami w medycynie będą: lekarz IT, architekt sprzętu medycznego, bioetyka (specjalista prawny i etyczny), doradca genetyczny, bioinformatyka kliniczna, specjalista z marketingu medycznego, dietetyk molekularny, operator robota medycznego, specjalista w dziedzinie cyberprostetyka, specjalista w dziedzinie krystalografii (z zastosowaniem kryształów w medycynie); projektant życia instytucji medycznych (profesjonalista w rozwoju cyklu życia szpitali); ekspert w dziedzinie medycyny spersonalizowanej (specjalista, który bada kartę genetyczną pacjenta i opracowuje programy dostosowane do jego potrzeb, a także oferuje odpowiednie ubezpieczeniowe produkty medyczne), konsultant ze zdrowego starzenia się; lekarz sieci (lekarz, który będzie diagnozować on-line) itp.

Trzecie miejsce posiada energia, w tym alternatywa, i jej akumulacja. Przyszłe zawody energetyczne to: kierownik modernizacji, twórca systemów mikrogeneracji; meteoenergetik; projektant systemów rekuperacji; specjalista w lokalnych systemach zasilania; projektant urządzeń do przechowywania energii itp.

Czwarte miejsce wśród obiecujących obszarów jest zajęte przez energomerezhę i ustawieńia zarządzania zasilaniem. Kluczową zmianą w branży będzie pojawienie się inteligentnych sieci, które pozwolą na analizę poziomów zużycia energii i optymalizację kosztów. Przyszłymi zawodami będą: sprzedawca na rynku energii; ochrona praw konsumentów energii elektrycznej; audytor energetyczny; twórca systemów poboru mocy; inżynier systemowy sieci intelektualnych; kontroler sieci energetycznej.

Na piątym miejscu - transport. Nacisk zostanie położony na bezpieczeństwo ludzi, środowisko i komfortowe warunki podróży. Systemy zarządzania będą dystrybuowane w zarządzaniu siecią transportową. Zawody, które będą potrzebne w przyszłości w sektorze transportu, to: operator zautomatyzowanych systemów transportowych; inżynier bezpieczeństwa dla sieci transportowych; operator cross-logistics; projektant intermodalnych węzłów transportowych; technik intermodalnych systemów transportowych; budowniczy «inteligentnych dróg», projektant kolei dużych prędkości; architekt inteligentnych systemów sterowania. W sektorze transportu morskiego i lotniczego potrzebne będą: ekolog portowy; inżynier systemowy infrastruktury morskiej; projektant interfejsu bezzałogowych statków powietrznych; analityk danych wydajności; projektowanie infrastruktury dla nawigacji lotniczej; twórca inteligentnych systemów sterowania do dynamicznego wysyłania [4].

Szóste miejsce w szybkości rozwoju posiada edukacja. Już dziś rynek pracy wymaga specjalistów takich zawodów jak: moderator; twórca trajektorii edukacyjnych; organizator szkolenia projektowego; koordynator edukacyjnych platform internetowych; mentor startupów; gawędziarz itp.

W związku z tym kompetencje niezbędne do pomyślnego wdrożenia absolwentów instytucji szkolnictwa wyższego na rynku pracy są ściśle powiązane z rozwojem postępu naukowego i technologicznego i mają charakter dynamiczny. Pozyskiwanie ich wymaga od systemu edukacji i studentów elastyczność i systematyczność, zdobywanie wiedzy i praktyczne umiejętności w różnych dziedzinach.

Lista używanych źródeł:

- 1. Козут, І., Самохін, І., Стадний, Є., Куделя, М., Жерьобкіна, Т., (2016). Соціально-економічний портрет студентів: результати опитування. [Społeczno-ekonomiczny portret studentów: wyniki ankiety]. Електронний ресурс: <https://cedos.org.ua/uk/articles/sotsialno-ekonomichnyi-portret-studentiv-rezultaty-opytuvannia>*
- 2. Ким, В., Шаповал, Е. (2009). Рейтинг Фокуса: самые перспективные отрасли и профессии. [Ocena Focusa: najbardziej obiecująca branża i zawód]. Електронний ресурс: <https://focus.ua/ratings/60481/>*

3. 10 самых востребованных профессий в Украине в ближайшем будущем. (2012). [10 najbardziej poszukiwane zawody na Ukrainie w najbliższej przyszłości]. Електронний ресурс: <https://croca.livejournal.com/162547.html>

4. Балацанова, О. (2019). Професії майбутнього: які спеціалісти будуть затребувані післязавтра. [Zawody przyszłości: którzy specjaliści będą wymagać pojutrze]. Електронний ресурс: <https://life.pravda.com.ua/columns/2019/02/19/235691/?fbclid=IwAR0GHcAD5EfGc53vLmCdRwuXBRIIMPEAzvczdjjaAj1Nd8ULBMSrLXhJSig>

5. Милинчук, О. (2019). Професії, які з'являться в майбутньому [Zawody, które pojawią się w przyszłości]. Електронний ресурс: <https://znoclub.com/vybir-pofesii-abo-vyzy/96-profesiji-yaki-z-yavlyatsya-v-majbutnomu.html>.

UDC 339.5:81'243(043.2)

I.V. KUPRIYENKO

Lecturer of English,

A.M. TARAHONICH

student,

Mukachevo Cooperative Trade and Economic College,

Mukachevo, Ukraine,

O.P. POPOVYCH

Lecturer of Management Department,

Mukachevo State University,

Mukachevo, Ukraine

FOREIGN LANGUAGE AS THE MEAN OF INTERNATIONAL TRADE

There are variety of countries throughout the world, but the languages that are spoken by their inhabitants even more. In this case, it is not about a hundred or two, but about a few thousand. How can the people of the Earth understand each other? To do this, there are international languages that allow all of us to communicate with each other, regardless of nationality and place of residence. One of the international languages is English. Moreover, English is the language of interethnic communication for all humanity.

What kind of role English plays in our life now? In general, political, economic, scientific, sports life of the whole world "flows" in English. The official and working language of the United Nations Organization is English. All kinds of summits and meetings the heads of states, signing laws and decrees, negotiations and debates - all these are leaded in English. International trade, the work of the banking system, the activity of the transport system on land, at sea and in the air is carried out in English. This language is a living communication tool for academics, doctors, scientists around the world. After all, international conferences, study of the world's experience and exchange of information in scientific surroundings occurs only with the using of English. Due to English, the society integrates into world's business continuum.

It means that any educated person, busy in business, is simply obliged to speak English, because it is his/her key to further self-education and self-improvement of his/her activities.

Such domestic authors as Albov A.S, Andrushko S.Y., Borisenko I.I, Kolot L.A, Kutniy E.A, and others explored the problems of business communication in English. The important aspects of this issue are also discovered in the original textbooks on business communication by authors such as Marie Elizabeth Flatley, Kathryn Rentz, Daniel Jones, Robert Tilly.

Now, let us count the benefits of a businessperson who knows English, to those who do not know it.

First of all, knowing English we can receive more information from different media, it may be a computer - where all technical information is written in English, you can read the

documents in original version, the translation does not always convey the objective completeness of information and certain intentions.

Secondly, there is always the opportunity to speak with foreign partners on a very diverse topic in relation to this or that joint project in English. In general, international negotiations, stock exchanges are conducted in English, and participate in international conferences, communicate with business people, read international magazines and newspapers about business, in this case you just need to know English. Additionally, all the most recent and advanced conclusions of worldwide importance are published in English-language magazines and newspapers.

Regarding the economists, today they are needed everywhere and always. The economist is the heart of company, the guarantee of successful and correct functioning of the company by 70% is correctly set accounting and financial processes.

Nowadays marked that knowledge of English is the main component of the "cost" of an economist: experts with English knowledge can cost twice as expensive. Often, such specialists of the company re-buy from competitors - companies working in a similar field of activity. Interestingly that to find an economist with a decent knowledge of English - is often almost impossible task even in the capital.

The efficient business communication is also ensured by using of specific words that form in reader's imagination clear and understandable meaning (computer, automobile, road, Mickey Mouse, Wall Street, and Metropolitan State Building). Unlike them the abstract words are not understood clearly and unambiguously (administration, negotiation, inconsistency, loyalty, compatibility, incompetence, communication).

Obviously that the writing of business document depends on the knowledge of language, both native and especially foreign. The routine and superficial approach to language is inadmissible. In order to transmit information correctly in a written foreign language, it is necessary to be acquainted with the direct meaning of word, its shades in synonyms or in words with similar meaning.

Certainly, the special attention should be paid to the correct using of English idiomatic expressions. Business English has many consistent expressions and their meaning do not follow from the meaning of their components.

One more feature of business correspondence deserves special attention, namely, the tendency to use so-called sexist words. The existence a large number of such words in business English is explained because the business world has emerged and evolved over centuries as a purely male industry, and therefore in English there are many words like man-made, nine man-hours, chairman, businessman, policeman, congressman, which emphasize the domination of men. Nowadays, when more and more women are successfully engaged in business and politics, one should try to avoid such words because they are perceived as discriminating against women on a gender identity.

Therefore, the knowledge of English in the modern world is like a kind of window into the world. Owning the language of international communication, you can achieve your goals with new opportunities. That is why foreign language, namely English is the main means of integrating into the world's business continuum. Overall, business communication always aims the solving a certain problem. The message should be persuasive, concise and tagged to the recipient. The adaption to reader of business document is a complex, multifaceted and creative process that requires understanding of the structure and nuances of the English business language.

The list of the used sources:

1. *With materials: osvita.ua. the date of publication: 11.23.2011.*
2. *Screbkova – Pabat M.A. Business English [Text]: .tutorial / M. A. Screbkova - Pabat. - L.: Noviy Svit - 2000, 2012. - 392 p.*

3. *Artemov V.O Psychology of teaching foreign language, M. Prosvitnutstvo, 1969.*

4. *Kolot L.A. English Business Correspondence. K., 2009.*

UDC 81'243:338.48:005-057.68(043.2)

O.I. RUSYN

Lecturer,

Mukachevo Cooperative Trade and Economic College,

O.P. POPOVYCH

Lecturer of Management Department,

Mukachevo State University,

Mukachevo, Ukraine,

O. ZAULYCHNA

University of Information Technology and Management in Rzeszow,

Rzeszow, Poland

THE ROLE OF A FOREIGN LANGUAGE FOR TOURISM MANAGER

Tourism is a powerful means and form of intercultural relations that contribute to the intensification of international contacts, the expansion of borders, which results in openness to other countries, the mutual enrichment of cultures. The proper organization of tourism activity in the modern society, that is tourism management and the level of intercultural training of specialists in the field of tourism, becomes of paramount importance.

Based on the basic understanding accepted in science, the concept of "manager of tourism" as a manager and organizer of tourism activities, it should be noted that the manager of tourism not only monitors and coordinates the work of other workers of the tourist organization, organizes services on tourist routes, but also communicates with business partners, representatives of other countries. Obviously, intercultural communication and interaction occupy a prominent place in the professional activity of the tourism manager.

The importance of forming readiness for intercultural communication among tourism managers is explained, first of all, by the fact that the main kind of activity for them is communication, solving communicative tasks. Therefore, the necessary conditions for successful professional activity of a specialist are awareness of the peculiarities of the communication process, the possession of verbal and non-verbal communication techniques, communicative strategies and communicative competence, which includes the ability to use a foreign language to achieve professionally meaningful goals [4, p.48].

A foreign language for tourism manager is one of the tools that helps not only act, persuade, make decisions, but also create a favorable business atmosphere, understand the culture of a representative of another country and the mentality of the people. The ability to conduct professional foreign language communication in a qualitative way contributes to the increase of competitiveness of specialists in the sphere of tourism in the labor market [1, p.243].

A novice manager who is at the same time a former student, often lacks the knowledge of a foreign language rather than the knowledge of practical topics, such as completing of various forms, the content and structure of tourist catalogs. So, for example, if a tourist goes abroad and it is necessary to fill in forms in a foreign language, the direct obligation of the travel agency employee is to help this client. All this leads to the formation of a complex "fear of the unknown", lack of self-confidence, which, of course, affects the competence and the quality of work performed. It should be noted that the graduate of the faculty of tourism should have not only a certain amount of professional knowledge, skills and abilities, but also have professional knowledge of foreign language. It is the professional knowledge of the foreign language for a specialist working in the field of tourism, which is a sign of his professional competence.

This is not about English in general (Social English), which can be studied at courses, but about the preparation of English-language professional-oriented communication of highly skilled professionals working in the field of tourism. It means English for special purposes, which has its own terminology and peculiarities which cannot be studied at regular courses. Thus, the acquisition of skills of professional communication provides the communicative competence of workers employed in various spheres of the tourist services market. One cannot but agree that the possibility of career growth in the field of tourism is directly related to the knowledge of a foreign language. At the same time, if the level of the language competence, for example, of the hotel staff can be reduced to the knowledge of certain special terms or clichés, then the level of language competence of specialists engaged in tour operator or travel agency activities must meet all the requirements of professional language competence. Besides, one cannot but agree with the fact that a highly skilled specialist with a professional knowledge of a foreign language will have a very high demand in the labor market [3, c.42].

Professional tourism activities connected with the use of a foreign language for solving various tasks include: communication with foreign clients, establishing contacts with travel agencies abroad, negotiating, marketing of a foreign market, promotional tours, cooperation with airlines, contacts with the host party, company representation at the international exhibitions, presentations, conferences, etc., acquaintance with special documentation: agreements, patents, plans, etc., writing the necessary professional business documents, completing forms and other documents, work with business correspondence, reading professional literature, etc., which require high knowledge of foreign languages [5, p.382].

Consequently, the need to speak foreign languages at the appropriate professional level by tourism managers is greatly enhanced by the integration of the modern generation into the world socio-cultural space. In view of this, only the specialist who knows at least one foreign language, has the developed skills of intercultural communication and possesses the skills of foreign language competence will be able to adapt to the multicultural environment and realize their professional and personal potential. Currently, the task of specialists is not only to provide comfortable rest of their clients, but also, having proper personal and professional qualities, to successfully solve various professional tasks and needs of users of tourist services. Therefore, the factor of having a good command of foreign languages by tourism managers is one of the main skills after having the knowledge of special subjects.

The prospect of further research is to develop a mechanism and ways to increase the level of knowledge of foreign languages and foreign language communicative competence of tourism managers.

The list of the used sources:

- 1. Grin'ko S. A. The market for tourist training: the realities and prospects of development / S.A. Grin'ko. - Slobozhansky Scientific Bulletin: Collection of Scientific Papers - 2006 - No. 10 - p. 243.*
- 2. Kvartalnov V. O. Management of tourism. Tourism as an activity type / V.O. Kvartalnov. - Moscow: Finance and Statistics, 2002. - 228 p.*
- 3. Knodel L.V. Formation and development of professional competence of specialists in the sphere of tourism / L.V. Knodel // Scientific notes of TNPU named after V. Hnatyuk. - Ternopil: 2005 - No. 2 - p. 42.*
- 4. Kobzar N.V. The role of intercultural communication in the activities of tourism managers / N.V. Kobzar // Visnyk LNU named after T. Shevchenko - 2011 - No. 14 (225) - p. 48.*
- 5. Lozovetskaya V.T. The formation of professional competence of a specialist in the sphere of services and tourism: teaching and methodical manual / V.T. Lozovetskaya. - K.: 2010 - 382 pp.*

УДК 378.4:332.145(1-21)

В.В. ГОБЛИК
 доктор економічних наук, професор,
 перший проректор,
А.С. ФЕЄР
 магістрант,
 Мукачівський державний університет,
 м. Мукачево, Україна

РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТУ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ МІСТА

Університети відіграють важливу роль в соціально-економічному і культурному розвитку міста. Важливу роль в становленні Мукачівського державного університету відіграли регіональні органи влади, органи місцевого самоврядування. Сьогодні вуз став важливим каналом інтелектуального, кадрового і культурного розвитку, забезпечуючи приток в місто молоді з найвіддаленіших куточків області. Сьогодні в університеті навчається 3921 осіб, у тому числі 2890 студентів денної форми навчання і 1031 заочної форми навчання (табл. 1).

Таблиця 1

Контингент студентів

Назва закладу, структурного підрозділу	Контингент студентів		
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання	Всього
МДУ	1379	1031	2410
Виноградівський державний коледж	588	–	588
Гуманітарно-педагогічний коледж	923	–	923
Всього	2890	1031	3921
Всього	3921		

Однак зниження рівня життя населення, матеріальні можливості отримання вищої освіти в Україні, складна демографічна ситуація породжує проблему набору студентів, зменшує кількість студентів. Ця тенденція посилює конкуренцію між вузами і не завжди виграють регіональні вузи. Проблемою для вузів є те, що випускники маленьких міст, сільських населених пунктів, що мають високий бал ЗНО, вибирають для вступу вищі навчальні заклади в столиці або у великих містах, а ті, що отримали низькі бали або взагалі його не здавали, поступають у вузи інших держав, зокрема Польщі, Словаччини, Чехії, Угорщини. Особливо це відчутно в прикордонних областях, зокрема Закарпатській що межує відразу з чотирма країнами-членами Європейського Союзу [1, с.259-260].

Така ситуація на ринку освітніх послуг призвела за останні десять років до зменшення як вищих навчальних закладів в Україні, так і кількості студентів в них (табл. 2). В той же час явна тенденція і до скорочення кількості осіб прийнятих на навчання, яка за десять років скоротилась на третину і складає 256,8 тисяч осіб [2].

Тому дана ситуація вимагає ефективної взаємодії міської влади, бізнесу та освіти міста, адже університети виступають як економічний, соціальний і культурний ресурс міста, що дає змогу обопільно розвиватись і збагачуватись. ВНЗ впливає, в міру своїх можливостей, на освітню, науково-дослідну діяльність, розвиток економіки міста, зокрема створення робочих місць, забезпечення зайнятості населення, розвитку туризму, організації і участі в культурних і спортивних заходах.

Молодь сьогодні є каталізатором модернізації виробництва, впровадження інноваційних технологій, адже технологічна відсталість, значне зношення матеріально-технічної бази не задовольняє випускників вузів ні заробітна плата, ні умови праці на таких підприємствах.

Кількість закладів вищої освіти та здобувачів у розрізі 2009-2019 рр.

№ з/п	Роки	Кількість університетів, академій, інститутів	Кількість осіб, які здобувають вищу освіту (тис.)
1.	2009-2010	350	2245,2
2.	2010-2011	349	2129,8
3.	2011-2012	345	1954,8
4.	2012-2013	334	1824,9
5.	2013-2014	325	1723,7
6.	2014-2015	277	1438,0
7.	2015-2016	288	1375,2
8.	2016-2017	287	1369,4
9.	2017-2018	289	1330,0
10.	2018-2019	282	1322,3

Джерело: складено авторами за [2].

Вирішення проблем впровадження нових технологій в економіку і бізнес, освіту і науку, культуру і мистецтво сприятиме соціально-економічному розвитку міста, а це в значній мірі буде залежати від збереження і розвитку університету, адже існування університету - це завжди престиж міста, елемент його тренду, привабливості для молоді, жителів й іноземців.

Визріла необхідність спільно розробити міську програму «Вуз місту - місто вузу», що дасть можливість спільно вирішувати проблеми міста, студентства, та науково-педагогічного колективу, яка органічно ввійшла б стратегію розвитку міста.

Список використаних джерел:

1. Гоблик В.В. *Спільні транскордонні регіони України та ЄС: зовнішньоекономічний аспект: Монографія / НАН України. Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2012. – 305 с.*
2. *Міністерство освіти і науки України [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/ua>.*

УДК 37.017.6:005.6

З.Б. ЖИВКО

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту,

Львівський державний університет внутрішніх справ,

О.М. МАРТИН

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту,

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності,

Л.В. КУХАРСЬКА

аспірант,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Живко З.Б.,

Львівський державний університет внутрішніх справ,

м. Львів, Україна

**ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОСВІТИ В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ**

Освіта – це платформа для розвитку суспільства, всіх його складових. Освіта завжди на всіх етапах розвитку суспільства була скерована на розвиток індивідуума, його інтелектуальних можливостей та професійних компетенцій. На кожному етапі розвитку особистості змінювався рівень освітніх послуг та підвищувався рівень вимог до їх надання, тобто рівень якості освіти. «Освіта – це основа інтелектуального, культурного, духовного, соціального та економічного розвитку суспільства, нації, держави» [1].

З 2014 року вступив в у дію Закон України «Про вищу освіту», який спрямований на якісні зміни у системі підготовки фахівців та запровадження європейських стандартів освіти.

Якість освіти, за матеріалами сайту TIMO Wiki – це збалансована відповідність певного освітнього рівня численним потребам, цілям, умовам, прийнятним освітнім нормам і стандартам, яка встановлюється для виявлення причин порушення цієї відповідності з метою управління освітнім процесом [2].

Реформування освіти – питання актуальне та своєчасне, основною метою якого є покращення якості освіти, відповідності її вимогам міжнародних стандартів та інноваційного розвитку, залучення талановитої молоді до наукових досліджень та зменшення навчальних кредитів і збільшення практичних навичок і компетенцій майбутніх фахівців. Змінюються і фінансово-економічні аспекти забезпечення закладів вищої освіти (ЗВО), відповідно змінюється якість освіти. Зміни системи фінансового забезпечення ЗВО подано на рис. 1.

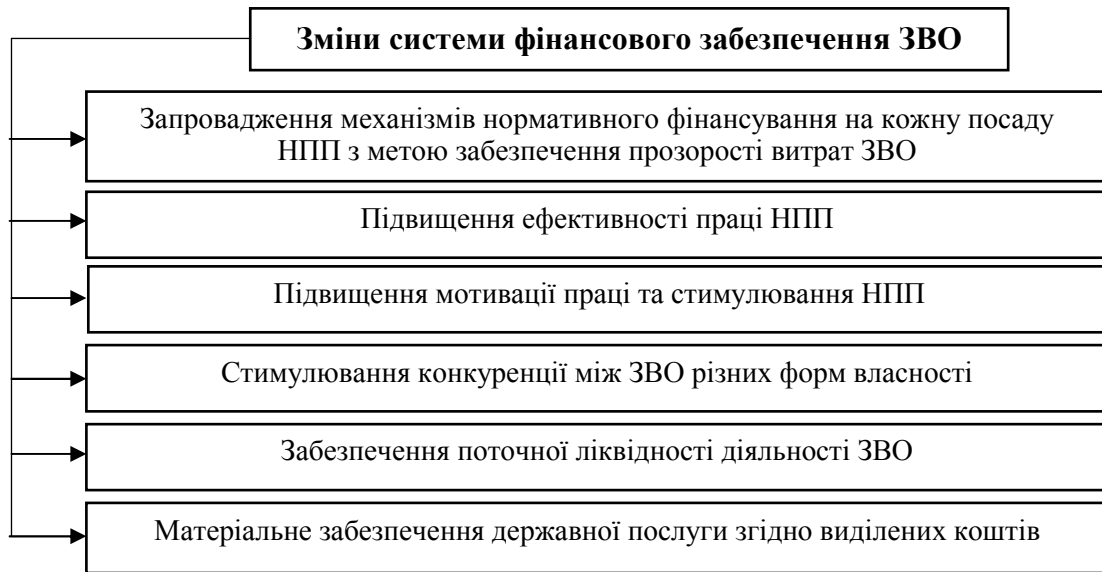


Рис. 1. Зміни системи фінансового забезпечення ЗВО

Таким чином, детальніше дослідимо саме поняття «якість освіти», яке є багатовимірним і відображає всі аспекти суспільного життя, тому підходи до реалізації якості освіти різних науковців і трактування ними трактування цього поняття зведемо в таблицю 1.

Таблиця 1

Підходи до реалізації якості освіти і визначення поняття «якість освіти»

№ з/п	Автор	Підхід та визначення
1	2	3
1	Закон України «Про освіту» [3]	Рівень здобутих особою знань, умінь, навичок, інших компетентностей, що відображає її компетентність щодо стандартів вищої освіти
2	Національна доктрина розвитку освіти України [4]	Здійснюється стратегічна орієнтація освітньо-наукового комплексу навчання і виховання особистостей, здатних захищати демократію і успішно діяти в суспільстві
3	Л.С.Ващенко, О.І.Ляшенко, П.Б.Полянський [5-6]	Якість освіти – узагальнена ознака розвитку освіти загалом та індикатор відповідності освітньої політики і реформ освіти потребам людини та суспільства
4	К.Ісікава, І.Є.Булах [7]	Якість освіти – це сукупність властивостей і характеристик безпосередньо освітнього процесу
5	Е.Демінг [8]	Якість освіти – системна мета

1	2	3
6	Ю.О.Дорошенко, П.А.Ротаєнко, В.А.Трайнев [9-10]	Якість освіти – це результат процесуальної сторони освіти і сукупність компетенцій випускників, рівень знань та вмінь, ступінь задоволення надій різних учасників освітнього процесу
7	В.Г.Кремінь [11]	Якість освіти відображає розвиток системи освіти і суспільства в певний період і змінюється з часом в залежності від вимог особистості, суспільства, держави
8	Т.О.Лукіна [12]	якість освіти розглядає з позиції двох підходів: нормованого і управлінського
9	О.І.Ляшенко [13]	Узагальнююча ознака проблем розвитку освіти в державі і одночасно індикатор відповідності освітньої політики і реформ освіти особистісним і суспільним потребам
10	Human Development Report 2016 [14]	Серед переліку п'яти суб'єктивних оцінок-критеріїв індивідуального благополуччя (perceptions of well-being) якість освіти, охорони здоров'я, відчуття безпеки, задоволеність стандартами життя та свободою вибору

Звідси, узагальнюючи підходи до трактування якості освіти, можна зазначити, що якість освіти – це комплекс компетентностей, які набув здобувач вищої освіти в процесі теоретичного і практичного навчання, що визначають рівень його знань і вмінь, ступінь задоволення потреб суспільства і роботодавців та результативність системи національної освіти.

На нашу думку, саме якість вищої освіти сьогодні піддається нищівному враженню, адже знання, які подаються здобувачам вищої освіти мають бути ґрунтовними, достовірними і доступними. Звідси, що науково-педагогічний персонал (НПП) має відповідати освітнім вимогам, володіти термінологією, методами і способами педагогічної майстерності та ораторського мистецтва.

Тому першою загрозою вважаємо низьку оплату праці НПП. Адже, сьогоднішня оплата праці у ЗВО – професор до 9 тис.грн., доцент – до 5 тис.грн змушує кваліфікованих НПП виїжджати за кордон, де оплата праці в тих же межах, лише в євро.

Друга загроза – знищення пенсійною реформою можливості передачі досвіду професорсько-викладацьким складом молодим викладачам, адже стоїть питання про неможливість одночасної роботи пенсіонерів і отримання заробітної плати.

Третя загроза полягає в тому, що запозичене із заходу поняття «індустрія знань» використовує освіту як економічний важіль. Освіта розглядається як приватне благо, за яке потрібно платити. Це означає, що талановита молодь із незабезпечених сімей втрачає можливість отримання якісної вищої освіти.

Четверта загроза – це комерціалізація освіти, що призводить до зникнення фундаментальних досліджень.

П'ята загроза, що в основному якість освіти перевіряється відомчими структурами та профільними міністерствами, оцінки якості яких не співпадають з вимогами споживачів освітніх послуг, роботодавців, суспільства.

Отже, перш за все система освіти повинна бути відкритою, зорієнтованою на споживача освітніх послуг. Освіта і рівень матеріального забезпечення населення взаємопов'язані і взаємозалежні, тому держава має тримати курс на підвищення рівня доходів на душу населення та зростання ВВП.

Для розвитку освіти держава має оперувати достовірними і точними даними, щоб забезпечити відповідний рівень освіти. Однак, при цьому ЗВО повинні мати самостійність в виборі стратегії розвитку та напрямків підготовки майбутніх спеціалістів.

Здобувачам вищої освіти потрібно дати можливість вибору вивчення тих предметів, які вони зможуть використати у подальшій діяльності. Відійти від старих

стереотипів про обов'язковість вивчення цілим потоком одних і тих же предметів, забезпечуючи навантаження НПП.

Чітко регламентувати у ЗВО адміністративний та допоміжний персонал, де на одного НПП, які надають освітні послуги, припадає три-чотири ІТР та допоміжного персоналу, які створюючи видимість роботи породжують масу паперових та електронних документів, які знову ж таки дотичні до НПП, відволікають їх від якісної підготовки до занять, від роботи з студентами, спричиняючи відписки та довідки, звіти і запускають бюрократичну машину.

Якість освіти має бути визнана пріоритетним напрямком розвитку суспільства, адже чим більш розвинута країна, тим більша увага приділяється освіті, бо саме знання стають виробничим ресурсом держави.

Список використаних джерел:

1. Демократизація освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.timo.com.ua/wiki/index.php>
2. Якість освіти ТІМО Wiki. URL: <http://www.timo.com.ua/wiki/index.php>
3. Закон України “Про вищу освіту”. – 2004. – № 37 – 38// Відомості Верховної Ради України. – №37 – 38. – 19 вересня – 2014. – С. 2716 – 2798
4. Національна доктрина розвитку освіти: затв. Указом Президента України від 27 квітня 2002 р., № 347 // Освіта. – 2002. – 24 квітня – 1 травня (№ 26). – С. 2 – 16.
5. Методика і технологія оцінювання діяльності загальноосвітнього навчального закладу: посібник / ав.: Ляшенко О.І., Лукіна Т.О., Булах І.Є., Мруга М.Р. - К.: Педагогічна думка, 2012. – 160 с.
6. Організаційно-методичне забезпечення моніторингових досліджень якості загальної середньої освіти : монографія / О. І. Ляшенко, Т. О. Лукіна, Л. С. Ващенко, П. Б. Полянський, Ю. О. Жук; НАПН України, Ін-т педагогіки. - К. : Педагогічна думка, 2011. - 160 с. - укр.
7. Исикава, К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. — М. : Экономика, 1988. — 216 с.
8. Deming W. Edwrds. Out of the Crisi. Cambridge, Mass.: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1986. 508 p.
9. Дорошенко, Ю. О. Достовірність комп'ютерного тестування : навчально-методичний посібник / Ю. О. Дорошенко, П. А. Ротаєнко. — К. : Педагогічна думка, 2007. — 176 с.
10. Трайнев, В. А. Системы и методы стратегии повышения качества педагогического образования. Общение и практика / В. А. Трайнев, И. В. Трайнев. — М. : Дашков и К, 2006. — 294 с
11. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; голов. ред. В. Г. Кремень. Київ: Юрінком Інтер, 2008. 1040 с.
12. Лукіна Т. О. Управління якістю. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац.акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-ред. колегія: Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. Т. 4: Галузеве управління / наук.-ред. колегія: М. М. Їжа (співголова), В. Г. Бодров (співголова) та ін. – Київ: НАДУ, 2011. С. 620–622.
13. Ляшенко О.І. Якість освіти: проблеми оцінювання, моніторингу та управління О.І.Ляшенко // Розвиток педагогічної і психологічної наук в Україні 1992 – 2002. Збірник наукових праць до 10-річчя АПН України. – Частина I. – Х.: ОВС, 2002.
14. Human Development Report 2016: Human Development for Everyone. Published by the United Nations Development Programme (UNDP). URL:<http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016>

УДК 37.07:373.018.3

В.І. КОБАЛЬ

кандидат педагогічних наук, доцент,
зав. кафедри педагогіки дошкільної та початкової освіти,

Р.М. ГЕРЛІ

магістр спеціальності «Освітні, педагогічні науки»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОКРЕМІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ СПЕЦІАЛЬНОЮ ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЮ ШКОЛОЮ-ІНТЕРНАТОМ

Реформування освітньої галузі в Україні зумовлює необхідність модернізації системи управління освітою, в тому числі й загальноосвітніми школами-інтернатами. Концептуальні засади щодо управління освітнім процесом у загальноосвітніх школах-інтернатах ґрунтуються на положеннях Конституції України, Законах України «Про освіту», «Про загальну середню освіту», «Про охорону дитинства», «Про реабілітацію інвалідів в Україні». На державному рівні здійснюються спеціальні заходи щодо покращення функціонування закладів, у яких виховуються діти-сироти, діти з обмеженими фізичними можливостями про що свідчать «Положення про дитячі будинки і загальноосвітні школи-інтернати для дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування», «Положенням про спеціальну загальноосвітню школу-інтернат для дітей, які потребують корекції фізичного та (або) розумового розвитку», затверджене наказом МОН України від 15.09.2008 № 852.

Дослідження проблеми підвищення ефективності освітнього і виховного процесів в умовах шкіл-інтернатів виявило необхідність подолання суперечностей, зокрема між:

- доцільністю переведення загальноосвітніх шкіл-інтернатів у відкриту освітню систему і недостатньою компетентністю менеджерів закладів освіти щодо реалізації механізмів її ефективної адаптації до реалій сучасного соціуму;
- збільшенням кількості оновлених функцій і видів управлінської діяльності та призначенням на посаду фахівців без спеціальної фахової професійної підготовки;
- потребою запровадження інноваційних ідей, концепцій, теорій, стратегій та спрямованістю професійної свідомості керівників шкіл-інтернатів до традиційного підходу в управлінні;
- сучасними вимогами до управлінської компетентності та недосконалістю технологій її діагностування в умовах функціонування загальноосвітніх шкіл-інтернатів.

Нові вимоги до професійної діяльності менеджера закладу освіти інтернатного типу та його управлінської компетентності, наявність зазначених вище суперечностей у цій галузі зумовлюють необхідність визначення науково обґрунтованого підходу до управління ними. Залишається актуальним питання ефективного вдосконалення освітнього процесу, одним з найважливіших компонентів якого є підготовка випускників загальноосвітніх шкіл-інтернатів до повноцінного самостійного життя. Важливою умовою розв'язання поставленого завдання є забезпечення організаційно-адаптивного управління загальноосвітньою школою-інтернатом, яке характеризується спланованою організацією заходів.

Науковий доробок українських учених у контексті досліджуваної проблеми досить різноманітний: демократизація соціально-педагогічних основ управління освітою (В. Бегей, Л. Даниленко, М. Дарманський, О. Кошинець, Н. Попадюк); становлення і розвиток загальноосвітніх шкіл-інтернатів в Україні (В. Покась, Б. Кобзар); управління загальноосвітніми навчальними закладами (З. Береговський, М. Гузгик, Л. Калініна, М. Кириченко, Л. Кудряшова, А. Лігоцький, Т. Лукіна, С. Мартиненко, Т. Цуканова, А. Черниш); шляхи та методи оптимізації внутрішкільного управління (А. Киричук,

Ю. Табаков); система підготовки резерву керівних кадрів закладів освіти до управлінської діяльності, розвиток професійних умінь керівника школи в системі курсової підготовки (Н. Кудикіна, Л. Пермінова, Н. Протасова, Т. Скрипаченко, Г. Тимошко, Г. Юркевич); організація діяльності профільно-диференційованої загальноосвітньої середньої школи та освітнього процесу в пришкольному інтернаті (А. Самодрин, В. Семенюк, В. Яковенко); адаптивне управління та концепції педагогічного менеджменту в загальноосвітніх закладах (О. Ельбрехт, Г. Єльнікова, Г. Полякова); соціально-педагогічні функції і перспективи розвитку установ інтернатного й напівінтернатного типу в Україні (В. Слюсаренко, В. Шаркунова); педагогічні умови формування соціальної відповідальності та духовної самореалізації старшокласників у навчально-виховному процесі загальноосвітньої школи й учнів шкіл-інтернатів (Н. Огренич, В. Оржеховська, З. Палюх, К. Фоменко, В. Чугаєвський).

У межах нашого дослідження досить цікавим є досвід запровадження адаптивного управління закладами та установами загальної середньої освіти, теоретичні основи якого розроблені Г. Єльніковою, зокрема концепція адаптивного управління, що включає положення про доцільність забезпечення функціонування цілісної системи збуджувальними (висхідними й низхідними) і функціональними інформаційними потоками, зміни в яких призводять до регулювання цільових функцій та розвитку всіх суб'єктів управлінської діяльності, поєднання зусиль усіх учасників управлінського процесу під час вироблення рішень у межах своєї компетенції на основі діалогічної адаптації.

Аналізуючи дослідження побудови адаптивної моделі навчання (Є. Ямбург [1]) та організації освітнього процесу в адаптивній школі (Т. Шамова, Т. Давиденко, ін. [2]), варто виокремити характерні особливості адаптивного управління (АУ) педагогічними системами:

1. У ході АУ створюються умови для кожного учасника педагогічного процесу з їх різними нахилами і здібностями.

2. АУ через властивості його суб'єктів та створювані ними умови вибудовується з фізичної природи, соціальної і духовної – моральної суті людини.

3. АУ, з одного боку намагається максимально враховувати індивідуальність особистості, з іншого – гнучко реагувати на соціокультурні зміни громадянського середовища, набуваючи двосторонньої стратегії.

4. Метою АУ є збереження й розвиток особистості, створення умов для самостійного, свідомого вибору кожною особистістю власної стратегії поведінки, способу існування, напрямів самореалізації й самоудосконалення в контексті людської культури.

5. В умовах АУ підсилюється роль самостійної роботи, самоконтролю, прийомів дослідницької діяльності, уміння самостійно здобувати знання, їх узагальнювати й повідомляти. Природно, що зміст освіти для кожного буде мати свій обсяг і свої пріоритети.

6. АУ потребує від кожного суб'єкта самоуправління й співуправління, рефлексії своєї діяльності, що сприяє самоусвідомленню власних дій і позицій інших учасників педагогічного процесу.

7. В умовах АУ не існує універсальної технології, бо взаємодія його учасників завжди ситуативна. Однією з визначальних ознак адаптивного управління є розвиток здібності особистості щодо самовдосконалення, де головним є не технологічні аспекти, а гуманістично-особистісні.

8. В АУ визначальне значення має особистість керівника та його взаємодія з підлеглими: довіра, стимулювання до саморозвитку й самоорганізації, підвищення рівня професійної та життєвої компетентності тощо [3, с. 13-15].

Вищезазначене підтверджує, що джерелом адаптивного управління науковці вважають інноваційну модель організації навчання.

У подальшому, наше дослідження буде спрямоване на визначення, теоретичне обґрунтування та експериментальну перевірку педагогічних умов адаптивного управління освітнім процесом у спеціальній загальноосвітній школі-інтернат, специфіка діяльності якої полягає у забезпеченні реалізації права громадян на базову загальну середню освіту шляхом спеціально організованого освітньо-виховного процесу в комплексі з корекційно-розвивальною роботою, медичною реабілітацією.

Список використаних джерел:

1. Ямбург Е.А. Школа для всех: Адаптивная модель : (Теоретические основы и практическая реализация) / Ямбург Е.А. – М. : Новая школа, 1996. – 352 с.
2. Шамова Т.И. Управление образовательным процессом в адаптивной школе / Т.И.Шамова, Т.М. Давиденко. – М. : Центр «Педагогический поиск», 2001. – 384 с.
3. Третьяков П.И., Митин С.Н., Бояринцева Н.Н. Адаптивное управление педагогическими системами : Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Под ред. П.И.Третьякова. – М. : Центр “Академия”, 2003. – 368 с.

УДК 373.5.011.3-052:37.015.31:364-212

В.І. КОБАЛЬ

кандидат педагогічних наук, доцент,
зав. кафедри педагогіки дошкільної та початкової освіти,

О.М. ЩАДЕЙ

магістр спеціальності «Освітні, педагогічні науки»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

СТАН ОРГАНІЗАЦІЇ ПРЕВЕНТИВНОГО ВИХОВАННЯ УЧНІВ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Одним із важливих компонентів управління виховною роботою закладу освіти є управління виховною роботою щодо профілактики та корекції протиправної поведінки дітей і підлітків. Актуальність такої діяльності обумовлена тим, що упродовж останніх десятиліть відбувається швидке розширення спектру девіантної активності дітей і молоді в царині соціокультурних девіацій і залежностей (таких як ігроманія, інтернет-залежність тощо). У сферу підліткових девіацій потрапляє все більше молодих людей, найбільш дієздатна і активна частину населення, яка автоматично погіршує свої «стартові» умови соціалізації, виводячи себе із активного громадського життя.

У Національній доктрині розвитку освіти наголошується, що освіта в Україні має стати «найважливішим чинником гуманізації суспільно-економічних відносин, формування людини в дусі відповідального ставлення до власного здоров'я і здоров'я оточуючих як до найвищої індивідуальної і суспільної цінності» [1].

Підвищити результативність профілактики відхилень у поведінці дітей і молоді можливо за умови організації відстеження позитивних і негативних тенденцій в освітньому процесі, а саме: ставлення учнів до навчальної та громадської діяльності, праці, педагогічних впливів, однолітків, токсичних речовин і алкоголю; рівень засвоєння моральних норм і цінностей; сформованість життєвих і професійних планів, розвиток інтересів, вольових якостей, навичок самоаналізу, самокритичного ставлення до себе, культури поведінки, здатності до емпатії тощо. Педагогічний моніторинг є дієвим інструментом реалізації вищезазначених завдань.

Під час проходження управлінської асистентської практики в закладах освіти на базі Копиновецької ЗОШ I-II ступенів Мукачівського району Закарпатської області нами було проведено дослідження щодо стану превентивного виховання в основній школі.

Мета дослідження – вивчити соціально-психологічні чинники, що сприяють превентивному вихованню; визначити форми і способи профілактики девіантної поведінки учнів 8-9-х класів.

Дослідженню підлягали такі компоненти девіантної поведінки підлітків:

1. Рівень розвитку мотиваційної та емоційно-вольової сфер, що розкриваються через систему показників: ставлення до навчальної та громадської діяльності, педагогічного впливу, однолітків, шкідливих звичок.

2. Сформованість моральних норм і цінностей, інтересів і потреб.

3. Здатність протидіяти негативному впливу.

При цьому враховувались такі фактори, умови превентивного виховання:

1. Психологічний і моральний клімат у сім'ї, дитячо-батьківські стосунки.

2. Методика соціально-педагогічної профілактики девіантної поведінки підлітків у загальноосвітніх закладах.

3. Організація позашкільної освіти, що реалізує інтереси і потреби підлітків.

4. Загальні особливості проявів дефектів правової та моральної свідомості підлітків.

5. Створення в закладі загальної середньої освіти сприятливого комунікативного простору.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що отримана інформація щодо стану превентивного виховання в основній школі, може бути використана в практичній діяльності керівників, педагогів, психологів, соціальних педагогів, педагогів установ додаткової освіти для забезпечення ефективності управління процесом соціально-педагогічної профілактики девіантної поведінки та запобігання противоправної поведінки підлітків.

Для реалізації мети дослідження та різнобічного вивчення проблеми було розроблено анкету для учня, яка включала такі типи питань: усі запитання прямі; 7 запитань напівзакритих та 16 закритих; 9 запитань двоваріантних та 14 багатоваріантних (із формою відповідей «меню»). Крім анкетування проводились також індивідуальні та групові бесіди з учнями, адміністрацією школи, педагогами.

Результати дослідження дали можливість сформулювати такі основні рекомендації щодо вдосконалення процесу управління превентивною роботою у напрямках виховно-профілактичної діяльності загальноосвітньої школи в контексті нівелювання девіантної поведінки та усунення причин, що її породжують:

а) реалізація тісної співпраці з інститутом сім'ї;

б) урізноманітнення змістовних видів діяльності підлітків у сфері вільного часу;

в) проведення концертів, конкурсів, вікторин, масових свят та інших культурних заходів у сфері позакласної та позашкільної діяльності підлітків;

г) реалізація спортивно-оздоровчої діяльності як упродовж навчального року, так і в канікулярний час;

д) забезпечення соціального захисту підлітків і узгоджена діяльність усіх соціальних інститутів, що здійснюють профілактику девіантної поведінки стосовно конкретного учня;

е) упровадження програми примирення серед однолітків, яка навчає учнів вирішувати конфлікти ненасильницьким шляхом за допомогою медіаторів (посередників), шляхом створення у навчальних закладах служб порозуміння.

Успішна реалізація зазначених рекомендацій можлива за умови об'єднання керівником закладу освіти зусиль фахівців різного профілю: соціальних педагогів, класних керівників, психологів, медичних, соціальних працівників, а також у тісному контакті педагогічного колективу загальноосвітніх закладів та батьків.

Список використаних джерел:

1. Національна доктрина розвитку освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/347/2002>

УДК 331.52

В.В. КОЗИК

кандидат економічних наук, професор,
зав. кафедри економіки підприємства та інвестицій,

Т.О. ПЕТРУШКА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій,

О.Б. МУСІЙОВСЬКА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій,
Національний університет “Львівська політехніка”,
м.Львів, Україна

ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ ТА ВИМОГИ РИНКУ ПРАЦІ

Інтеграційні процеси в економіці створюють передумови для формування світового та регіональних ринків праці з їхніми вимогами та закономірностями розвитку. Набуття Україною безвізового режиму з більшістю європейських країн обумовило значний відтік її працездатного населення для роботи за кордоном. Серед них значною є кількість фахівців з вищою освітою. Ознак, на відповідні їхній освіті посади вдається влаштуватись лише незначній частині випускників українських вишів. Причиною цього часто є недовіра до вітчизняної системи освіти через її невідповідність рівню вимог системи освіти, а відповідно і ринку праці провідних європейських країн.

Питання вищої освіти та перспектив її розвитку, методів навчання та управління якістю освіти були об'єктом дослідження багатьох науковців, зокрема: Лугового В.І., Жук Л., Рашкевича Ю.М., Таланової Ж., Яструбського М., обговорювались учасниками XIII-ї Міжнародної науково-практичної конференції “Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору” (22-25 листопада 2018 року, м. Київ), VII-ї Міжнародної науково-практичної конференції “Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти” (2017 рік, м. Київ).

Напрацювання вітчизняних науковців та прийняті за останні роки законодавчі акти суттєво змінили підходи до освіти в Україні, зробили її цікавішою та привабливішою для оволодіння. Разом з тим, прийняте законодавство окреслює загальні тенденції та підходи в здобутті вищої освіти і не в змозі визначити абсолютно усі нюанси її здобуття та практичного застосування, яке значною мірою визначається ситуацією у зовнішньому середовищі, рівнем розвитку економіки тощо.

Власне, перш за все, зміни зовнішнього середовища (потреби робочої сили, переважно некваліфікованої, на ринках праці провідних країн, надання Україні безвізу тощо) поряд з перебудовою вітчизняної економіки до вимог постіндустріального та інформаційного суспільства обумовили зміни на внутрішньому ринку праці та його структурі. Застарілими та не потрібними стали багато технічних спеціальностей і, навпаки, різко затребуваними стали спеціальності, пов'язані з цифровими технологіями та ІТ-спрямування, менеджерські професії. Характерними рисами сучасного вітчизняного ринку праці стали переважаність дипломованими фахівцями, зростання відсотку тимчасових посад (на період виконання проекту тощо). За такої ситуації працедавці мають широкі можливості для вибору необхідних їм фахівців та встановлювати свої вимоги до їх кваліфікації та практичного досвіду. Часто відсутність останнього і створює проблеми для працевлаштування випускників ЗВО.

Наблизити вітчизняну систему вищої освіти до вимог європейського ринку праці повинна реалізація Закону України “Про вищу освіту”. У ньому закладені принципи Болонського процесу з орієнтацією на інтеграцію освіти України у Європейський простір вищої освіти, новою парадигмою якої є студентоцентроване навчання. В його основу покладена ідея максимального забезпечення студентам їх шансів отримати перше місце на ринку праці через сукупність знань, умінь, навичок володіння підходами до вирішення виробничих ситуацій, а одним з інструментів досягнення мети є покращення практичної підготовки. Запропонована цим Законом система підготовки фахівця передбачає формування його моделі за участю працевлаштованих, випускників, інших зацікавлених осіб. Власне вони повинні задавати модель фахівця на вході системи і контролювати якість його підготовки на виході. Невідповідність якості на виході повинна бути сигналом для аналізування запропонованої моделі фахівця і зміни освітньої програми.

У цій моделі повинні бути закладені бачення та вимоги до майбутніх фахівців як з теоретичної підготовки, так і стосовно практичних навичок. Проведеними в рамках проекту Тюнінг (гармонізація освітянських структур в Європі) опитуваннями європейських працевлаштованих (наведених в [2]) шанси отримати перше робоче місце залежать від навичок, що характеризують придатність до працевлаштування – 78%; позитивного ставлення до роботи – 72%; відповідного практичного досвіду – 54%. Серед випускників європейських університетів досвід та наявність контактів із професійним середовищем як фактор, що підвищує шанси працевлаштування вважає 25% опитуваних. Здатність застосовувати знання на практиці в ранжуванні загальних компетентностей викладачами, випускниками та студентами європейських університетів посідає п’яте, третє та друге місця відповідно. Проведеними нами дослідженнями ця загальна компетентність за оцінюванням викладачів, студентів і працевлаштованих посідає відповідно перше, третє і третє місця. Таким чином, практична складова є важливим чинником підготовки фахівця, затребуваного на світовому ринку праці.

Досягнути певних зрушень у практичній підготовці в рамках освітньої програми можна за рахунок запровадження рольових та ділових ігор, кейс-методів, тренінг-курсів тощо, а проходження навчальних та інших видів практик повинні стати не формальним, а реальним процесом з стажуванням на робочих місцях за майбутнім фахом. Необхідна співпраця з підприємствами, які на засадах партнерства забезпечують участь у підготовці фахівців через формування бази практики, участь провідних фахівців у проведенні занять та роботі ДЕК.

Вимагає нових підходів і система профорієнтаційної роботи. Розпочати ознайомлення з майбутніми професіями доцільно ще з шкільної лави. Це сприятиме зацікавленості учнів у поглибленому вивченні необхідних для опанування майбутньою спеціальністю предметів, набутті первинних навичок роботи тощо.

У формуванні сучасних вимог до фахівців вітчизняного ринку праці повинен забезпечити класифікатор професій. На даний час він не відповідає сучасним кваліфікаційним вимогам до професій та не є підставою для формування необхідних фахових компетенцій. Перехід до ринкових відносин, зародження малого і середнього бізнесу, а також стрімкий розвиток інтернет-технологій сприяли трансформації багатьох професій. Змінилися не тільки назви посад, а й зміст роботи, що суттєво впливає на профіль затребуваного фахівця.

Список використаних джерел:

- 1. Класифікатор професій ДК 003:2010 зі змінами.*
- 2. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти: монографія/ Ю.М. Рашкевич. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. - 168 с.*

3. Яструбський М.Я., 2018. Діяльність вищих навчальних закладів України гармонійний розвиток, державне регулювання та інвестиційно-інноваційне забезпечення. - Львів: Видавництво Львівської політехніки.

4. Ширяєва Л.В., Н.В.Захарченко. Формування інноваційних підходів в освітній діяльності //Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. № 3-4 (4-5). – с.114-123.

5. Луговий В.І. Національна рамка кваліфікацій та Міжнародна стандартна класифікація освіти [Електронний ресурс].

6. Осецький В., Татомир І. Місце футурології у структурі наукових досліджень феномену освіти. – Вища школа. № 10/2016. – с.27-44.

УДК 331.101

Л.М. ЛАВРИНЕНКО

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу
соціально-економічних проблем праці,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,
м. Київ, Україна

СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Сьогодні дуже важливим для України є вивчення світового досвіду з професійного навчання. В економіці розвинених країн наявність кваліфікованих людських ресурсів є основним фактором ефективності виробництва, економічного зростання й конкурентоспроможності підприємства. У ринкових умовах найбільш важливим інструментом, що забезпечує стабільність підприємства і підвищення його конкурентоспроможності, є професійний розвиток персоналу у відповідності з поточними та перспективними вимогами зовнішнього і внутрішнього середовища. Саме персоналу необхідно приділяти підвищену увагу, систематично займатись його професійним розвитком, підвищувати ефективність управління ним. Здатність і готовність працівників підприємства навчатися є надійним фактором, який забезпечує ефективне функціонування підприємства на ринку праці [1]. Кадрова політика кожного підприємства спрямована на формування робітників, яким властиві високі професійні якості та кваліфікаційні характеристики, але існують особливості, які визначають основні положення управління розвитком робітників. Вивчення і застосування світового досвіду професійної підготовки та навчання персоналу здатне надавати позитивний вплив на процеси управління професійною компетентністю працівників сучасних вітчизняних підприємств.

В Україні формування робітничих кадрів здійснюється в системі ПТО та вищої освіти. З огляду на досвід провідних країн світу переважаюча кількість робітників готується у спеціальних закладах, під час проходження навчання на короткотермінових курсах тощо. Вітчизняні тенденції, навпаки, демонструють зменшення рівня підготовлених робітничих кадрів у ВНЗ I-II рівнів акредитації, що, в свою чергу, зумовлює наявність низького рівня мотивації молоді набувати кваліфікації молодших фахівців. Україна, займаючи 88 місце серед 189 країн за Індексом людського розвитку 2017 р., належить до групи країн із високим рівнем людського розвитку, посідаючи 81 місце серед 137 країн за загальним Індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018 рр. та знаходиться на перехідному етапі від факторо-орієнтованої економіки до економіки, орієнтованої на ефективність [2]. Вища освіта та професійне навчання є складовими 12 засад конкурентоспроможності країн при розрахунку загального індексу конкурентоспроможності.

США, Японія, Франція мають визначний і водночас несхожий досвід у сфері професійного навчання персоналу підприємств, який, водночас, визнається їх конкурентною перевагою. У США перевага надається залученню фахівців потрібної кваліфікації через ринок праці або у конкурентів. Однією з сучасних тенденцій в навчанні персоналу на підприємствах США є створення системи безперервного навчання працівників для адаптації до нових технологій та нових форм організації праці.

Порівнюючи виважений японський менеджмент із демократичним американським, можна констатувати перевагу командної роботи з колективною відповідальністю на фоні постійного професійного навчання. Основою японської системи професійного навчання на підприємствах є концепція «гнучкого працівника»: відбір та підготовка працівника не з однієї, а з двох-трьох спеціальностей із наступним підвищенням кваліфікації протягом усього життя. У Японії фонд страхування зайнятості має спеціальний рахунок, кошти якого використовуються для розвитку професійних умінь працівників. Аналогічна практика існує і в Греції. Зазвичай навчання на робочому місці домінує над навчанням поза місцем роботи, складаючи близько 80 %. Загалом, на навчання в розрахунок на одного зайнятого японськими підприємствами витрачається в три-чотири рази більше, ніж американськими. В Японії безперервна освіта є частиною процесу праці, на який кожний зайнятий відводить близько 8 годин на тиждень, у тому числі 4 години за рахунок робочого часу та 4 години – за рахунок власного.

Сьогодні у сучасній Європі система професійної освіти і навчання перетворюється із другорядного на винятково важливий компонент освіти, про що свідчить цілеспрямована державна політика, зорієнтована на обґрунтування національних рамок кваліфікацій, стандартних кваліфікаційних вимог до навчання професії.

Основні типи узгоджень між урядами різних країн світу та роботодавцями щодо фінансування професійного навчання персоналу [3]

<i>Країни світу</i>	<i>Типи узгоджень</i>
Велика Британія, Канада, Нідерланди, США, Україна, Швеція	Організації не мають юридичних зобов'язань відносно підготовки персоналу та фінансування його навчання
Німеччина, Швейцарія, Японія	Роботодавці добровільно беруть на себе зобов'язання з професійного навчання персоналу
Бельгія, Данія, Нідерланди	Роботодавці та профспілки при підтримці уряду створюють фонди розвитку професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу, умови, витрати коштів яких регулюються колективними договорами
Франція, Індія, Ірландія, Корея, Пакистан, Малайзія, Нігерія, Сінгапур та більшість латиноамериканських країн	Уряди на підставі діючого законодавства вводять для організацій обов'язкові схеми професійного навчання персоналу, що в більшості випадків базується на податку на навчання персоналу
Велика Британія, Німеччина, Корея, Чилі	Уряди стимулюють організації з метою здійснення професійного навчання персоналу, перш за все засобом забезпечення звільнення від різних податків

Аналіз світового досвіду дає змогу зробити висновок, що вітчизняні роботодавці не мають юридичних зобов'язань відносно підвищення кваліфікації персоналу. Аналіз європейського досвіду демонструє значні переваги в області професійної освіти в таких країнах, як Німеччина, Велика Британія, Франція та ін. Німеччина є лідером у підготовці робітничих кадрів серед європейських країн. Трьома основними видами професійної освіти є: професійне навчання на підприємствах; удосконалення або підвищення кваліфікації; перенавчання. У Німеччині воно організоване за так званою дуальною системою. Поняття «дуальна система» означає, що навчання проходить як на підприємстві, так і в професійній школі. В кінці навчання учень екзамінується компетентними органами (як правило, такими є торговельно-промислові або ремісничі

палати і в цьому є певна різниця між вітчизняною та німецькою системами професійного навчання, оскільки ремісничі палати в Україні відсутні, а торговельно-промислові реалізують інші функції). Отримане після закінчення свідоцтво про освіту дає можливість пошуку роботи за фахом всюди і передбачає володіння професійними знаннями і навиками.

Досвід Великої Британії демонструє властивості, які характерні для системи розвитку виробничих кадрів. Принцип безперервної освіти протягом життя за останні роки починає домінувати у вітчизняній практиці підготовки кваліфікованих кадрів.

Аналіз досвіду розвитку професійної освіти у Франції демонструє наявність консультативних комісій з професійної освіти, де половина місць належить представникам роботодавців та працівників, чверть – представникам уряду, чверть – експертам. Дані щодо професійної освіти в цій країні ілюструють той факт, що професійна підготовка здійснюється в системі народної освіти: кожен рік біля 800 тис. випускників загальноосвітніх шкіл отримують свідоцтво про професійну підготовку, що дає право на працевлаштування [4].

В одній зі Скандинавських країн – Данії – введена в дію Консультативна рада з початкової професійної освіти, до складу якої входить двадцять членів, що являють собою соціальних партнерів, керівників навчальних закладів, асоціації викладачів, вчителів тощо.

Наступна країна світу – Нідерланди – є однією з лідерів за наявністю широкого спектру освітніх закладів, в межах яких забезпечується професійна освіта. У Нідерландах представники роботодавців та професійної освіти діють взаємно з питань створення професійних профілів та удосконалення програм професійної підготовки, проведення екзаменів у рамках національних галузевих експертних центрів та асоціації експертних центрів.

Ради з розвитку галузевих кваліфікацій, що діють у Канаді, Австралії, Великій Британії, створені об'єднаннями роботодавців конкретних галузей, не лише здійснюють розробку професійних стандартів, а й взаємодіють із закладами професійної освіти та їх асоціаціями, що сприятиме підвищенню якості навчання через: - створення умов, за яких заклади професійної освіти зацікавлені у встановленні взаємодії зі сферою виробництва та урахуванні її вимог у роботі; - фінансові механізми (цільове фінансування державою закладів, які реалізують програми професійної освіти в залежності від потреб народного господарства в конкретних професіях); - акредитаційні механізми, оскільки отримання акредитації та права видавати дипломи, що визнаються в державі, отримують ті заклади професійної освіти, які використовують професійні стандарти при розробці програм, залучають представників роботодавців до проведення оцінювання та атестації слухачів.

Професійне навчання потребує як створення сприятливих для нього умов, так і відповідної координації. Так, з метою координації професійного навчання та виконання соціальних програм у Берліні створений європейський центр розвитку виробничого навчання – так званий Інститут обліку інформації про результати досліджень в області безперервної професійної освіти. За час існування ЄС в його країнах створено механізм контролю та координації на національному рівні. Так, в Данії функціонують паритетні комітети безперервної професійної підготовки, у Німеччині – Федеральний інститут безперервної освіти. У Нідерландах державні та регіональні органи професійної освіти сумісно розробляють навчальні програми та контролюють виконання контрактів про навчання, що укладають працівники з керівниками підприємств. У Бельгії управління діяльністю центрів професійної підготовки здійснює Національна служба зайнятості [4].

Узагальнюючи огляд існуючих у світі освітніх систем, що забезпечують формування та розвиток робітничих кадрів, визначимо особливості, що характерні для зазначених систем: безперервність навчання; наближення теорії та практики; контроль та координація розробки освітніх програм; впровадження компетентнісного підходу в

процес підготовки робітничих кадрів, співпраця керівників організацій, установ та закладів, що беруть участь у підготовці робітничих кадрів; додержання оптимального співвідношення між підготовкою робочих та спеціалістів і керівників.

У сучасних умовах професійне навчання (до складу якого входять первинна підготовка, підвищення кваліфікації та перепідготовка робітників) можна визначити як комплексний безперервний процес. Відповідно до цілей визначаються форми та методи навчання, які дозволять сформуванню високопрофесійного, конкурентного, продуктивного робітника. Європейська система професійного навчання стратегічно орієнтована на досягнення конкурентних переваг, динамічного розвитку і сталого економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Біліченко С.П. Кадрова політика як ефективний фактор забезпечення розвитку національної економіки / Людина, бізнес, держава: реалії та перспективи соціально-економічного та інноваційного розвитку. – Кіровоград, 2014. – С.47-49.
2. Позиція України в рейтингу країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018. – URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2>
3. Ворначев А.О., Кравець Ю.І. Професійне навчання кваліфікованих робітників у країнах європейського союзу. Київ: Педагогічна думка, 2016. – 145 с.
4. Бойко А.Н. Профессиональное обучение персонала – основной фактор стимулирования мирового инновационного развития. / Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2015. No 1.– С. 80–84.

УДК 371

Н.С. ЛІБА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,

В.М. ГОЛОВАЧКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

**ПЕДАГОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СУЧАСНА ТЕОРІЯ
УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ**

Нинішній стан освіти характеризується численними трансформаціями, що внаслідок становлення інноваційного мислення педагогічних і керівних кадрів здатні впровадити такі освітні технології, які забезпечили б ефективну підготовку молодого покоління до входження в соціум, формування на основі обдарованої та здібної учнівської молоді еліти суспільства, яка здатна вивести державу з кризи. Проте продуктивність таких змін неможлива без модернізації системи управління освітою з урахуванням вітчизняного і зарубіжного досвіду, що доводить необхідність здійснення історико-методологічного аналізу процесу становлення вітчизняної науки управління загальноосвітніми закладами освіти.

На теоретичному рівні проблема управління закладами освіти є предметом досліджень фахівців у галузі освітнього менеджменту К. Білецька, А. Губа, І. Нинюк, С. Сисоєва. Зокрема, Є. Хриков розглядає менеджмент як уміння керівника досягати поставлених цілей, застосовувати працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей, тобто як науку і мистецтво управління людьми і соціально-педагогічними процесами. Однак,

він тлумачить це поняття вузько, лише як внутрішньо шкільне управління – певну функціонально-діяльнісну систему, що має свою структуру і системоутворювальні чинники: цілі, завдання, принципи, функції, методи, результати діяльності, умови попередження та подолання негативних факторів, забезпечення ефективності. Ним не враховується специфіка впливу на внутрішнє освітнє середовище закладу освіти зовнішніх чинників і впливів, що в ринкових соціально-економічних умовах є доцільним.

Звідси, в сучасній управлінській практиці поняття «менеджмент» необхідно застосовувати для розв'язання проблем, що, насамперед, пов'язані зі створенням ринку освітніх послуг і використанням людських ресурсів. Грунтуючись на позиціях соціально-психологічного бачення сутності освітнього менеджменту щодо визначення ролі чинника особистості в управлінні педагогічною системою, М. Коломінський [2] вважає його усвідомленою взаємодією керівника загальноосвітнього навчального закладу з іншими суб'єктами управління (підлеглими, партнерами, співробітниками, батьками, дітьми), що спрямована на забезпечення їхньої активної та скоординованої участі в досягненні поставленої мети. Як бачимо, ним перевага надається управлінському впливу на учасників освітнього процесу; при цьому майже зовсім ігноруються такі сутнісні ознаки менеджменту, як взаємозв'язки і психолого-педагогічна взаємозалежність нижчих і вищих рівнів управління.

Термін «менеджмент» застосовується там, де об'єкт, яким управляють, набуває якостей суб'єкта ринкових, комерційних соціально-економічних відносин, в умовах яких нині функціонує система освіти в цілому. Це передбачає заміну традиційної концепції внутрішнього шкільного управління на адекватну сутності й закономірностям розвитку ринкових відносин концепцію педагогічного (освітнього) менеджменту.

Співставлення понять «управління» і «педагогічний (освітній) менеджмент» дає змогу виявити протилежні наукові позиції щодо:

- визнання поняття «управління» ширшим від поняття «педагогічний менеджмент» (М. Аминов [1]);
- повного ототожнення означених понять стосовно їх застосування для розв'язання проблем внутрішньошкільного керівництва і педагогічної практики закладів освіти (М. Поташник [4]);
- визнання факту, що зміст поняття «менеджмент» значно глибший і ширший за своїм обсягом, ніж поняття «управління» (В. Крижко, Є. Павлютенко [3]).

Наразі теорія і методика управління освітою як наукова галузь представлена дослідженнями таких аспектів: модернізація системи управління інноваційними процесами, динамічними і мінливими, що потребує розроблення нової управлінської стратегії, яка здатна подолати негативні соціальні явища, що склалися останніми роками в освітній сфері та подекуди перешкоджають оптимальній реалізації конституційного права неповнолітніх на доступну освіту; розроблення нових підходів до управління загальноосвітніми закладами освіти, зокрема: процесуального, персоніфікованого, ресурсного, ситуаційного, рефлексивного, мотиваційного, маркетингово орієнтованого.

Отже, сучасний менеджмент – це не набір єдино правильних методів управління, готових рецептів і правильних відповідей на всі запитання. Менеджмент – це теорія, технологія й мистецтво управління, що постійно оновлюється банком новітніх ідей, уявлень, спостережень, практичних рекомендацій, звернення до яких дає можливість свідомо осмислювати та виконувати посадові обов'язки менеджера як професійно підготовленого і функціонально обізнаного керівника.

Список використаних джерел:

1. Аминов Н. А. Модели управления образованием и педагогические стили / Н. А. Аминов // *Вопросы психологии*. – 1994. – № 2. – С. 88–98.

2. Коломінський Н. Л. *Психологія менеджменту в освіті (соціально-психологічний аспект) : монографія / Н. Л. Коломінський. – Київ : МАУП, 2000. – 286 с.*

3. Павлютенков Є. М. *Мистецтво управління школою / Є. М. Павлютенков. – Харків : Вид. Група «Основа», 2011. – 320 с.*

4. Поташиник М. М. *Управление современной школой (В вопросах и ответах) : пособие [для рук. образоват. учреждений и органов образования] / М. М. Поташиник. – Москва : Новая школа, 1997. – 350 с.*

УДК 371

Н.С. ЛІБА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,

Т.І. СОЧКА

магістр спеціальності «Освітні, педагогічні науки»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПЕДАГОГІЧНИМ КОЛЕКТИВОМ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

Сучасна ситуація розвитку системи освіти дітей дошкільного віку вимагає від фахівців дошкільної освіти (завідувачів, методистів, вихователів) професійної компетентності в теорії та практиці управління діяльністю закладів дошкільної освіти, високого рівня розвитку управлінської культури. Усвідомлення теоретико-методологічних, науково-методичних засад управлінської діяльності дозволяє фахівцям ЗДО орієнтуватися в особливостях розвитку системи дошкільної освіти, діяльності закладу дошкільної освіти, її кінцевого результату, забезпечувати мінімізацію помилок у прийнятті рішень щодо розвитку освітньої системи дитячого садка. Бачити перспективу розвитку закладу дошкільної освіти, забезпечувати його діяльність у режимі пошуку, розвитку, а не функціонування, колективно прогнозувати результати освітньої діяльності, успішно їх досягати, приймати ефективні управлінські рішення – усе це є показниками високої професійної творчості педагогічного колективу, управлінської культури фахівців дошкільної освіти.

Проблема управлінської компетентності керівника сучасного закладу освіти як соціально значуща розкривається у науковців В. Андрущенка, В. Бондаря та інших. Специфіка управлінської діяльності керівника закладу дошкільної освіти висвітлюється у роботах К. Крутій, Л. Пісоцької, Т. Пономаренко. Питання залежності успішної діяльності освітніх закладів, зокрема дошкільних, від рівня фахової компетентності та професійної майстерності педагогічного колективу розглядають педагоги Г. Беленька, О. Богініч, Н. Гавриш.

Наукове осмислення й узагальнення соціальних процесів сучасної дійсності, аналіз наукових досліджень доводять, що демократизація суспільства, розширення прав і свобод громадян у різних сферах життєдіяльності, і в освітній сфері зокрема, на перший план висувають проблеми суб'єктивного становлення і буття людини, між суб'єктної взаємодії, максимального творчого потенціалу людей, спрямованого на розвиток освітньої системи, особистості в цілому.

Останнім часом менеджменту як науці і мистецтву управління велику увагу приділяють працівники сфери освіти. Це передусім пояснюється тим, що менеджмент являє собою теорію і практику управління в соціальних організаціях, тобто організаціях людей. Що, у свою чергу, зумовлює розгляд менеджменту в межах соціального

управління. Дошкільний навчальний заклад, як і будь-який інший освітній заклад, є одним із видів соціальної організації.

Управлінська діяльність сьогодні дуже тісно пов'язана з теорією і практикою менеджменту педагогічних організацій і, звичайно, закладів дошкільної освіти. Робота освітніх дошкільних закладів базується на людському факторі, тому питання управління ними у цьому аспекті стали особливо актуальними. Управління освітнім дошкільним закладом являє собою цілеспрямовану діяльність, спрямовану на упорядкування навчально-виховного процесу і його вдосконалення. Кожний заклад представляє собою цілісну освіту, яка діє по законам розвитку. В силу цього ДНЗ можна розглядати як систему з визначеними елементами, структурою, функціонуванням, розвитком. Такий підхід дозволяє не тільки виявляти основні фактори, умови, забезпечувати життєдіяльність закладу, а й керувати його функціонуванням і розвитком. Заклади розрізняються за метою, характером, типом і іншими ознаками.

Заклади дошкільної освіти характеризуються наступними особливостями:

1. По відношенню до учасників дана організація виступає як первинна. ЗДО як заклад створюється у відповідності з законодавством про освіту, володіє визначеними цілями і функціями, знаходиться на бюджетному фінансуванні.

2. Дошкільний навчальний заклад – офіційна організація, оскільки створюється у відповідності з правовими актами; суб'єктами організації виступають посадовці (завідуючий, вихователі, вихователі-методисти та ін.).

3. В організаційній системі виділяють: організаційну структуру – сукупність людей і умов їх діяльності у визначених пропорціях і взаємозв'язках (вона має мету, кадри, засоби); організаційний процес – діяльність людей по формуванню і розвитку (забезпечують догляд за дітьми і реалізацію освітніх програм).

Одним із об'єктів управління в ДНЗ є педагогічний колектив. Соціально-економічна структура колективу основана на виробничих відношеннях, посадової ієрархії. Вона здійснює виробничу функцію і знаходить своє вираження у формальній організаційній структурі:

– соціально-економічна структура колективу заснована на виробничих відносинах, посадовій ієрархії. Вона здійснює виробничу функцію і знаходить свій прояв у формальній організаційній структурі.

– організаційна структура відображає взаємодію співробітників, яка виникає в ході виконання посадових обов'язків як по вертикалі (між керівниками і підлеглими), так і по горизонталі (між співробітниками) лінії.

В управлінні педагогічним колективом важлива організація взаємовідносини в колективі, рівні права і обов'язки співробітників. Важливим завданням даної структури є створення відповідних умов праці для всіх співробітників ЗДО, які виявляють вплив на мотивацію діяльності. Зміст і засоби формування колективу визначається рівнем його розвитку. Основні напрямки роботи по формуванню колективу перш за все пов'язані з вивченням спільності, формуванням педагогічних ціннісних установок, реалізація основних принципів. Формування педагогічного колективу взаємопов'язано з розвитком організаційних структур і психологічним мікрокліматом.

Список використаних джерел:

1. Онофрійчук Л.О. *Стиль управління керівника як умова формування соціально-педагогічного клімату колективу ДНЗ [Електронний ресурс] /Л.О. Онофрійчук// Режим доступу https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=2246*

2. Литвин Н.В. *Управління дошкільним закладом освіти на основі людиноцентричного підходу [Електронний ресурс] /Н.В. Литвин//Режим доступу http://tme.umo.edu.ua/docs/Dod/2_2010/litvin.pdf*

УДК 336

В.В. МАЛИШКО

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТИ

Дослідженням механізмів державного управління фінансового забезпечення розвитку освітньої галузі присвячені праці багатьох українських вчених, серед яких: В. Андрущенко, Т. Боголіб, Л. Бурдонос, В. Виноградня, І. Каленюк, Л. Козарезенко, В. Малишко, Л. Яременко та інші.

У «Енциклопедичному словнику з державного управління» поняття механізми державного управління трактується як «способи розв'язання суперечностей явища чи процесу в державному управлінні, послідовна реалізація дій, яка базується на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй форм і методів управління» [1].

Г. Атаманчук визначає механізми державного управління як складну систему державних органів, покликаних здійснювати завдання державного управління, що організовані відповідно до визначених принципів [2].

О. Радченко вважає, що механізми державного управління – це «системна сукупність інституцій, структур, послідовних дій, форм, станів і процесів у державі як продукт організованої людської діяльності, що має на меті реалізацію інтересів і потреб людей та розв'язання нагальних суспільно-політичних проблем за рахунок державного впливу й регулювання суспільної життєдіяльності на основі усталених суспільних цінностей, норм і правил; є формою реалізації функцій держави та має суб'єктом органи державного управління» [3].

До механізмів державного управління Ф. Шамхалов відносить комплекс тісно пов'язаних між собою інститутів і органів, які складають єдину систему, створену для реалізації головних функцій держави [4, с. 272].

Основною складовою механізму державного управління фінансового забезпечення освіти є не тільки центральні й місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, а власне повноваження, що чітко розподілені між ними у взаємопов'язаних сферах – освіти та бюджету й фінансів.

В Концепції розвитку системи вищої освіти в Україні до 2025 р. зазначено, що країні потрібна системна реформа освіти, розуміння того, що освіта – це один з основних важелів цивілізаційного поступу та економічного розвитку [5].

Сучасна освіта потребує постійного удосконалення, враховуючи шалені темпи впровадження інновацій, розвитку науки та техніки, розширення меж доступу до інформації та швидке зростання інформаційного потоку.

Існуюча модель фінансування освіти в нашій країні залишається архаїчною, оскільки обмежує створення конкурентного середовища на ринку освітніх послуг.

1. В Україні державою фінансуються лише бюджетні освітні заклади. Це обмежує конкуренцію на ринку освітніх послуг з боку навчальних закладів приватної форми власності.

2. Обсяг державного фінансування навчальних закладів залежить здебільшого від кількісних показників: а) кількості учнів або студентів на бюджетній формі навчання; б) кількісних показників науково-педагогічного складу; в) статусу навчального закладу.

3. Механізми держфінансування все ще передбачають державне планування кількості бюджетних місць на здобуття професійної та вищої освіти, а держзамовлення розподіляється за непрозорими принципами шляхом бюрократичних переговорів.

У результаті реформування механізмів інституційного фінансування в Україні мають бути досягнуті такі цілі:

- підвищення якості освіти;
- підвищення ефективності фінансування;
- рівність прав здобуття освіти;
- підвищення результативності освіти (внеску освіти в економічне зростання).

Зазначених цілей планується досягти за рахунок такого:

— зміни об'єкта фінансування. Фінансуватися повинен учень чи студент, який має право на держфінансування й обиратиме навчальний заклад, що отримуватиме бюджетні кошти;

— створення конкурентного середовища на ринку освітніх послуг за рахунок усунення дискримінації між закладами різних форм власності в частині фінансування з держбюджету;

— орієнтації на ключові показники ефективності при визначенні обсягів фінансування навчальних закладів;

— заохочення приватних джерел фінансування освіти за рахунок створення умов для поширення пільгових кредитів на навчання студентів, вартість навчання яких не відшкодовується або відшкодовується державою не повною мірою.

Досягти зазначених вище цілей пропонується за рахунок запровадження механізму фінансування, який враховував би якісні показники діяльності навчальних закладів.

При визначенні обсягів держфінансування навчальних закладів незалежно від форм їх власності пропонується враховувати:

1. Для закладів початкової та середньої освіти – показник середнього бала ЗНО, помножений на кількість учнів, що навчаються у школі. Кожна дитина отримує базове фінансування від держави, і її сім'я вільна вибрати будь-який, у тому числі приватний навчальний заклад. У випадку, коли плата за навчання перевищує обсяг держфінансування, домогосподарства сплачують різницю за власний рахунок.

2. Для закладів професійних і закладів вищої освіти також пропонується схема, за якою обсяги їх фінансування з бюджету залежатимуть від кількості залучених ними студентів, що мають право на базове фінансування, їх подальшої успішності, а також грантової складової.

Зокрема, обсяг коштів на фінансування вищої освіти пропонується розподіляти через три механізми:

— базове фінансування студентів – безповоротне фінансування вступників до вищих навчальних закладів, які за підсумками ЗНО отримали таке право. Пропонується, щоб частка цих витрат становила 80% у структурі видатків на освіту. Якщо вартість навчання у вибраному вступником навчальному закладі перевищує вартість базового фінансування, вступник може отримати державний пільговий кредит. Якщо вартість базового фінансування перевищує вартість навчання, надлишок бюджетного фінансування виплачується студенту у формі стипендії;

— грантове фінансування спільних наукових колективів – безповоротне фінансування спільних студентських і викладацьких колективів, виходячи з їхніх досягнень. Пропонується, щоб частка цих витрат становила 20% у структурі видатків на освіту;

— пільгове кредитування студентів на здобуття вищої освіти – державні кредити мають право отримати, по-перше, студенти, які не одержали права на базове фінансування, але отримали право здобувати освіту за власні кошти; по-друге, студенти, які отримали право на часткове базове фінансування; по-третє, студенти, які отримали право на 100% базового фінансування, яке, однак, не покриває вартості навчання у вибраному ними навчальному закладі [6].

Сьогодні механізм фінансування ЗНЗ тісно пов'язаний з системою управління цими закладами, завдяки чому на місцевому рівні переважають методи адміністративного розподілу фінансових ресурсів, планування видатків на утримання закладів відштовхується від витрат попереднього року, повним фінансуванням забезпечені переважно лише захищені статті видатків. Усе це спонукає керівників навчальних закладів вирішувати значну частину фінансових проблем за рахунок батьків чи спонсорської допомоги, а не шляхом проведення ефективної фінансово-економічної діяльності закладу, відповідального витрачання бюджетних коштів. Тим більше кошти, які зекономлені чи заощаджені при виконанні кошторису за будь-яким кодом економічної класифікації, через складні бюрократичні процедури практично неможливо перерозподілити та отримати додаткові кошти на фінансування видатків за іншим кодом. На практиці значно легше і вигідніше перерозподілити зекономлені кошти іншому ЗНЗ та тим самим поставити у більш вигірне становище керівника, який неефективно витрачав бюджетні кошти, ніж того, хто дійсно докладав зусиль для їх збереження. Це призводить до того, що ЗНЗ та їх керівники практично не зацікавлені не тільки в оптимізації своїх бюджетних і позабюджетних коштів та удосконаленні фінансово-економічної діяльності, а з рештою, і у діяльності, пов'язаній з навчально-виховним та іншими видами освітніх процесів, збільшенні обсягу освітніх послуг. Адже бюджетні кошти на новий навчальний рік будуть виділятися доки існує сам ЗНЗ, незважаючи на відсутність інновацій, слабку орієнтацію на споживачів освітніх послуг чи низьку їх якість [7].

Список використаних джерел:

1. *Енциклопедичний словник з державного управління [Текст], [уклад. Ю. П. Сурмін, В. Д. Бакуменко, А. М. Михненко та ін.]; за ред. Ю. В. Ковбасюка, В. П. Троциньського, Ю. П. Сурміна. Київ, НАДУ, 2010. 820 с.*
2. *Атаманчук Г. В. Теория государственного управления [Текст] : кур. лекц., 2-е изд., доп. Москва, Омега-Л, 2004. 584 с.*
3. *Радченко О. В. Категорія «механізм» у системі державного управління. Держава та регіони. 2009. №3. С. 64-69.*
4. *Шамхалов Ф. Теория государственного управления. Москва : Экономика, 2002. 638 с.*
5. *Ткаченко Н.О. Особливості моніторингу освіти в ЄС та в Україні. Економічна теорія та освіта XXI століття: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25 вересня 2015 року). Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК», 2015. 207 с. С. 58.*
6. *Фінансування освіти: скільки, кому і як? URL: <https://dt.ua/finances/finansuvannya-osviti-skilki-komu-i-yak-.html>.*
7. *Лисяк Л. В. Удосконалення механізму фінансового забезпечення закладів загальної середньої освіти в Україні URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3489>.*

УДК 174.35.014.081.73

В.І. НАДРАГА

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри управління персоналом і економіки праці,
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України,
м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ УПРАВЛІНСЬКИХ КАДРІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Підвищення професійної компетентності передбачає вироблення належного теоретичного обґрунтування та пошук практичних заходів щодо підвищення загального рівня управлінської культури посадових осіб місцевого самоврядування. Актуальність підвищення управлінської компетентності посадових осіб місцевого самоврядування обумовлена необхідністю подолання ряду протиріч, що виникають в процесі їх управлінської діяльності:

- по-перше, досить високі суспільні очікування та вимоги не лише до професійних якостей чиновника, але й до його особистих характеристик і стилю його життя не відповідають умовам фінансового забезпечення та можливостям щодо отримання спеціальної освіти та професійного розвитку;

- по-друге, компетенції посадових осіб все більше перестають задовольняти зростаючі потреби щодо обсягів і змісту управлінської діяльності (збільшенню кількості модернізованих функцій та видів діяльності);

- по-третє, кадровий дефіцит не дає змоги упровадити чіткі критерії оцінювання професійної діяльності посадових осіб.

Підвищення компетентності посадових осіб повинне стати обов'язковою умовою та невід'ємною складовою їх публічної діяльності, що вимагає не лише відповідного теоретичного обґрунтування, але й упровадження інноваційних підходів до організації навчального процесу. Це вимагає, інноваційного підходу до організації підготовки, перепідготовки та підвищення їх кваліфікації, а також спрямування всієї системи навчання на зростання професіоналізму та компетентності.

Основою системи публічного управління є інноваційно-аналітична діяльність службовців, яка спрямована на виявлення пріоритетних напрямів розвитку суспільства та потреб різних соціальних верств населення; творче осмислення локальних і загальнодержавних процесів; вироблення інноваційних підходів у вирішенні суспільно значимих проблем. Такий вид діяльності службовців передбачає вміння аналізувати, володіти відповідною методологією, створювати різноманітні моделі для вирішення колективних проблем та пропонувати альтернативні рішення політики влади. Формування професійної компетентності нової генерації публічних службовців залежить від навчальних закладів перепідготовки та підвищення кваліфікації [1].

Навчальні програми більшості національних систем освіти публічних службовців мають свою специфіку, яка відображує національні особливості кожної країни. Наприклад, у Франції основна увага приділяється тому, що публічні службовці є елітою, здатною до нових ідей, чутливою до потреб громадян. У Англії особливу увагу приділяють тому, щоб службовці були готові до вирішення виникаючих проблем, використовуючи різні можливості. В Австрії і Греції в основу навчальних програм для підготовки службовців покладаються аналіз політичної та соціально-економічної ситуації в країнах, суперечності, що виникають у їх розвитку. У Данії міністерства та відомства визначають, якими знаннями та вміннями мають оволодіти службовці під час навчання.

Існуюча сьогодні в Україні система підготовки управлінських кадрів, зважаючи на процес децентралізації, не охоплює всіх службовців і посадових осіб місцевого

самоврядування, особливо навчанням перед участю в конкурсі на заміщення посади та після призначення на посаду (лише 20 % службовців та посадових осіб місцевого самоврядування проходять навчання протягом законодавчо визначених п'яти років). На сьогодні відсутні вимоги до рівня освіти та кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування та громадян, котрі претендують на заміщення посад в муніципальних органах. Підтвердженням слугують результати проведеного у 2017 році опитування посадових осіб місцевого самоврядування в Україні [2, с.126], що продемонстрували значні проблеми в їх особистісному адаптаційному потенціалі. Так, 53,3 % опитуваних оцінили свій адаптаційний потенціал як низький, і лише 5 % - як високий, що лише на перший погляд може вважатися суб'єктивною точкою зору. Низький рівень розвитку комунікативних здібностей, утруднення в побудові контактів з оточенням, прояв агресивності, підвищену конфліктність виявили 3,3 % опитаних. Лише 8,3 % опитаних мають високий рівень розвитку комунікативних здібностей, легко встановлюють контакти з товаришами по службі, не конфліктні. Варто вказати, що наведені результати засвідчують необхідність розвитку адаптаційного потенціалу посадових осіб місцевого самоврядування.

Виходячи з Концепції реформування системи професійного навчання державних службовців, голів місцевих держадміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад [3], ключовим напрямком адміністративної реформи в Україні є формування нової системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, готових до впровадження нововведень і персональної відповідальності за прийняті управлінські рішення. Провідну роль в організації навчання та підвищенні кваліфікації службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування повинні відігравати самі органи місцевого самоврядування, які можуть проводити освітню діяльність у двох основних напрямках: організація навчання депутатів місцевих рад; підвищення кваліфікації посадових осіб органів місцевого самоврядування. На сьогодні така практика скоріше є виключенням, вона носить епізодичний характер, а тематика навчання - не систематизована і передбачає лише такі теми занять, які можуть бути висвітлені «власними силами» без залучення науковців та практиків з інших регіонів України.

В основу підготовки посадових осіб місцевого самоврядування доцільно покласти методику оволодіння базовими компетенціями, що дасть додаткові можливості для ідентифікації управлінських потреб практики.

В освітньо-професійних програмах має позначатися, яким навичкам конкретні заняття будуть сприяти (вмінню планувати діяльність та контролювати план; аналізувати соціально-економічний та політичний розвиток села, міста, регіону та приймати політичні рішення і реалізовувати їх; забезпечувати прибуткову діяльність підприємців комунальної власності; формувати та наповнювати коштами і виконувати бюджети розвитку; побудувати інфраструктуру; успішно розв'язувати соціальні проблеми; ефективно організувати роботу ради; вміло сформувати апарат управління тощо). Формування передбачених конкретною освітньо-професійною програмою нових компетенцій у професійному розвитку буде реалізовуватися через стажування, самоосвіту, тренінги, майстер-класи та інше.

Найбільш значимими очікуваними результатами можуть стати: охоплення Системою всіх працівників органів місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад; вирішення питання щодо безперервного оновлення компетенцій працівників органів місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад, інших виборних посад; створення умов для розвитку професійної компетентності осіб органів місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад; забезпечення високої якості професійного навчання посадових осіб органів місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад; запровадження

цілеспрямованих наукових досліджень проблематики розвитку місцевого самоврядування в Україні.

Список використаних джерел:

1. Ярмистий М. Професійна компетентність службовців органів влади в системі публічного управління (концептуальний підхід) [Електронний ресурс] / М. Ярмистий // Буковинський вісник. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://buk-visnyk.cv.ua/naukovaditka/908/>.

2. Шаталова О. Самооцінка посадових осіб місцевого самоврядування України у взаєминах у малих групах у контексті професійної адаптації / О. Шаталова. // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2017. – №2. – С. 124–128.

3. Про схвалення Концепції реформування системи професійного навчання державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 грудня 2017 р. № 974-р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-konceptiyu>.

УДК 340.15

М.В. РЕСЛЕР

доктор економічних наук, професор,
зав. кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

**МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ
ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Основними функціями механізму інноваційного розвитку ВНЗ є: регулююча, планово-прогнозна, координуюча, стимулююча, організаційна, контрольна, трансформаційна (табл. 1). Організаційна складова механізму включає принципи, методи інструменти та важелі інноваційного розвитку ВНЗ та сукупність взаємозв'язків між ними.

Таблиця 1

Функції механізму управління інноваційним розвитком ВНЗ

Функція	Сутність функції
Регулююча	орієнтуючись на трансформаційні та глобалізаційні процеси на ринку освітніх послуг, ВНЗ намагаючись підвищити власну конкурентоспроможність направляють ресурси на підвищення ефективності діяльності та створення позитивного іміджу
Планово-прогнозна	здійснення моніторингу кадрових потреб ринку праці, прогнозування зміни потреб у фахівцях, попиту на професії і спеціальності, трансформації вимог щодо якості підготовки фахівців в умовах інноваційних змін
Координуюча	забезпечення єдності й узгодженості дій усіх структурних підрозділів вищого навчального закладу з метою більш ефективного виконання ними встановлених цілей і завдань у напрямі активізації інноваційного розвитку
Стимулююча	забезпечення професійного виконання усіх процесів дає змогу підвищити конкурентоспроможність ВНЗ та ефективність його діяльності, що в свою чергу сприяє професійному та кар'єрному росту працівників
Організаційна	удосконалення і формування ефективної структури управління ВНЗ, що дозволить забезпечити досягнення мети інноваційного розвитку
Контрольна	забезпечення стратегічної спрямованості і орієнтації на кінцеві результати
Трансформаційна	застосування інновації у різні сфери функціонування ВНЗ сприяє реорганізації вузу та його швидшій адаптації до сучасних вимог ринку

Системні інноваційні зміни навчального закладу, що забезпечуватимуть доступність, якість, неперервність надання освітніх, наукових та інших послуг повинні відбуватися на основі наступних принципів:

- принцип комплексності інноваційного розвитку полягає в тому, що всі види інновацій мають бути тісно взаємозв'язані між собою і доповнювати один одного;
- принцип безперервності – безперервний розвиток інноваційного потенціалу вузу, необхідного для реалізації інновацій;
- принцип ефективності полягає в оптимальному поєднанні усіх компонентів інноваційного розвитку ВНЗ та досягнення запланованого економічного ефекту, тобто позитивне співвідношення отриманого результату і витрат на забезпечення інноваційного розвитку вузу;
- принцип синергічності полягає у досягненні максимально можливого корисного ефекту за рахунок злагодженої взаємодії та активної співпраці ВНЗ з іншими з суб'єктами (органами державної влади, місцевого самоврядування, роботодавцями, міжнародними й громадськими організаціями тощо);
- принцип адаптивності, який передбачає швидке пристосування ВНЗ до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі функціонування в умовах прискорення науково-технічного прогресу;
- принцип об'єктивності, який передбачає врахування всіх позитивних та негативних змін, які можуть виникнути в процесі трансформації діяльності ВНЗ;
- принцип компетентності полягає в тому, що усі працівники вищого навчального закладу повинні мати високий рівень професійної підготовки, загальну ерудицію, сумлінно виконувати поставлені завдання;
- принцип стратегічного партнерства полягає у посиленні співпраці вищого навчального закладу та ключовими стейкхолдерами (підприємствами, науково-дослідними установами, соціальними партнерами, місцевими/регіональними органами влади, іншими організаціями у галузі освіти, професійної підготовки або молодіжної політики, міжнародними організаціями, вітчизняними та зарубіжними вузами, тощо) заради сприяння якості та інноваціям у вищій освіті.

Вирішення проблем світового освітнього простору забезпечується за допомогою міжнародних проектів і програм, таких як: ERASMUS+ , метою програми є забезпечення мобільності студентів країн європейської Співдружності; Лінгва, програма підвищення ефективності вивчення іноземних мов, починається з початкових класів; ЕСПРІТ – програма, яка об'єднує зусилля європейських університетів, НДІ, комп'ютерних фірм для створення нових інформаційних технологій; Іріс – система проектів, спрямованих на розширення професійної освіти жінок; АПОЛЮ, яка організовує навчання у ВНЗ європейського зразка; DAAD – стипендіальні програми Німецької служби академічних обмінів, які спрямовані на підтримку міжнародного співробітництва у сфері вищої освіти та на реалізацію програм обміну в обох напрямках, тобто підтримка перебувань з метою навчання та проведення досліджень німців за кордоном та іноземців у Німеччині; AIESEC – програми Міжнародної асоціації студентів та молодих спеціалістів, які працюють у сфері економіки, управління та інформаційних технологій, програми зарубіжних стажувань, котрі дозволяють оволодіти практичними знаннями в даних галузях. AIESEC займається проведенням конференцій, семінарів з молоддю у різних країнах; IREX «Акт на підтримку свободи» (програма Ради міжнародних досліджень та обмінів, надає можливість студентам першого, другого, третього курсів ВНЗ з п'ятирічним терміном професійної підготовки навчатись протягом одного року в університетах чи двох-трьохрічних коледжах США, де вони студіюють такі навчальні курси як бізнес, економіка, журналістика, дисципліни інформаційно-комп'ютерного спрямування, право, міжнародні відносини, сільське господарство, соціологія,

політологія), міжнародні неурядові програми «Дружба без кордонів», СЕЗАМ тощо [1, с.34].

Важливе місце в механізмі управління інноваційним розвитком ВНЗ займає інструментарій його реалізації, основним завдання якого є забезпечення організації умов необхідних для виконання поставлених цілей.

Методи управління ВНЗ представляють собою способи впливу керуючої підсистеми (суб'єкта управління) на керовану підсистему (об'єкт управління). В управлінні ВНЗ можна виділити такі види методів як: економічні, адміністративно-правові, організаційні та соціально-психологічні [2].

Адміністративно-правові методи управління являють собою сукупність засобів юридичного (правового і адміністративного) впливу на відносини персоналу у ВНЗ.

За допомогою організаційних методів управління формується організаційна структура вишу, визначаються повноваження та відповідальність посадових осіб (фіксуються у відповідних внутрішніх нормативних документах підприємства), розпорядок роботи (правила трудової дисципліни); порядок дій у тій чи іншій ситуації та регламентуються інші дії суб'єктів управління інноваційним розвитком.

Використання соціально-психологічних методів управління спрямоване на підвищення рівня мотивації персоналу в системі інноваційного розвитку ВНЗ. Тут особливо виділяються наступні методи: психологічне забезпечення нововведень відповідно до принципу «один в полі не воїн»; цілеспрямоване підвищення авторитету учасників нововведень; розвиток змагальних відносин в процесі підготовки доведення нововведень; розвиток неформальних контактів учасників інновацій.

Обов'язковим елементом у структурі механізму управління інноваційним розвитком ВНЗ є економічні методи, які ґрунтуються на дії економічних факторів ринкової економіки. Вони спрямовані на підвищення цінності створення інновацій. Ці методи управління сприяють виконанню такої функції управління як планування. Вони пов'язані також з функціями мотивування та контролювання. До економічних методів управління належать стратегічне і поточне планування діяльності ВНЗ, економічне стимулювання і матеріальна відповідальність, ціноутворення, кредитування, податкова політика, фінансування.

Отже, необхідність інноваційної спрямованості сучасного ВНЗ породжує високу інтелектуалізацію всіх процесів кожного з видів діяльності, тож необхідним є виділення саме інноваційної праці, як пріоритетного інструменту в процесі інноватизації вищого навчального закладу. Але рівень самовіддачі інтелектуального ресурсу при виконанні будь-якого типу праці, зокрема і інноваційної, напряду залежить від багатьох чинників, серед яких одним з головних є мотивація праці.

Саме тому, важливу роль у механізмі інноваційного розвитку ВНЗ відіграє мотиваційна підсистема механізму, яка дасть змогу здійснювати управління інноваційною діяльністю на різних рівнях із застосуванням найдієвіших мотиваційних заходів.

References:

1. *Intehratsiia vyschoi shkoly Ukrainy do ievropejs'koho ta svitovoho osvith'oho prostoru.* – Kyiv : Vyscha osvita Ukrainy, 2012. – 558 s.
2. *Upravlinnia innovatsijnym rozvytkom osvity v suspil'stvi ryzyku : monohrafiia / za red. A. A. Sbruievoi.* – Sumy: Vyd-vo SumDPU im. A.S. Makarenka, 2012. – 460 s.

ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН: МЕТОДОЛОГІЯ, ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

На основі навчальної діяльності у студентів з'являється визначене ставлення до різних навчальних дисциплін. Щоб студенти успішно оволоділи знаннями, вміннями та навичками, викладачеві необхідно організувати навчальний процес у відповідності до сучасних принципів мотивації і потреб особистості. Основними факторами, які мотивують студентів є: важливість дисципліни для професійної підготовки і та практичної значущості тематики занять; висока педагогічна майстерність викладання дисципліни; взаємовідносини з викладачем даної дисципліни тощо[1].

Одне із найважливіших завдань методики викладання – спрямування теоретичних знань у практичні навички та вміння. Педагог-новатор М. П. Щегінін говорив про методику як про науку, яку раз і назавжди «створити» неможливо і вивчити неможливо. Вона потребує постійної творчості. Найвищий рівень методичної майстерності педагога настає тоді, коли незалежно від його методики з'являється кожного разу абсолютно самостійно той прийом, який потрібен. Такий педагог уже творить сучасну методику, а не керується нею.

Основними завданнями методики викладання є:

- визначення актуальних проблем, пов'язаних з методикою викладання у навчальних закладах;
- відбір і систематизація форм, методів і прийомів організації навчально-виховної діяльності;
- вивчення та впровадження в педагогічний процес передового педагогічного досвіду;
- формування у викладачів вищих навчальних закладів готовності до ефективного впровадження в навчальний процес традиційних та інноваційних методів навчання;
- організація професійного самовдосконалення та самовиховання викладачів;
- формування умінь та навичок використання у навчально-виховному процесі сучасних мультимедійних технологій;
- формування професійно-педагогічної спрямованості особистості викладача вищого навчального закладу;
- розвиток педагогічного мислення та професійної самосвідомості викладача;
- формування інтересу до викладацької діяльності, спонукання викладачів до педагогічної творчості;
- розробка методичних рекомендацій щодо ефективної організації навчально-виховного процесу у вищому навчальному закладі.

Педагогічна діяльність не може ґрунтуватись на стереотипах, бо вона не відбувається в стандартних умовах, а пов'язана з виникненням нестандартних, неочікуваних ситуацій, в яких дії неможливо запрограмувати або передбачити. Кожний її елемент вимагає нестандартного підходу. Навички ж пов'язані зі стереотипними діями, які стають іноді перешкодою в умовах, що змінюються. Сучасна педагогічна діяльність полягає в тому, що вимагає постійних змін, оновлення і творчого вдосконалення викладання, інновацій щодо організації навчально-виховного процесу [2].

Інноваційний потенціал педагога - сукупність соціокультурних і творчих характеристик особистості педагога, який виявляє готовність вдосконалювати педагогічну діяльність, наявність внутрішніх засобів та методів, здатних забезпечити цю готовність (Д.С. Мазоха, Н.І. Опанасенко) [3].

Інноваційна спрямованість визначається критеріями педагогічних інновацій, до яких відносять:

- новизну, що дає змогу визначити рівень оригінальності досвіду;
- оптимальність, яка сприяє досягненню високих результатів за найменших витрат часу фізичних і розумових сил учасників педагогічного процесу;
- результативність та ефективність;
- можливість творчого застосування нових результатів у масовому досвіді, що передбачає його придатність для масового упровадження в навчальних закладах.

Послідовність інноваційного процесу:

1) виникнення - відбувається теоретична розробка нововведення та організується інформаційно-роз'яснювальна робота;

2) засвоєння - здійснюється апробація нововведення у одному або декількох навчальних закладах та діагностика результатів;

3) насичення - якщо результат інноваційного проекту позитивний, відбувається широке упровадження інновації в масову педагогічну практику;

4) рутинізація - інновація перетворюється у звичайну норму, традицію;

5) криза - нововведення повністю вичерпує свої можливості, а його результати можуть погіршуватися;

6) фініш - інновація завершує своє існування, на її зміну приходять інші нововведення [4].

Отже, всі стадії інноваційного процесу мають послідовність. Після останньої виникає необхідність модифікації, оновлення методик викладання. Необхідним стає аналіз результатів після нововведень та розроблення нової стратегії (прийомів) викладання.

Психолог Ю. Самарін у книзі «Психологія розуму» писав: «Однак і динамічність розумової діяльності, яка не опирається на міцно засвоєну систему знань, умінь і навичок, створює лише ілюзію розумової діяльності і не може привести до ефективного результату» [2]. Так, значущим є закріплення отриманих раніше знань, їх актуалізація для засвоєння нової інформації, поглиблення теоретичних знань для їх подальшого використання за фахом. Тому важливим завданням методики викладання має бути максимальне розкриття потенційних можливостей особистості майбутнього спеціаліста.

Список використаних джерел:

1. Дзюба П.А. Посібник до вивчення дисципліни «Методика викладання фахових дисциплін в вищій школі» [Текст]: посіб. / П.А. Дзюба, Т.А. Зайцева, – Д.: Ліра, -2015. – 24 с.

2. Каплінський В.В. Методика викладання у вищій школі: Навчальний посібник /В. В Каплінський. – Вінниця: ТОВ «Ніланд ЛТД», 2015 – 224 с.

3. Педагогіка [Текст] : навчальний посібник / Д.С.Мазоха, Н.І.Опанасенко. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 232 с.

4. Ортинський В. Л. Педагогіка вищої школи: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]/ В. Л. Ортинський– К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ОСВІТИ: ПЕРЕВАГИ ТА МОЖЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ

В нових законодавчих умовах система освіти отримала нові можливості для розвитку через децентралізацію системи управління. Децентралізація - це передача повноважень і відповідальності за управління системою освіти та її фінансування демократично обраним органам місцевого самоврядування і школам [1].

Відтак, децентралізація в управлінні системою освіти можлива на двох рівнях:

- рівень окремої громади;
- рівень окремої школи.

Децентралізація повноважень в управлінні системою освіти на рівні об'єднаних територіальних громад (ОТГ) відбувається через передачу органам місцевого самоврядування (ОМС) повноважень по управлінню системою освіти на власній території. Відтак ОМС реалізують управління системою освіти шляхом здійснення низки послідовних кроків:

1. моніторинг освітньої сфери та формування напрямів її розвитку.
2. Створення органу управління освітою та передача майна у власність ОТГ.
3. Надання автономії закладам освіти.
4. Створення освітнього округу та опорних шкіл.
5. Оцінка якості освітнього процесу.

На рівні окремої школи ефективна система управління створюється шляхом надання автономії закладам освіти. Автономія - право суб'єкта освітньої діяльності на самоврядування, яке полягає в його самостійності, незалежності та відповідальності у прийнятті рішень щодо академічних (освітніх), організаційних, фінансових, кадрових та інших питань діяльності, що провадиться в порядку та межах, визначених законом [2].

Шкільна автономія це ефективний інструмент організації діяльності закладу освіти у фінансовій та управлінській сфері, організації якісного навчально-освітнього процесу, розширення можливостей для взаємодії у системі "навчальний заклад - педагоги - батьки - діти" тощо. Основним завданням автономії є створення у школі комфортних умов (не лише матеріальних, але і психологічних, емоційних) для якісного навчання дитини.

Переведення функціонування закладу освіти в автономний режим потребує від керівника певного алгоритму дій, зокрема:

1. Обговорення з педагогічним колективом та батьками переваг провадження автономії в процес управління.
2. Вивчення нормативно-правової бази у питаннях автономії.
3. Створення ініціативної групи.
4. Формування плану дій та етапів його реалізації.
5. Внесення змін до статуту школи, що дає можливість самостійного бухгалтерського обліку.
6. Затвердження рішення про автономію органами місцевого самоврядування.
7. Введення посади бухгалтера.
8. Фактична реалізація статусу юридичної особи закладом освіти.
9. Відкриття реєстраційного та спеціального реєстраційного рахунків.

Автономія школи надає усю повноту повноважень та відповідальності керівникові закладу, натомість розширення повноважень зобов'язує керівника до:

- постійного опановування інноваційними технологіями управління (фінансами, господарськими, кадровими, методичними справами школи);
- моніторингу та вивчення досвіду інших закладів освіти щодо організаційних нюансів запровадження автономії.

Основними видами шкільної автономії є фінансова, кадрова, організаційна, кожна з яких має певні переваги та ризики. Основними перевагами фінансової автономії є можливості для оптимізації фінансових витрат, зокрема самостійного:

- прийняття рішень, щодо черговості фінансування наявних у закладі статей витрат;
- укладання договорів на послуги і товари;
- використання заощаджених коштів (преміювання працівників, покращення освітнього середовища чи інші нагальні потреби закладу).

Перевагами кадрової автономії стає можливість керівника самостійно формувати педагогічний колектив, що із ефективних, творчих педагогів.

Організаційна автономія дозволяє ефективно формувати:

- шкільну культуру та навчальне середовище;
- розробляти індивідуальний статут закладу освіти;
- формувати стратегію розвитку закладу;
- налагодити якісне харчування, через самостійний вибір оператора на надання послуг, формування меню тощо.

Першим етапом реалізації організаційної автономії є формування культури школи через налагодження партнерських відносин у шкільному колективі (педагогами, батьками та учнями). Перевагами партнерських відносин в шкільному середовищі є розвиток вміння слухати та чути один одного, що допомагає вирішувати поточні проблеми спільним прийняттям рішень, через врахування бажання дітей та залучення їх до процесу управління школою (у межах вікових можливостей), активне залучення батьків до участі в житті школи (через мовні курси, майстер-класи, тренінги, лекції для батьків) тощо.

Наступним етапом стає розробка індивідуального статуту закладу освіти, що є індикатором демократизації процесу управління, ідентифікації та пошуку індивідуальності закладу освіти. В статуті закладу визначається сфера делегування повноважень та можливості реалізації для директора, педагогів, батьків, учнів; ступінь залучення учителів, учнів, батьків та інших учасників навчального процесу до участі у прийнятті рішень загальношкільної ваги і формуванні планів розвитку школи.

Іншим важливим етапом реалізації організаційної автономії стає формування стратегії розвитку школи, серед основних цілей якої слід виокремити принцип дитиноцентризму.

Окрім того, саме учасники освітнього процесу повинні стати ініціаторами та активними учасниками процесу розробки стратегічного плану розвитку освіти в ОТГ, що дозволить побачити місце “свого” закладу освіти у розвитку громади.

Основними проблемами запровадження автономії залишається занадто централізована система управління та відсутність необхідних управлінських навичок у керівників закладів освіти.

Список використаних джерел:

1. Децентралізація освіти – один з реальних кроків до розвитку територій. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/5510>.

2. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2145-19>.

УДК 330:378

Л.А. СЛАТВІНСЬКА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ АКАДЕМІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ДЛЯ УКРАЇНИ

Академічне підприємництво – одна з найбільш актуальних тематик останнього часу в галузі розвитку інноваційно-орієнтованої економіки і додаткових інструментів системи вищої освіти. Воно дає змогу подолати академічний розрив між вищою школою і практикою впровадження інновацій, виділити найбільш активних представників і дати їм плацдарм для здійснення найсміливіших ідей. Досвід розвинених зарубіжних країн свідчить, що академічне підприємництво в перспективі обіцяє стати особливою сферою інтеграції науки та економіки для розвитку вітчизняного підприємництва, одним із ключових методів реалізації інноваційної моделі розвитку економіки України. Академічне підприємництво є способом передачі знань і технологій від наукової та освітньої сфер до приватного бізнесу, що, у свою чергу, сприяє підвищенню інноваційності та конкурентоспроможності економіки, особливо в секторі малих і середніх підприємств [1].

Академічне підприємництво, як синтез наукових розробок, освітніх технологій, інновацій, підприємницького середовища, бізнесу та факторів ринку, визначають по-різному. В американській і британській практиці підприємництва у галузі науки, освіти та регіону підприємництво передбачає створення фірм із залученням працівників навчального закладу, коли навчальні заклади розраховують на зростання власного престижу, залучення абітурієнтів, подальші контакти і замовлення.

Так, у Польщі поняття академічного підприємництва визначено як підприємництво академічного середовища студентів, докторантів, науково-педагогічного персоналу, в інших європейських країнах таке підприємництво здійснюють навчальні заклади, використовуючи комерційні фірми або управлінські агентства. Спільними ознаками всіх підходів є те, що академічне підприємництво дає змогу формувати серед студентів та працівників ВНЗ ініціативних, самостійних, професійних економічно активних підприємців, сприяє розвитку знань для прийняття управлінських, технологічних, організаційних рішень на вимогу ринкового середовища, попиту і пропозиції, попиту малого та середнього бізнесу, виступає фактором інтеграції та партнерства між наукою, освітою та бізнесом, що надає переваги кожному із цих суб'єктів.

Закономірно у своєму розвитку українське суспільство пройшло етапи, які послідовно в міру розвитку людської цивілізації приходили на зміну один одному, а саме аграрний, індустріальний і постіндустріальний.

Головним завданням сьогодення є сприяння трансформації українського суспільства з постіндустріального в інформаційне, тобто суспільства, де головним продуктом виробництва є інформація та знання, і одним з напрямів такої трансформації є стимулювання розвитку академічного підприємництва, як потужної детермінанти розвитку інноваційного процесу, і сприяння впровадженню його результатів на вітчизняних підприємствах [2].

Головними завданнями інноваційного академічного підприємництва є:

- продукування і капіталізація нових знань;
- широке розповсюдження (трансфер) нових знань і прогресивних технологій;
- розвиток інноваційної діяльності ВНЗ;

- розробка, реалізація концепцій і впровадження методів, технологій і прийомів інноваційного економічного та соціального розвитку місцевих громад, регіонів, країни;
- внесок у національне економічне зростання, національний ВВП і конкурентоспроможність економік країн;
- розвинення і розповсюдження нового типу підприємницької діяльності в інтелектуальній галузі – академічного підприємництва у ВНЗ;
- сприяння ефективному навчанню підприємців і розвитку підприємницької освіти;
- сприяння фінансовій самодостатності і незалежності ВНЗ, підвищенню рівня матеріального забезпечення професорсько-викладацького складу та інших співробітників ВНЗ.

Активізація зусиль у сфері академічного підприємництва позитивно впливає на розвиток регіону. Це проявляється у зростанні кількості робочих місць та зайнятості населення, розвитку регіональної інфраструктури, підвищенні рівня життя населення, зменшенні витрат місцевого бюджету, пов'язаних з безробіттям; збільшенні надходжень в місцевий бюджет [3].

Академічне підприємництво сприяє розвитку підприємств, підвищенню інноваційності країни та формуванню її конкурентних переваг. Значну роль у національному розвитку академічного підприємництва відіграє держава, яка формує законодавчу базу, регламентує процес формування наукомістких технологій та їхню комерціалізацію. Для підвищення ефективності комерціалізації результатів науково-дослідної роботи в Україні необхідною є державна законодавча підтримка патентно-ліцензійної діяльності та трансферу технологій вітчизняних ВНЗ і науково-дослідницьких інститутів (установ), створення спеціалізованих загальноукраїнських і галузевих організацій із трансферу технологій, посилення мотивації науково-педагогічного персоналу до розробки інноваційних технологій, здійснення винаходів, патентування і ліцензування важливих для народного господарства результатів науково-дослідної роботи. Таким чином, активізація зусиль у галузі академічного підприємництва позитивно впливатиме на розвиток країни, що виявляється в такому: зростанні кількості робочих місць та зайнятості населення; розвитку регіональної інфраструктури; підвищенні рівня життя населення; зменшенні витрат державного бюджету, пов'язаних із безробіттям; збільшенні надходжень до державного бюджету.

Ряд вчених [4] пропонують підхід до сутності академічного підприємництва, заснований на підходах та точках зору, які довели свою ефективність у багатьох країнах, зокрема в Німеччині. Академічне підприємництво це:

1. Спосіб розвивати особистий талант та самостійно визначати свій життєвий шлях і кар'єру.
2. Міжнародний рух людей, які прагнуть використовувати науку й технології для прогресу людства та захисту навколишнього середовища.
3. Шлях до свободи й автономії у сфері досліджень та освіти.
4. Внесок до розвитку країни та суспільства.
5. Чесна та справедлива конкуренція всіх ідей та підходів, спрямованих на покращення країни і світу.
6. Заснування власного бізнесу для втілення в життя своїх ідей та бачень.

Коли справа доходить до технічних термінів, зазвичай, розрізняють три форми академічного підприємництва:

- Академічні спінофи – нові корпорації, які засновують свій бізнес на безпосередньому трансфері наукових знань та технологій від державних науково-дослідних інститутів та вищих навчальних закладів.
- Академічні стартапи – нові корпорації, засновані студентами, випускниками або вченими, які використовують знання або результати досліджень державних науково-дослідних інститутів та вищих навчальних закладів.

- Академічні підприємці – студенти, випускники та вчені, які стають підприємцями в сферах бізнесу, які вимагають академічних знань.

Україна має достатній рівень розвитку людського капіталу, належний рівень знань, ресурси та насагу, необхідні для суттєвого стрибку в напрямку розвитку академічного підприємництва. Але для цього необхідні спільні зусилля інституцій та людей. При деяких українських вищих навчальних закладах та державних науково-дослідних інститутах існують наукові парки, бізнес-інкубатори та інші аналогічні структури, однак жодна з них не має достатніх ресурсів та спроможностей для повноцінного функціонування. Саме тому результати їх діяльності є доволі скромними. Та зважаючи на всі обставини, ми високо оцінюємо їхні досягнення.

Створення інноваційної культури в сучасній Україні є однією з основних цілей національного економічного розвитку та євроінтеграції. Крім того, наявність ефективного середовища для інновацій в умовах глобалізації економіки фактично є однією з умов для існування і розвитку будь-якої компанії в цілому.

На думку дослідників [5] основною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу, впровадження передових, екологічно чистих, безпечних, енерго та ресурсозберігаючих технологій, виробництва і просування нових конкурентоспроможних продуктів.

Україна переживає економічну кризу в даний час, так що уряду довелося зменшити фінансування дослідницьких груп та центрів технічної творчості молоді. Проте існує досвід західних університетів – професори які працюють в науково-дослідних інститутах співпрацюють з приватними фірмами. Тому, науково-дослідні інститути, метою яких є передача технологій, повинні підтримувати тісні стосунки як з університетами так і з промисловістю. У Європейських університетах професорам дозволено владою університету створювати приватні науково-дослідні центри, які є незалежними юридичними особами на території університету. В Україні, незважаючи на високий науково-технічний потенціал науково-дослідних організацій та університетів, найважливішим питанням є створення інноваційної культури саме на цьому рівні. Університетам потрібна чітка політика роботи зі студентами та їх залучення на всіх стадіях інноваційного проекту, формування базових знань про підготовку та реалізацію інноваційних проектів та ін. Автономія університетів повинна диверсифікувати джерела фінансування наукових досліджень, замінити державне фінансування. Для досягнення цієї мети, університети повинні бути переведені в новий стан для передачі наукових ідей в промисловість і суспільство у реалізації інновацій.

Список використаних джерел:

1. Жуков С.А. Академічне підприємництво як фактор підвищення ефективності підприємств і формування інноваційного потенціалу економіки України / С.А. Жуков // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 33. - С. 65-74. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2017_33_10
2. М. Бець Розвиток академічного підприємництва як складової інноваційного потенціалу регіону (на прикладі Львівської області). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ena.lp.edu.ua/bitstream/.../4_16-
3. Федорова Ю. Академічне підприємництво у Харківському регіоні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/konfer41/171.pdf>
4. Академічне підприємництво в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fnst.org/sites/default/files/uploads/2016/08/08/aeinukraineukr4web.pdf>
5. Інновації-та-підприємництво-в-університетах. [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://tempus.nung.edu.ua/uk/news/>

УДК 37:316.46(477-22)

С.Т. СЛЮСАР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»,
м. Переяслав-Хмельницький, Україна

ПРОБЛЕМИ ГАЛУЗІ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОДІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД (ОТГ)

Історично в Україні основними джерелами надходження професійних та талановитих кадрів були села, селища, маленькі міста. Недарма саме село вважається колискою української нації, саме звідти надходили основні продукти споживання, саме там починалася повстанська боротьба за незалежність і саме там є культурний та етнічний дух України.

Практично всі українські президенти мають походження із сільської місцевості, переважна більшість української інтелігенції та еліти походить родом із сіл України. Все це говорить про пряму залежність лідерського потенціалу та територіального відношення до сільської місцевості [3]. Адже маючи такий історичний спадок чітко можна прослідкувати звідки Україні розвивати і формувати лідерські якості та потенціал. Саме автентичність українського лідерського потенціалу лежить в серці України – в селі.

Іншою стороною цієї проблематики є те ще в даний час в Україні проходить реформа децентралізації влади в тому числі в контексті добровільного утворення територіальних громад та передачі їм повноважень щодо розпорядження землями за межами населених пунктів. Ця реформа має на меті стати однією з ключових в новітній історії України, вона має докорінно змінити ситуацію в системі земельних відносин та створити нарешті ефективних землевласників та землекористувачів.

Розглядаючи ці дві складові сучасного реформування України, а саме формування і реалізація лідерського потенціалу та утворення територіальних громад, між ними прослідковується тісний зв'язок. Адже саме в поєднанні цих двох компонентів криється ключ до успіху нашої держави, утворення територіальних громад створює якісно нове «поле гри» де можна на якісно нових принципах формувати і реалізовувати лідерський потенціал молоді і спрямовувати його на розвиток основної рушійної сили економіки України агропромислового комплексу.

Одним з головних завдань на початковому етапі вирішення окресленої проблематики є чітке визначення групи факторів які мають тісний кореляційний зв'язок між формуванням лідерського потенціалу аграрної молоді і утворенням територіальних громад із забезпечення відповідними ресурсами та подальша побудова економіко-математичної моделі реалізації лідерства [1].

Головна проблематика виявлення лідерського потенціалу в сучасній сільській молоді (за даними опитування жителів сільської місцевості в межах Київської області):

Застарілість системи освіти. Реформа освіти знаходиться на початковій стадії і може мати ефекти лише в довгостроковій перспективі. Проте, вже зараз стоїть гостра необхідність виявлення лідерського потенціалу і пошуку талантів як ключового елементу успішного розвитку України. Зараз набирають популярності приватні альтернативні школи (станом на 10.04.2017 р. їх чисельність складає - 121), оскільки батьки все в більшій мірі не бачать раціональної складової і майбутнього своєї дитини в звичайній школі. Одним з варіантів наразі є Вальдорфська школа, в основі якої лежить Вальдорфська педагогіка, що базується на поєднанні інтелектуальної, практичної та художньої складових розвитку дітей. Для цих шкіл притаманні нетрадиційна манера викладання, акцентуючись на розвиток людяності та творчих якостей дитини і виявлення

лідерського потенціалу, широке залучення батьків до навчального процесу у вільний від роботи період.

Консервативність старшого покоління. Проблема полягає в тому, що сучасні батьки сільських дітей в переважній більшості були народжені або в останні роки існування Радянського Союзу або ж в перші роки незалежної України, що практично є рівноцінним. Суть її зводиться до того, що вони мають низку соціально-психологічних вад притаманним громадянам соціалістичного табору: обов'язковість слідування застарілим нормам і правилам поведінки, які вже не актуальні, обмеженість щодо вільного висловлювання та критичного мислення про різноманітні речі об'єктивної реальності. Все це є значним обмеженням для їхніх дітей, привчання не виділятися серед інших, обмеження прояву ініціативи та навіювання всіляких страхів щодо майбутнього. Все це на нашу думку є серйозними бар'єрами в розвитку лідерського потенціалу.

Нерозвиненість освітньої інфраструктури територіальних громад. Однією із значних недоліків навчання в сільській школі для аграрної молоді є відсутність широкого спектру факультативних гуртків, які б мали допомогти в поглибленні знань конкретної області та сприяли розвитку потенційних лідерів.

Шляхи вирішення окреслених проблем:

1. Широке пропагування інноваційних видів сучасної педагогіки та відкриття шкіл в межах територіальних громад на безоплатній основі за умов державно-приватного партнерства в межах територіальних громад, оскільки зараз такі школи в основному відкриваються в обласних центрах й столичному регіоні. При цьому акцентуючи увагу саме на альтернативності даного типу освіти, який має створити конкурентність класичній школі і підвищити якість її освіти вже в короткостроковій перспективі.

2. Проведення семінарів, тренінгів із учнями і їхніми батьками щодо популяризації сільської агроосвіти, її доступності, широких можливостей реалізації в майбутньому та загальних просвітніх аспектах.

3. Використання сучасних засобів та інформаційних технологій з метою забезпечення рівня якісної актуальної освіти а також виявлення та реалізація потенціалу молоді об'єднаних територіальних громад України.

На основі дослідження та узагальнення проблем формування лідерського потенціалу молоді розроблена блок-схема подальших досліджень (рис. 1).

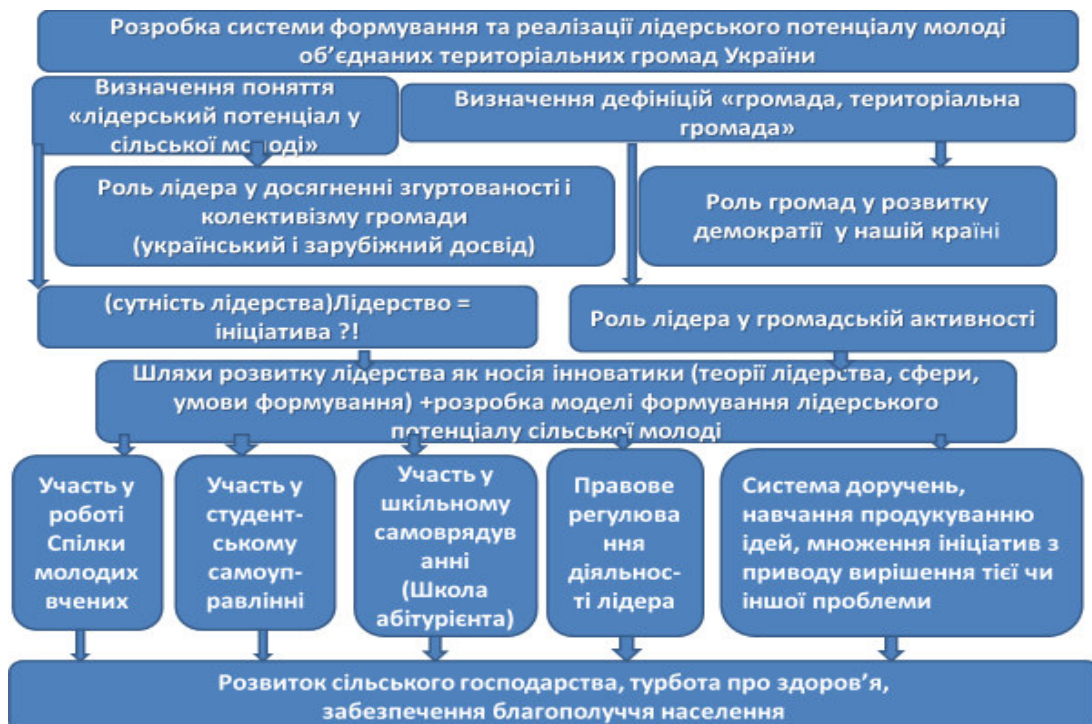


Рис. 1. Блок-схема дослідження формування освітньо-науковими інституціями лідерського потенціалу молоді об'єднаних територіальних громад [2].

Список використаних джерел:

1. Кетс де Врис М. Мистика лидерства, 7-е изд. Манфред Кетс де Врис. М.: Альпина Паблишер, 2016. 276с.
2. Морозюк Н.В. Методика визначення рівня самодостатності територіальних громад. Біоекономіка і аграрний бізнес. Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. № 260. С. 242-250.
3. Яхнін Я. К. Сучасні підходи до виховання лідера. К.: Наук. думка, 2010. 143 с.
4. Modern servant leader. URL : <http://modernservantleader.com>.

УДК 378.14

Г.В. ТОВКАНЕЦЬ,
доктор педагогічних наук, професор,
зав. кафедри теорії та методики початкової освіти,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ

Сьогодні управління, будучи «загальною людською діяльністю», бере участь у всіх сферах людського життя, в його соціальному вдосконаленні, а значить, має велике значення для суспільства, «відіграючи організаційно-впорядкуючу роль» [6], і вимагає високої професійної підготовки фахівців різних галузей.. Сучасному педагогу для виконання своїх професійних обов'язків потрібно бути організованим, відповідальним, комунікабельним, конкурентоспроможним, схильним до ризику, професійно компетентним, що говорить про підвищення вимог і розширення функцій освітньої діяльності. Компетентність в управлінні проявляється в здатності до продуктивного виконання професійних організаційно-управлінських функцій і проявляється в організаційно-управлінській компетентності, яка формується з основних і спеціальних компетенцій.

Професійна організаційно-управлінська компетентність у сучасній науці розглядається як сукупність особистісних можливостей посадової особи, її кваліфікаційні знання, досвід, що дають змогу брати участь у виробленні певного кола рішень або самостійно вирішувати певні питання завдяки наявності відповідних знань і навичок [1]. До психологічних особливостей особистості й професійної діяльності, які визначають рівень її організаційно-управлінської компетентності, відносять уміння створити ефективну управлінську команду; здатність бачити перспективи розвитку своєї діяльності й самому їх визначати; швидке реагування на зміну ситуації; самостійність і винахідливість у прийнятті управлінських рішень; установку на розвиток організації; творчу активність і здатність до нововведень; рішучість і динамічність у своїх вчинках і думках. У структуру організаційно-управлінської компетентності в сучасних умовах слід включати знання іноземних мов, володіння комп'ютером, екологічні та економічні знання, маркетинг, захист інтелектуальної власності тощо. Фахівці визначають і такі якості особистості, як самостійність дій, творчий підхід до будь-якої справи, готовність постійно оновлювати знання, гнучкість розуму, уміння вести діалог, співпрацювати в колективі [2].

В структуру організаційно-управлінської компетентності входять:

- організаційна компетенція як здатність і готовність самостійно організовувати професійну діяльність на основі її планування і оцінки (Е. Зеер);

- управлінська компетенція, як інтегральна властивість особистості, що базується на професійних управлінських цінностях, які відображають її готовність і здатність застосовувати систему управлінських знань, умінь і особистісних якостей в процесі професійної управлінської діяльності [3];

- комунікативна компетенція як знання у сфері комунікативних дисциплін, комунікативні здібності, здатність до емпатії, здатність до самоконтролю, культура вербального і невербального спілкування (А.В. Хуторський);

- компетенція мотивації як здатність використовувати основні теорії мотивації, лідерства для вирішення управлінських завдань з урахуванням групової поведінки.

Можна виділити 4 складових компоненти організаційно-управлінської компетентності:

- уміння здійснювати цілепокладання і конструювання організаційно-управлінської діяльності, її планування і передбачення результатів;

- уміння здійснювати аналіз діяльності, самодіагностику і на основі цього вносити корективи;

- уміння встановлювати і підтримувати відносини;

- уміння використовувати адекватні засоби, форми, методи, прийоми діяльності для досягнення оптимальних результатів організаційно-управлінської діяльності.

Аналіз професійних компетенцій сучасного педагога показав, що всі організаційно-управлінські компетенції можна згрупувати по шести загальним напрямкам визначеної ситуації: готовність до застосування і розробки нормативно-правової бази в управлінській діяльності; здатність до планування операційної (виробничої), тобто освітньої, діяльності організації; готовність до організації та реалізації проектної діяльності; готовність до управління персоналом; здатність приймати ефективні управлінські рішення; готовність до застосування сучасних інформаційних і комунікаційних технологій в управлінській діяльності [4]. Цілеспрямоване формування організаційно-управлінської компетенції у студентів необхідне, щоб в майбутньому вони відчували себе дійсно конкурентоспроможними фахівцями, здатними компетентно вирішувати професійні завдання і кваліфіковано здійснювати освітню діяльність.

Умовами формування організаційно-управлінських компетенцій у структурі підготовки майбутніх педагогів, на нашу думку, є наступні:

- деталізація структури організаційно-управлінських компетенцій в освітніх програмах підготовки, на основі вимог стандартів;

- формування у студентів стійкої мотивації до вдосконалення організаційно-управлінських компетенцій;

- методичне та інформаційне забезпечення викладачів і студентів;

- міждисциплінарна організація процесу формування організаційно-управлінських компетенцій;

- організація квазіпрофесійної діяльності студентів при використанні активних методів і нетрадиційних технологій навчання;

- розробка діагностичного інструментарію та фондів оцінних засобів;

- організація попереднього, оперативного, етапного та підсумкового контролю рівня сформованості організаційно-управлінських компетенцій;

- реалізація зворотних і складних форм застосування інноваційних методів, зокрема мозкового штурму, ділових ігор, проектних технологій, психолого-педагогічних тренінгів, які використовуються і як своєрідна форма навчання, і як засіб відпрацювання окремих професійних навичок, і як інструмент формування професійної мотивації, рефлексивних та комунікативних здібностей студентів.

Основними ознаками розвитку організаційно-управлінської компетентності майбутнього вчителя є його здатність в грамотному управлінні освітньою організацією, здійсненні ефективної організації освітнього процесу, вмінню мотивувати себе або колектив, володіти навичками ефективної комунікації і професійною культурою.

Список використаних джерел:

1. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи* / [за заг. ред. О. В. Овчарук]. К.: К.У.С., 2004. – 112 с.
2. *Лунячек В.Е. Державне управління освітою: Підруч. для вищих навч. закладів* / В.Е. Лунячек. - Харків: Гімназія, 2010. 288 с.
3. *Сторожева О.И. Развитие управленческих компетенций руководителей общеобразовательных учреждений*. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2011. 128 с.
4. *Товканець О.С. Психологічні засади управлінської культури педагога. Науковий вісник Ужгородського національного університету: Серія «Педагогіка. Соціальна робота». 2018. Випуск 1 (43). С. 246–250.*
5. *Хуторской А.В. Практикум по дидактике и современным методикам обучения*. СПб.: Питер, 2004. 541 с.
6. *Шепель В.М. Управленческая антропология. Для менеджеров*. М.: Народное образование, 1999. 432 с.

УДК 378.14

О.С. ТОВКАНЕЦЬ,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри загальної педагогіки та педагогіки вищої школи,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна

СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Основним завданням освіти в сучасних умовах є її переведення у внутрішній світ особистості, що передбачає необхідність організації психологічно обґрунтованої діяльності двох рівнозначних у відношеннях суб'єктів: учитель – учень, викладач – студент, створення освітньої технології, тобто внутрішньої організації змісту, логіки і структури змісту в контексті взаємодії учасників освітньої, зокрема і педагогічної, дії.

Одним із шляхів вдосконалення освітнього процесу, пов'язаних з якісно новим рівнем сучасної підготовки фахівців без збільшення тривалості і наростання напруженості навчальної діяльності є інтенсифікація. До особливостей інтенсивного навчання відноситься перехід від викладання частковостей до викладання закономірностей, з яких ці зокрема випливають; збереження діючих термінів підготовки фахівців й існуючого навчального навантаження; виключення психічного перевантаження і несприятливих впливів для здоров'я студентів [4]. Інтенсифікації освітнього процесу у ЗВО сприяє проблематизація навчального процесу, суть якого виражається в тому, що в процесі вирішення студентами спеціально розробленої системи проблем і проблемних завдань відбувається оволодіння ними досвідом творчої діяльності, формування активної творчої особистості. В ході представлення нового навчального матеріалу протиріччя створює студенту проблемну ситуацію. Вихід з неї і є рішенням пізнавальної задачі. Проблема задача повинна бути суб'єктивно-проблемною і посиленою для вирішення. Студентові необхідно показати значимість вирішення проблеми для нього з врахуванням того, що вирішення суперечностей і протиріч відбувається поетапно: виникнення проблемної ситуації; усвідомлення і прийняття студентом проблеми; висування гіпотез про можливі шляхи зняття проблеми,

забезпечуючи перехід до дослідницького методу, що активізує студентів до пізнавальної діяльності.

Модернізація професійної освіти передбачає впровадження в освітній процес методів активного навчання та побудови освітніх програм на базі проектних методів навчання [5, с. 243], що дозволяє забезпечити перехід на модульну структуру освітніх програм, впровадження кредитної системи обліку освітніх результатів, підготовку викладачів, здатних використовувати сучасні освітні технології, оплату викладачів не за «вчитані години», а відповідно до досягнутих освітніх результатів і складності використовуваних освітніх технологій.

Умови для інтенсифікації освітнього процесу створюються, коли заняття з одного предмету (дисципліни) проводяться протягом одного дня або декількох днів (цикли) без чергування з іншими дисциплінами. Знання викладачем психологічних особливостей студентів, принципів комплектування групи з урахуванням індивідуальності студентів необхідно для вибору ефективних методів викладання, які повинні супроводжуватися психофізіологічним забезпеченням навчального процесу: психорегулюючі тренування, дозовані фізичні навантаження, функціональна музика на заняттях і в перервах між ними, програма відпочинку в кінці навчального дня для зняття напруги від інтенсивної розумової роботи.

Інтенсифікацію освітнього процесу в європейській вищій школі визначає і культура педагогічної взаємодії, що заснована на найважливіших психологічних чинниках (динамічність особистості, інтелект, гнучкість, оригінальність мислення та інші психомоторні показники). Важливою умовою вибору оптимального варіанту навчання є наявність проблемно-пошукового стилю мислення студентів. Критерієм оптимального навчання є успішність студента відповідно до реальних можливостей його розвитку та нормами часу на навчання. Оптимізація досягається використанням системи методів, таких як вибір мети навчання, виділення головних і другорядних завдань, аналіз результатів діяльності студентів і викладачів.

Новий імпульс системі освіти дасть перехід на сучасні технології навчання, підвищить її ефективність, дозволивши перейти на інноваційний шлях розвитку. Інноваційна освіта заснована на активному застосуванні інформаційних технологій, які передбачають використання в освітньому процесі педагогічних інновацій. Особливість інновації полягає у підвищенні ефективності функціонування освітнього процесу на основі впровадження її в навчальний процес. Інноваційні освітні технології припускають управління дидактичним процесом, дозволяючи вбудовувати процес проектування і розробки інноваційних технологій навчання в діючі системи управління якістю. Якість вищої професійної освіти стає однією з найбільш актуальних проблем. Оцінка якості освіти базується на принципі незалежності системи оцінки від системи освіти; універсальності оцінки незалежно від організаційно-правової форми освітнього закладу; прозорості результатів і процедур оцінки для «зовнішніх» партнерів, працівників системи освіти, студентів, слухачів та інших категорій громадян; довіри до результатів оцінки з боку зовнішніх споживачів освітніх послуг; затребуваності результатів оцінки якості освіти з боку суспільства, держави і самої системи освіти; ефективності, що виражається в максимально можливій простоті процедур оцінки при максимумі результату [1, с. 81].

Дидактичними умовами інтенсифікації освітнього процесу, тобто спеціально створюваними педагогом обставинами педагогічного процесу, при яких оптимально співпадають процесуальні компоненти системи навчання, стають вибір певних форм, засобів і методів навчання, а також методів і форм контролю за засвоєнням знань (тренажери, тести, інтерактивні навчальні комп'ютерні програми і т.д.); розробка і застосування спеціальних завдань; розробка і застосування системи оцінювання знань, умінь і навичок студентів [2],

Для сучасної системи вищої освіти методологічне значення мають гуманізація підготовки фахівця і громадянина, інтеграція науки, технологій і змісту навчання; розвиток наукових і технологічних мереж [3]; впровадження гнучких «мультимедійних технологій навчання», навчальних пакетів, методик дидактичних вимірювань, оцінювання й самооцінювання.

Список використаних джерел:

1. Исаев И.Ф. *Профессионально-педагогическая культура преподавателя*. М., 2002. 185 с..
2. Ложакова Е. А. *Педагогические условия и принципы обеспечения эффективности процесса формирования информационной компетентности студентов музыкальных специальностей в ходе обучения информатике*. URL <http://2013.moodleoot.in.ua/course/view>.
3. *Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року* Ухвалено Указом Президента України від 25 червня 2013 року № 344/2013 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
4. Ничкало Н.Г. *Развиток професійної освіти в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів: монографія*. К.: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2014. 125 с.
5. Товканець О.С. *Європейська професійна освіта на початку XXI століття: стратегічні завдання розвитку*. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. 2017. Випуск 1 (42). С. 240 – 248.

УДК 17.022.1:37.091:330(043.2)

Т.Й. ТОВТ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

О.І. ПІРЧАК

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачеве, Україна

ІМІДЖ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

В сучасних умовах імідж, з однієї сторони, стає одним із важливих та дієвих інструментів стратегічного управління розвитком підприємств сфери послуг, спрямованим на досягнення переваг у конкурентній боротьбі, а з іншої сторони, саме імідж є об'єктом управління. В умовах конкурентного середовища споживачі обирають виконавця послуг, здебільшого спираючись на його ділову репутацію та імідж, що потребує особливої уваги до управління іміджем саме підприємств сфери послуг, зокрема закладів освіти.

Імідж є фактором впливу на конкурентоспроможність, ефективність діяльності, ринкову вартість, привабливість закладу освіти і на його відносини з суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища.

Метою дослідження є визначення сутності поняття «імідж закладу освіти» на засадах вивчення теоретичних підходів до сутності та основних характеристик іміджу суб'єктів господарювання з урахуванням специфіки сфери освітніх послуг.

Вперше визначення «іміджу» в середині ХХ сторіччя дали В. Гарденер та С. Леви: «Імідж – сукупність знань та уявлень людини про об'єкт та його оточення» [1, с. 37].

Поняття «імідж» є предметом досліджень багатьох наук: філософії, політології, психології, педагогіки, економіки та ін. Зокрема, у психології вивчають психологічні

механізми формування та оцінювання іміджу, його значення в спілкуванні та соціальній діяльності; у педагогіці вважають, що імідж має розвиваючий та моделюючий характер і впливає на виховання, навчання, формування, самовдосконалення особистості; в економічній науці імідж розглядають як інструмент стратегічного управління, спрямований на підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності діяльності підприємств.

В умовах сьогодення успішний розвиток сфери послуг можливо здійснювати тільки при ефективній адаптації до умов зовнішнього середовища, правильного позиціонування та формування споживачем позитивного іміджу.

Специфічний підхід до визначення іміджу закладів сфери освітніх послуг зумовлено, насамперед, особливою роллю споживачів послуг у цьому процесі, а саме:

- зазвичай саме позитивний імідж є визначальним у виборі споживачем певного навчального закладу;

- споживачі послуг освітнього закладу отримують інформацію, яка впливає на формування іміджу в процесі отримання послуги при безпосередньому спілкуванні з його працівниками, тобто імідж в уявленні споживача формується на підставі його особистого досвіду спілкування з навчальним закладом;

- споживачі беруть активну участь у формуванні іміджу закладу освіти, виконуючи комунікативну функцію;

- формування іміджу навчального закладу напряму залежить від якості наданих послуг та ефективності роботи персоналу.

Таким чином, враховуючи особливості функціонування освітніх закладів, можна запропонувати наступне визначення іміджу. Імідж закладу освіти – це відносно стійке, емоційно забарвлене уявлення образу навчального закладу, сформоване на основі особистого досвіду та отриманої інформації про його реальні, декларовані та очікувані якості, характеристики та показники, які мають економічну, соціальну та іншу значимість для суб'єктів взаємодії.

Під суб'єктами взаємодії розуміємо суб'єктів, які сприймають заклад освіти в процесі формування його іміджу й знаходяться в зовнішньому або внутрішньому середовищі. Залежно від інтересів та очікуваних результатів діяльності закладу освіти всі суб'єкти взаємодії можна розподілити на внутрішніх та зовнішніх. До першої групи належать власники, керівники та персонал закладу освіти, до другої – споживачі послуг, партнери, органи влади, громадські організації, засоби масової інформації та населення.

Доцільно зазначити, що члени вищенаведених груп розглядають заклад освіти в різних аспектах, формуючи своє уявлення про нього, а загальний імідж освітнього закладу складається із уявлень відповідних груп суб'єктів взаємодії. При цьому дискусійним залишається питання, чи можна говорити про існування комплексного іміджу закладу освіти.

Для більш чіткого розуміння категорії «імідж» необхідно виділити його основні характеристики. Дослідження літературних джерел дало можливість виявити більше двох десятків різноманітних характеристик іміджу, які є універсальними й властиві іміджу різних суб'єктів (людині, явищу, організації та ін.). Найбільш поширеними з них є: функціональність, символічність, емоційність, інформативність, системність. Також зустрічаються й такі характеристики, як: змістовність, оригінальність, індивідуальність, естетичність, точність, актуальність та ін.

На основі аналізу підходів Н. А. Патутіної та І. Ф. Сімонової до визначення характеристик іміджу [2, 3] можна виділити основні характеристики іміджу закладів освіти:

1. Інформативність. Імідж формується на підставі позитивної, негативної та нейтральної інформації про навчальний заклад. З точки зору об'єктивності, інформація може бути правдивою, достовірною, реальною або неправдивою, викривленою,

необ'єктивною, що впливає на адекватність відображення стану справ. Іноді суб'єкт взаємодії об'єктивну та правдиву інформацію сприймає неправильно, що також сприяє формуванню неадекватної уяви про освітній заклад.

2. Функціональність. Імідж має властивість цілеспрямовано впливати на думку суб'єктів взаємодії. Формування й підтримання іміджу завжди має як стратегічні, так і поточні цілі та завдання.

3. Символічність. За допомогою певних символів та знаків здійснюється відображення дійсності в образній формі. При цьому можна виділити знаки зовнішнього вигляду, предметного середовища та вербальні.

4. Емоційне забарвлення. Сприйняття інформації про об'єкт є процесом свідомих і несвідомих, цілеспрямованих та спонтанних дій, результатом яких є формування уяви та, як наслідок, позитивного або негативного іміджу. Крім цього, саме в закладах освіти, у зв'язку з безпосереднім контактом споживача з виконавцем послуги, формування іміджу суттєво залежить від психологічних факторів.

5. Гнучкість та динамічність. Незважаючи на відносно стабільний характер, імідж має здатність до внутрішніх і зовнішніх змін, розвитку та пристосування в нестабільному середовищі. Саме ця характеристика робить процес управління іміджем закладів освіти безперервним.

6. Активність. Імідж має властивість впливати на суб'єктів взаємодії, особливо на споживачів послуг.

7. Суб'єктивність. Імідж – це такий образ закладу освіти, яким його сприймає, уявляє, бачить певний суб'єкт взаємодії, незалежно від того, чи це сприйняття відповідає дійсності, чи ні. Імідж формується в певних колах і може суттєво відрізнитися в різних групах суб'єктів взаємодії.

8. Ефективність. Формування іміджу закладів сфери освітніх послуг повинно мати певний ефект, що потребує розробки і впровадження методів та інструментів його оцінювання.

9. Економічність. Проявляється в здатності закладу освіти за рахунок формування позитивного іміджу досягати економії ресурсів – матеріальних, фінансових, економічних, а також часу.

10. Об'єктивність. Імідж закладу освіти існує незалежно від бажання або небажання суб'єктів взаємодії, незалежно від того, чи управляють іміджем, чи ні, він все одно буде сформованим. При цьому імідж може бути цілеспрямованим (як результат ефективної роботи та досягнення запланованих цілей) та вільним, стихійним (як результат бездіяльності, тобто «як вийшло» або «як є»).

Таким чином, імідж закладу освіти є складною економічною категорією, яка має важливе значення для його практичної діяльності в сучасних умовах.

Імідж повинен сприяти досягненню цілей освітньої діяльності та зростанню економічних показників. Враховуючи особливості функціонування закладів освіти, такі як: індивідуалізація обслуговування, наявність специфічного ризику при придбанні послуги, невідчутність, невіддільність від джерела, нездатність до збереження та інші., можна зазначити, що під іміджем закладу освіти необхідно розуміти відносно стійке, емоційно забарвлене уявлення образу навчального закладу, сформоване на основі особистого досвіду та отриманої інформації про його реальні, декларовані та очікувані якості, характеристики та показники, які мають економічну, соціальну та іншу значимість для суб'єктів взаємодії.

Проведене дослідження понятійного апарату іміджу закладу освіти як економічної категорії може бути використане як основа для вибору інструментів та формування механізмів ефективного управління ним.

Список використаних джерел:

1. Gardner B. *The product and the brand* / B. Gardner, S. Levy. – Harvard. Business Review – 1955. – Vol. 33.
2. Патутіна Н.А. *Управление визуальным имиджем предприятия социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс]* // Интернет-журнал «Наукознание». – 2012. – № 2. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/73EVN114.pdf>
3. Симонова И.Ф. *Педагогика имиджа: монография [Электронный ресурс]* / И.Ф. Симонова. СПб., 2012. – С. 304. – Режим доступа: <http://www.simmerk.ru/lit/19-funk.html>

УДК 37.07:005.4

Т.А. ЯЩУК

викладач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У даний час в нашій країні відбуваються суттєві зміни в національній політиці освіти. Одним із завдань сучасної вищої школи стає розкриття потенціалу всіх учасників педагогічного процесу, надання їм можливостей прояву творчих здібностей. Вирішення цих завдань неможливе без здійснення варіативності освітніх процесів, у зв'язку з чим з'являються різні інноваційні типи і види освітніх установ, які вимагають глибокого наукового і практичного осмислення.

Зміна ролі освіти в суспільстві зумовила більшу частину інноваційних процесів. Тепер освіта все більш орієнтується на створення таких технологій і способів впливу на особистість, за допомогою яких встановлюється баланс між соціальними та індивідуальними потребами, і, які, запускаючи механізм саморозвитку (самовдосконалення, самоосвіти), забезпечують готовність особистості до реалізації власної індивідуальності і змін суспільства.

Освітня інновація – це вперше створені, вдосконалені або застосовані освітні, дидактичні, виховні, управлінські системи, їх компоненти, що суттєво поліпшують результати освітньої діяльності [1, с. 20]. Таким чином, інноваційний процес полягає у формуванні та розвитку змісту та організації нового. В цілому під інноваційним процесом розуміється комплексна діяльність по створенню, освоєнню, використанню і поширенню нововведень. Інноваційний процес розглядається як розвиток трьох основних етапів: генерування ідеї (в певному випадку – наукове відкриття), розробка ідеї в прикладному аспекті і реалізація нововведення на практиці. У зв'язку з цим, інноваційний процес можна розглядати як процес доведення наукової ідеї до стадії практичного використання. А діяльність, що забезпечує перетворення ідей у нововведення і формує систему управління цим процесом, є інноваційною діяльністю.

Структура інноваційної діяльності включає:

- 1) розробку інновації (поява ідеї – її апробація),
- 2) поширення інновації (розповсюдження інформації про новинку),
- 3) підготовка педагогів до впровадження інновації,
- 4) застосування інновації в процесі освітньої діяльності [2, с. 188].

У Законі України «Про вищу освіту» [3] зазначено, що інноваційна діяльність у закладах вищої освіти є невід'ємною складовою освітньої діяльності і провадиться з метою здобуття нових наукових знань шляхом проведення наукових досліджень і

розробок та їх спрямування на створення і впровадження нових конкурентоспроможних технологій, видів техніки, матеріалів тощо для забезпечення інноваційного розвитку суспільства, підготовки фахівців інноваційного типу.

Якісне здійснення інновацій у сучасній вищій школі забезпечується змінами в організації навчально-виховного процесу, у змісті освіти, у використанні сучасних та ефективних педагогічних й освітніх технологій, у нових методиках діагностики студентів і науково-педагогічних працівників, так й у керуючій системі освітнього закладу [4, с. 64].

Управління процесами, що відбуваються в освітніх установах, – один з найважливіших факторів досягнення високого рівня освітніх результатів. Особливе значення має управління інноваційними процесами, визначальними вектори розвитку освітніх систем усіх рівнів у останні роки. Як правило, інноваційний процес у закладах вищої освіти планується у вигляді концепції або програми розвитку, потім організовується діяльність колективу з реалізації цієї програми і організовується контроль над її результатами.

Критеріями оцінки управління інноваційними процесами є:

- рівень ефективності реалізації інноваційного процесу;
- новизна, актуальність;
- якість знань, умінь і навичок випускників;
- результативність, доцільність, своєчасність;
- прийняття інновацій усіма учасниками освітнього процесу.

Управління інноваційними освітніми процесами здійснюється за певними принципами, які виникають як норми, орієнтири діяльності. Основні принципи управління інноваційними освітніми процесами висловлюють щось спільне в організації управління ними, яка охоплює всі етапи їх і зумовлює їх успішність і ефективність:

1) принцип організованої інноваційної зміни станів системи освіти (передбачає певну систему діяльності, яка охоплює етап підготовки до зміни стану системи освіти й етап реалізації цих змін);

2) принцип переходу від стихійних механізмів перебігу інноваційних процесів до свідомо керованих (передбачає визначення і відпрацювання ефективного механізму свідомого управління зміною станів);

3) принцип інформаційної, матеріально-технічної, кадрової забезпеченості реалізації основних етапів інноваційних освітніх процесів;

4) принцип прогнозування зворотних або незворотних структурних змін в інноваційному соціально-педагогічному середовищі (дія цього принципу спрямована на недопущення стихійних, непередбачуваних змін, що можуть значно затримати реалізацію інноваційних процесів);

5) принцип посилення стійкості інноваційних освітніх процесів;

6) принцип прискорення розвитку інноваційних процесів у системі освіти.

Найбільш ефективним підходом до управління в умовах інноваційного процесу є підхід, заснований на принципах партисипативного, системного, цільового та випереджаючого управління. Такий підхід сприяє розробці цілей і планів розвитку інновацій, виходячи з системного аналізу стану освітнього закладу, за участю всього педагогічного колективу.

Ринок освітніх послуг за допомогою конкурентних механізмів буквально сприяє участі в інноваційних процесах [5, с. 256]. Конкуренція, заснована на інноваціях, їх якість і своєчасність є досить важливим параметром виживання ВНЗ, вирішальним фактором прискорення розроблення та реалізації нових наукових продуктів. Освітні установи, які обрали інноваційний шлях розвитку, стають конкурентоспроможними лідерами на ринку освітніх послуг.

Список використаних джерел:

1. Красножон С. В., Піддубний В. А. *Інновації в освіті. Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. №6 (181). С. 19–22.
2. Семенюк С.Б., Шпилик С.В. *Освітні заклади як особливі суб'єкти інноваційного розвитку суспільства. Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій : монографія*. Тернопіль, 2017. С. 185–194.
3. *Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 №1556-VII*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення 08.04.2019).
4. Шарата Н. Г. *Ефективне управління інноваціями у сучасній вищій школі. Розвиток українського села – основа аграрної реформи в Україні: матеріали Причорноморської регіональної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу, 26-28 квітня 2017 р. Миколаїв : МНАУ, 2017. С. 62–65.*
5. Кондур О. *Інноваційний менеджмент у системі управління вищим навчальним закладом. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія Педагогічні науки / за ред. проф. Тетяни Степанової. Миколаїв, 2017. № 4 (59). С. 254–258.*

ОРГАНІЗАЦІЇ ПРЕДСТАВЛЕНІ УЧАСНИКАМИ КОНФЕРЕНЦІЇ

1.	Corvinus University of Budapest	<i>Budapest, Hungary</i>
2.	Ekonomickej Univerzity v Bratislave	<i>Bratislava, Slovensko</i>
3.	Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave	<i>Bratislava, Slovensko</i>
4.	Targit GmbH Österreich	<i>Wien, Österreich</i>
5.	University of Information Technology and Management in Rzeszow	<i>Rzeszow, Poland</i>
6.	Гусятинський коледж Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя	<i>смт. Гусятин, Тернопільська обл., Україна</i>
7.	ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»	<i>м. Київ, Україна</i>
8.	ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди»	<i>м. Переяслав-Хмельницький, Україна</i>
9.	ДВНЗ «Ужгородський національний університет»	<i>м. Ужгород, Україна</i>
10.	Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки Міністерства економічного розвитку і торгівлі України	<i>м. Київ, Україна</i>
11.	Дніпровський державний аграрно-економічний університет	<i>м. Дніпро, Україна</i>
12.	Дніпровський технікум зварювання та електроніки ім. С.О. Патона	<i>м. Дніпро, Україна</i>
13.	ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»	<i>м. Київ, Україна</i>
14.	ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»	<i>м. Львів, Україна</i>
15.	Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу	<i>м. Івано-Франківськ, Україна</i>
16.	Інститут економіки промисловості НАН України	<i>м. Київ, Україна</i>
17.	Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України	<i>м. Київ, Україна</i>
18.	Київський кооперативний інститут бізнесу і права	<i>м. Київ, Україна</i>
19.	Київський національний торговельно-економічний університет	<i>м. Київ, Україна</i>
20.	Київський національний університет будівництва та архітектури	<i>м. Київ, Україна</i>
21.	Львівський державний університет безпеки життєдіяльності	<i>м. Львів, Україна</i>
22.	Львівський державний університет внутрішніх справ	<i>м. Львів, Україна</i>
23.	Львівський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»	<i>м. Львів, Україна</i>
24.	Маріупольський державний університет	<i>м. Маріуполь, Україна</i>
25.	Мукачівський державний університет	<i>м. Мукачево, Україна</i>
26.	Мукачівський кооперативний торговельно-економічний коледж	<i>м. Мукачево, Україна</i>
27.	Науково-дослідний інститут ДП «Каталіз і екологія» Інституту фізичної хімії ім. Л.В. Писаржевського НАН України	<i>м. Київ, Україна</i>
28.	Національний транспортний університет	<i>м. Київ, Україна</i>
29.	Національний університет «Львівська політехніка»	<i>м. Львів, Україна</i>
30.	Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова	<i>м. Первомайськ, Україна</i>
31.	Одеський національний політехнічний університет	<i>м. Одеса, Україна</i>
32.	ПВНЗ «Карпатський університет імені Августина Волошина»	<i>м. Ужгород, Україна</i>
33.	Первомайська філія Національного університету кораблебудування ім. адмірала Макарова	<i>м. Первомайськ, Україна</i>
34.	Полтавський університет економіки і торгівлі	<i>м. Полтава, Україна</i>
35.	Придніпровська державна академія будівництва та архітектури	<i>м. Дніпро, Україна</i>
36.	Секретаріат Кабінету Міністрів України	<i>м. Київ, Україна</i>
37.	Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля	<i>м. Северодонецьк, Україна</i>
38.	Тернопільський національний економічний університет	<i>м. Тернопіль, Україна</i>
39.	Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя	<i>м. Тернопіль, Україна</i>
40.	Ужгородський торговельно-економічний університет КНТЕУ	<i>м. Ужгород, Україна</i>
41.	Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини	<i>м. Умань, Україна</i>
42.	Університет державної фіскальної служби України	<i>м. Ірпінь, Україна</i>
43.	Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова	<i>м. Харків, Україна</i>
44.	Харківський національний університет будівництва та архітектури	<i>м. Харків, Україна</i>
45.	Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна	<i>м. Харків, Україна</i>
46.	Хмельницький національний університет	<i>м. Хмельницький, Україна</i>
47.	Хмельницький університет управління та права	<i>м. Хмельницький, Україна</i>
48.	Чернігівський національний технологічний університет	<i>м. Чернігів, Україна</i>

Наукове електронне видання

**УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ
ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ:
РЕАЛІЇ І ВИКЛИКИ**

**Збірник тез доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції**

18-19 квітня 2019 р.

Відповідальний за випуск:

*Проскура В.Ф. – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту
та управління економічними процесами*

Технічний редактор:

Говт Т.Й. – к.е.н., доцент

Формат 60*84/16
Гарнітура Times New Roman
Ум. друк. арк. 28,64

Адреса видавництва:

Мукачівський державний університет,
вул. Ужгородська, 26, м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600
тел./факс: (03131) 2-11-09. E-mail: rvc@mail.msu.edu.ua