



ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В ХХІ СТ.: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної конференції

30-31 травня 2019 р.

м.Умань

Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В ХХІ СТ.:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

МАТЕРІАЛИ
II Міжнародної науково-практичної конференції

30-31 травня 2019 року, м. Умань

Умань

2019

УДК 33+005](06)

Е 45

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового
інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № 11 від 22 травня 2019 року)*

Редакційна колегія:

Чирва О. Г., д. е. н., професор (*головний редактор*);

Вінницька О. А., к. е. н., доцент;

Мельничук Ю. М., к. е. н., доцент;

Слатвінський М. А., к. е. н., доцент;

Чвертко Л. А., к. е. н., доцент.

Відповідальність за достовірність поданої інформації несуть автори матеріалів.

Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції, (30-31 травня 2019 р., м. Умань) / МОН України, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини; [за ред. д. е. н. О. Г. Чирви]. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2019. – 269 с.

Збірник містить тези доповідей учасників ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку» (30-31 травня 2019 р.), що відбулася на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, аспірантів та студентів з актуальних проблем економічного розвитку.

УДК 33+005](06)

© Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ 10

Бержанір А. Л.

ПРОЗОРИСТЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЧИННИК ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ..... 10

Білошкурський М. В.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: СТАН І ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... 12

Вінницька О. А.

ДОВІРА ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ 16

Гарник О. А.

ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА МІКРОРІВНІ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ)..... 18

Дронь М. И.

ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ РИСКОВ: ИНФОРМАЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД 22

Каричковський В. Д., Каричковська С. П.

ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ В АГРАРНИХ УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ ТА СУСІДНІХ ДЕРЖАВ..... 26

Киреенко В. П., Конецкая А. С.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 29

Кірдан О. П.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У СИСТЕМІ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ..... 33

Коробкин А. З., Кузнецова Е. В.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 35

Насипайко Д. С.

ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ В СФЕРІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН 38

<i>Петренко П. С.</i>	
СУЧАСНІ І ПЕРСПЕКТИВНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ: СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЇ РОСТУ	41
<i>Підлісний Є.В.</i>	
ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ З ЕКОНОМІКИ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ	43
<i>Пітель Н.Я., Новак І.М.</i>	
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	48
<i>Решицько Т.В.</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ЧЛЕНІВ ТА НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ .	51
<i>Савченко В. Ф., Стойка В. О.</i>	
ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ – ОДНЕ З ГОЛОВНИХ ЗАВДАНЬ ДЕРЖАВИ.....	54
<i>Сотник І. М., Мазін Ю. О., Гайтина М. В.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	58
<i>Стойка С. О.</i>	
ЕНЕРГЕТИЧНА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ – ФУНДАМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	62
<i>Чирва О.Г., Коган Н.Ю.</i>	
ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	65
СЕКЦІЯ 2. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА (ПРІОРИТЕТНІ ГАЛУЗІ, ПОТЕНЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА)	69
<i>Білошкурська Н. В.</i>	
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА: ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ	69
<i>Богашко О. Л.</i>	
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ	72
<i>Длугоборська Л. В.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ІНВЕСТИЦІЙ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	75
<i>Космідайло І. В., Дякон Л. Л.</i>	
ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ	78

<i>Мошляк І. О.</i>	
ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	83
<i>Петренко Л. М.</i>	
МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ	85
<i>Пальчевич Г. Т.</i>	
ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	88
<i>Пачева Н. О.</i>	
МІСЦЕ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	92
<i>Слатвінський М. А.</i>	
ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ У СФЕРІ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ	94
<i>Сотник І. М., Дашикін В. Ш.</i>	
КРЕДИТУВАННЯ ПРОЕКТІВ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕНЕРГЕТИКИ В ДОМОГОСПОДАРСТВАХ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ОКУПНОСТІ.....	98
СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ.....	103
<i>Беспрозванна Ю. О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСІВ В МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ	103
<i>Бондарук Т. Г., Бондарук І. С.</i>	
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	105
<i>Гаврилова Н. В.</i>	
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	108
<i>Гаман П. І., Гаман Н. О.</i>	
СИСТЕМА ДЕРЖАВНИХ ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	111
<i>Даниліна С. О.</i>	
РИНОК ДЕРИВАТИВІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	115
<i>Коваль Я. С.</i>	
ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКІВ	119
<i>Кравченко В. П.</i>	
ПРОБЛЕМИ КРЕДИТІВ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ	122
<i>Мельник В. В.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	125

<i>Мельник Т. А.</i>	ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	127
<i>Melnychuk Yu. M.</i>	METHODS OF ASSESSING THE BANK'S PERFORMANCE IN CONDITIONS OF REGION FINANCIAL INDEPENDENCE.....	131
<i>Мовчанюк А. В.</i>	БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	133
<i>Подплетний В. В.</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....	136
<i>Ророва S.</i>	SOURCES OF FINANCIAL PROVISION FOR FARMING DEVELOPMENT ...	139
<i>Станіславчук Н. О.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОГО БЮДЖЕТУ У М. ЧЕРКАСИ.....	142
<i>Чвертко Л. А.</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ.....	145
СЕКЦІЯ 4. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ		150
<i>Балазюк О. Ю., Сисоєва І. М.</i>	ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН НА СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	150
<i>Барвінок М. В.</i>	ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПРОГРАМ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	152
<i>Бержанір І. А.</i>	НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВ .	155
<i>Демченко Т. А., Саранюк В. В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВЕНЧУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	157
<i>Дем'янишина О. А.</i>	СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	159

Макарушко Н. Н.

РЕЗЕРВЫ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ В ОАО «ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» 161

Пилявець В. М.

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ 164

Ремішевський А. Л., Гудзенко С. Р.

ЕФЕКТИВНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 168

Тронец И. А.

АУДИТОРСКИЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА, КЛАССИФИКАЦИЯ И ИСТОЧНИКИ ПОЛУЧЕНИЯ 170

Ясшана В. В.

ОБЪЕКТЫ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ: ОЦЕНОЧНЫЙ ПОДХОД 174

СЕКЦІЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ 179

Бовкун О. А.

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ 179

Гарматюк О. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 182

Гуменюк А. В., Космідайло І. В., Школенко О. Б.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ – ОСНОВА ЗАПОЧАТКУВАННЯ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ 186

Ермалович Л. П., Бурак Е. М., Туромша Е. П.

РОЛЬ HR-МЕНЕДЖМЕНТА В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ 190

Клименко Л. В.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 194

Корнієнко Т. О.

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ 198

Мігус І. П.

ВПЛИВ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА 200

<i>Побережець Н. Б.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	204
<i>Подзігун С. М.</i>	
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ..	207
<i>Ринкевич Н. С.</i>	
МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	210
<i>Середняк А. М.</i>	
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	213
<i>Снісарчук І. В.</i>	
ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ПРИ АНАЛІЗІ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКУРЕНТІВ	216
<i>Трушкіна Н. В.</i>	
ПОРТОВА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	218
<i>Шевлюга О. Г., Пуцко Д. В.</i>	
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТВОРЧОЇ РОБОТИ КОЛЕКТИВУ.....	221
<i>Ящук Т. А.</i>	
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	224
СЕКЦІЯ 6. ТУРИЗМ ТА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ...	228
<i>Акулов М. Г.</i>	
ПАРАДИГМА ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	228
<i>Балабанов Г. В., Сайчук В. С.</i>	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДИСЕРТАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ (1992-2018).....	231
<i>Белан О. В.</i>	
МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦІЙ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНІЮ ТУРИСТСКИМ РЕГІОНОМ.....	234
<i>Бербец Т. М.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТАМ В ГОТЕЛЬНИХ НОМЕРАХ.....	238

<i>Жегало А. О.</i>	
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ГРОДНЕНЩИНЕ В УСЛОВИЯХ БЕЗВИЗОВОГО ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	241
<i>Кирилюк І. М.</i>	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	245
<i>Коган Н. Ю.</i>	
ГОТЕЛЬНО-АНИМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ПРОГРАМИ В УКРАЇНІ	248
<i>Кожухівська Р. Б.</i>	
НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ СУЧАСНОГО МАСОВОГО ТУРИЗМУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ	250
<i>Кравченко Л. В.</i>	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ	252
<i>Литвин О. В.</i>	
АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	254
<i>Поворознюк І. М.</i>	
ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	257
<i>Слатвінська Л. А.</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	260
<i>Шкільний О. О.</i>	
УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	262
<i>Штангесва Н. І.</i>	
РОЛЬ ЯКОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ	266

СЕКЦІЯ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СФЕРИ

ПРОЗОРИСТЬ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ЧИННИК ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ

Бержанір А. Л., к. соц. н., доцент,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна

Функціонування системи соціально відповідального бізнесу передбачає впровадження принципів звітності і прозорості як перед акціонерами або засновниками, так і перед усіма зацікавленими сторонами (стейкхолдерами). Така практика, яка почала активно застосовуватись у країнах з ринковою економікою з кінця 1980-х рр. стала потужним інструментом впливу на поведінку компаній, зокрема, щодо залучення інвестиційного капіталу та формування довіри до фондових ринків.

У сучасних умовах розуміння інформаційної відкритості бізнесу відноситься не тільки до оприлюднення фінансової звітності, але й до систематичного надання інформації у межах управлінської ієрархії для контролю за процесами підприємницької діяльності, прийняття і виконання управлінських рішень. Усе це вимагає необхідності побудови відкритих структур управління і контролю підприємств, корпорацій тощо.

Разом з тим, і фінансова, і нефінансова звітність розрахована на однакові групи користувачів, однак інформація нефінансової звітності здатна задовольнити інформаційні запити більшої аудиторії, враховуючи тих, хто не володіє достатніми знаннями для тлумачення економічних показників. Водночас варто пам'ятати, що нефінансовий звіт по відношенню до фінансового є другорядним та лише доповнює його. Вичерпну інформацію про соціально-економічну діяльність компанії можна отримати після ретельного вивчення обох звітів [1].

Соціальна звітність дає конкретизоване і структуроване уявлення про соціально відповідальну діяльність бізнесу, включаючи і ті його види, які не піддаються кількісному виміру. Підготовка та публікація соціальної звітності корпорацій свідчить про те, що це не просто технічні звіти про виконану соціальну роботу та здійснені витрати на благодійність. Одночасно зі складанням звіту проводиться значна робота з коригування соціальної діяльності підприємств на основі врахування очікувань громадян [2].

Протягом останніх десятиріч у світі набуває все більшого поширення комплексна звітність, заснована на Керівництві Глобальної ініціативи із звітності (Global Reporting Initiative, GRI), яке є універсальною методикою нефінансової звітності підприємницьких структур. Система звітності за стандартом GRI забезпечує організацію процесу звітності про економічну, соціальну, екологічну і корпоративну діяльність та результативність бізнесу.

Враховуючи вітчизняні соціально-економічні реалії, А. О. Касич і Я. Ю. Яковенко вважають, що цілком виправданим став би підхід, коли підприємства самостійно обирають формат звітності, виходячи з розмірів компанії, рівня орієнтованості на закордонних користувачів, її стратегічних цілей тощо. Щодо періодичності звітності зі стійкого розвитку, то саме вона зумовлює цінність такої звітності. На нашу думку, цілком виправданими є традиційні строки подачі звітів щорічно чи раз на два роки [1].

Протягом останніх років (з 2011 року) за допомогою міжнародної методики, розробленої Beyond Business (Ізраїль) та Центром «Розвиток КСВ» визначається індекс прозорості найбільших українських компаній. За результатами 2017 року, середній рівень розкриття інформації з КСВ на сайтах українських компаній залишається досить низьким – 21,7%. З 99 компаній, сайти яких оцінювались, 41 має вищий, ніж середній рівень розкриття інформації [3, с. 4].

До ТОП-10 компаній увійшли ПАТ «Миронівський хлібопродукт», ДТЕК, ДП «НАЕК «Енергоатом», АрселорМіттал Кривий Ріг, ДП «НАЕК «Укренерго», ТОВ «Лайфселл», ПАТ «НАК Нафтогаз України», ТОВ «Нова пошта», СКМ, ПАТ «Карлсберг Україна». Серед ТОП-10 – 3 державні компанії: ПАТ «НАК Нафтогаз України», ДП «НАЕК «Укренерго» та ДП «НАЕК «Енергоатом» [3, с. 4].

Здебільшого на корпоративних сайтах зустрічається інформація про практику трудових відносин, розвитку і підтримки громад та охорони довкілля. Найменше висвітлюються питання винагороди керівництву, програми впровадження КСВ в ланцюг постачання та політика відповідального маркетингу. Як і в попередні роки, здебільшого українські компанії не висвітлюють результатів своєї КСВ-діяльності. Вимірюють їх переважно тільки ті компанії, які готують звіти. Навіть вони не завжди надають цю інформацію у відповідних розділах сайту [3, с. 5].

Позитивним зрушенням у розвитку КСВ і, відповідно, висвітленні політики та практики КСВ в українському суспільстві можна вважати збільшення компаній, які розробляють і реалізують антикорупційну і комплаєнс-політику та програми впровадження КСВ в ланцюг постачання. Секторальний аналіз продемонстрував більший рівень прозорості

агропідприємств, компаній енергетики і металургії. Найменший рівень прозорості у компаній видобувної сфери [3, с. 5].

Таким чином, перспективи розвитку соціально відповідальної практики компаній, поліпшення фінансової та корпоративної культури бізнес-структур залежать від підвищення рівня прозорості їх діяльності та обсягів і якості нефінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Касич А. О., Яковенко Я. Ю. Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/2609/20-10.pdf> (дата звернення: 08.05.2019).
2. Бержанір А.Л. Соціальна звітність як елемент системи соціальної відповідальності компаній. *Глобальні та національні проблеми економіки*: електрон. наук. фах. вид. 2017. № 16. URL: <http://global-national.in.ua/issue-16-2017>.
3. Індекс прозорості сайтів українських компаній-2017 / уклад.: А. Зінченко, Н. Резнік, М. Саприкіна. Київ : Юстон, 2018. 28 с.

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: СТАН І ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Білошкурський М. В., *к. е. н., доцент*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Україна, з огляду на ряд факторів, опинилася в епіцентрі інформаційної агресії. З початком російської агресії перед Україною постали серйозні інформаційні виклики, що потребують ретельного наукового дослідження. Питання інформаційної безпеки на різних рівнях управління постійно перебувають у центрі уваги дослідників.

Наукові та практичні аспекти інформаційної безпеки розглядали такі вчені, як: Д. Дубов [1], О. Жайворонок [2], К. Калюжний [3], Ю. Лісовська [4], О. Олійник [5] та ін. Втрати сторін унаслідок гібридної агресії Росії проти України, в тому числі в інформаційній сфері, оцінено у попередній роботі автора [6]. При цьому дослідники не приділили належної уваги проблемі комплексної оцінки стану та проблем забезпечення інформаційної безпеки України, що і є метою дослідження.

Якщо аналізувати інформаційну безпеку України через аспект російсько-українського конфлікту, маємо констатувати факт, що за всі роки від самого початку незалежності України, влада майже не намагалася забезпечувати регіони якісним інформаційним продуктом, спрямованим на формування у свідомості населення національної приналежності до України.

Фактично нашій державі з самого початку не вдалося вибудувати в східних регіонах та Криму продуманої, зваженої та послідовної інформаційної політики, яка б стала надійним базисом для подальшого захисту від експансіоністських інформаційних впливів. Навіть сьогодні очевидно, що Російська Федерація (РФ) на цьому напрямі провадить активну політику, тоді як Україна – реактивну, віддавши ініціативу противнику й лише реагуючи на його дії. Однак, зрозуміло, що така політика в принципі не може бути переможною.

Ситуація, яка склалася у східному регіоні нашої держави та в Криму, була обумовлена залежністю інформаційного простору від Росії. Доходимо висновку, що РФ задовго до подій 2014 року, від початку незалежності здійснювала інформаційний вплив, проводила інформаційно-психологічні операції, направлені на підрив національних інтересів та безпеки України. На цих територіях було створено потужний механізм – закладено капітальний медійний ґрунт: телеканали, друковані видання, радіостанції, Інтернет-ресурси. Населення Донбасу та Криму знаходилося під постійним проросійським ідеологічним впливом ЗМІ.

Відомо, що розвиток інформаційної галузі у світі значно випереджує зростання економіки – приблизно 5% і 3%, відповідно. Чотири найпотужніших світових інформаційних агентства – АРІ (США), CNN International (США) REUTERS (Великобританія), АРР (Франція) – контролюють більше 80% ринку світових новин, це дає їм змогу формувати певну думку громадськості [7, с. 128]. До того ж, з 30 найпопулярніших і найвпливовіших газет дев'ять виходить у Японії, десять – у Китаї, шість – у країнах ЄС, по одній в США, Південній Кореї та Російській Федерації, жодної в Україні. За таких умов Україна навряд чи може претендувати на гідне місце в поділеному за інформаційною ознакою світі. Навіть деякі фахівці вважають, що певні країни з нерозвиненим інформаційним простором, до яких на жаль, поки що належить і Україна, можуть бути лише споживачами інформаційних продуктів. В чому ми, власне, можемо переконатись.

Так, серед майже з 11,5 тисяч зареєстрованих друкованих видань реально виходить тільки половина. Про регіональні ЗМІ починають згадувати тільки під час виборчих кампаній. Порівняно з нормами ЮНЕСКО в нашій країні майже на 40% менше від мінімальної для цивілізованої країни кількість джерел інформації (100 примірників газет на рік на 1000 осіб) населення. В Україні цей показник становить тільки 62% [7]. А для того, щоб досягти світових стандартів, слід створити сприятливі умови для розвитку вітчизняних друкованих ЗМІ, насамперед шляхом зменшення податкового тиску.

Показним є те, що за результатами всеукраїнського опитування громадської думки проведеним у вересні 2018 року Київським міжнародним інститутом соціології, на замовлення ГО «Детектор Медіа» 18% українців користуються нині принаймні однією російською соціальною мережею. При цьому на запитання про те, якою мережею вони користуються найчастіше, 7% серед усіх респондентів назвали одну з російських мереж [8] (рис. 1).

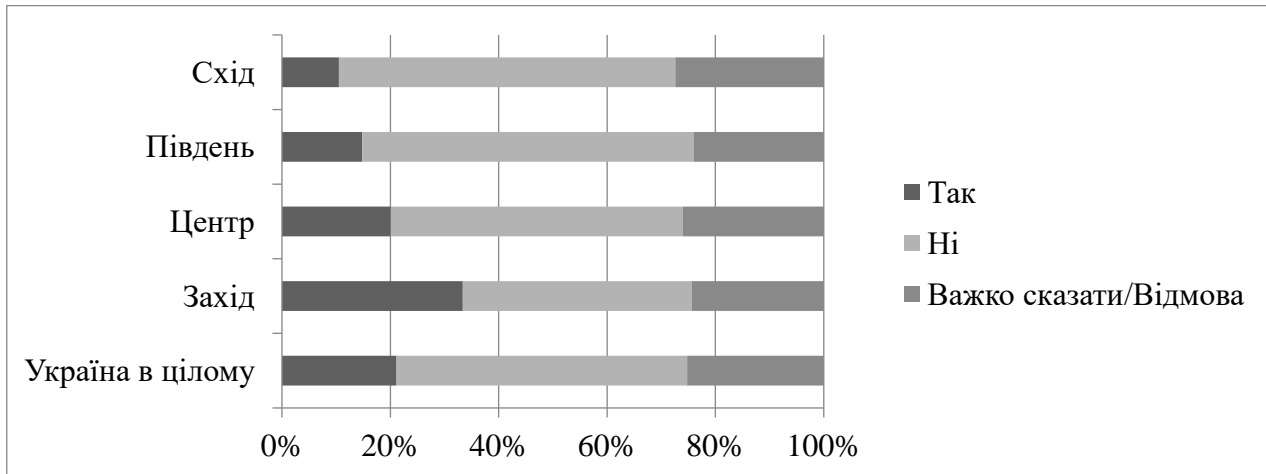


Рис. 1. Безпечність російських соціальних мереж на думку громадян України

Джерело: Сформовано за даними, наведеними у [8].

Найнижче користування російськими соціальними мережами – на Заході (13%). Водночас в інших регіонах це 18–23% населення. Трохи більше половини населення України (54%) не вважає, що користування російськими соціальними мережами є небезпечним. Вважають їх небезпечними 21%. При цьому, якщо на Заході небезпеку вбачають 33%, то в Центрі – уже 20%, на Півдні і Сході – 10,5–15% відповідно. Серед тих, хто користується принаймні однією російською соціальною мережею, 18% вважають їх небезпечною (не вважають – 73%). А серед некористувачів 22% вважають їх небезпечними (проти 49%) [8].

Отже, підсумовуючи вищевикладене, доходимо висновку, що наявна проблема виявлення загроз у системі забезпечення інформаційної безпеки держави через соцмережі та оцінювання їх рівня. Подолання даної проблеми має зводитися до розроблення нових методів і технологій виявлення та оцінювання таких загроз, розроблення заходів з їх нейтралізації та протидії відповідними відомствами й підрозділами. При цьому необхідно врахувати, що загрози інформаційної безпеки соціальних інтернет-сервісах не завжди проявляються всіма ознаками.

Таким чином, РФ використовує велику кількість інформаційних каналів, тим самим формуючи порядок денний в інформаційному просторі. Такі

інструменти інформаційної війни як «тролі» та «боти» навмисно заплутують, повторюють інформацію для максимального психологічного ефекту на цільову аудиторію, який має за мету зменшення критичного аналізу отриманої інформації. Дана модель агресивної пропаганди в Інтернеті, дозволяє Росії досягти потрібного їй ефекту, у тому числі сприяє формуванню єдиного російського гуманітарного простору, який відповідав би її інтересам. Навіть станом на сьогодні Росія продовжує використовувати смислові маніпуляції на інформаційному, дипломатичному, медійному фронтах. Такими діями створюючи собі сприятливий фон і ніби не прямо, а опосередковано забезпечуючи себе від супротиву. За таких обставин одним з першочергових завдань вітчизняних медіа має стати збалансування інформаційних повідомлень та уникнення мови ворожості. Крім того, слід утримуватись від тактики поширення хибної інформації у відповідь РФ, яка наперед є програвшою в умовах гібридної інформаційної війни.

Список використаних джерел

1. Стан та проблеми забезпечення державної інформаційної політики: зона проведення АТО та окуповані території : аналіт. доп. / за заг. ред. Д. Дубова. К. : НІСД, 2016. 135 с.
2. Жайворонок О. І. Сучасні загрози інформаційного тероризму умовах гібридної війни проти України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2018. № 4. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2018/103.pdf (дата звернення: 08.05.2019).
3. Калюжний К. Р. Сутність інформаційних прав людини в науці інформаційного права. *Юридичний вісник*. 2012. № 4(25). С. 55–58.
4. Лісовська Ю. П. Державна політика забезпечення інформаційної безпеки України: адміністративно-правовий аспект. *Молодий вчений*. 2015. № 2(17). С. 177–180.
5. Олійник О. В. Принципи забезпечення інформаційної безпеки України. *Юридичний вісник*. 2016. № 4(41). С. 72–78.
6. Biloshkurska N, Biloshkurskyi M., Chyrva H. Estimated losses of innovative capacity of the parties as a result of “hybrid” Russian aggression against Ukraine. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2018. Т. 4. № 5(42). С. 42-48. URL: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.142081> (дата звернення: 08.05.2019).
7. Хімей В. Основні сучасні проблеми інформаційної безпеки України. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Випуск 13. С. 127–132.
8. Ефективність державної політики у сфері інформаційної безпеки напередодні виборів: результати Всеукраїнського опитування громадської думки, проведеного КМІС на замовлення ГО «ДЕТЕКТОР МЕДІА». Аналітичний звіт. Жовтень-2018. URL : <https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/142044/report%20final.pdf> (дата звернення: 08.05.2019).

ДОВІРА ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ТА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Вінницька О. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна

Запорукою успіху функціонування будь-якого підприємства є цілісна, повноцінна, ефективна трудова діяльність його колективу. Основним чинником орієнтації колективу підприємства на загальний успіх є мотивація праці.

Дуопольна система мотивації праці підприємства складається з використання матеріальних і не матеріальних чинників. Традиційно матеріальними чинниками системи мотивації праці прийнято вважати різні види матеріальних винагород за виконану працю.

Відповідно до нематеріальних факторів системи мотивації праці можна віднести чинники морального, психологічного та інших особистісних аспектів діяльності.

До матеріальних методів мотивації праці відносяться:

- заробітна плата;
- преміювання працівників;
- страхування;
- медичне забезпечення;
- оплата мобільного зв'язку;
- оплата бензину;
- безкоштовні обіди та ін.

До нематеріальних методів мотивації праці можна віднести:

- позитивний морально-психологічний клімат у колективі;
- міжособистісне формальне та неформальне спілкування працівників різних функціональних підрозділів;
- створення нових робочих місць;
- можливість особистого професійного зростання;
- самореалізація;
- поява нових робочих місць;
- довіра.

Саме довіра як специфічний показник соціального капіталу підприємства є визначальним нематеріальним фактором мотивації трудової діяльності [1].

Усі матеріальної складової мотивації трудової діяльності мають низку своїх недоліків.

За визначенням ОЕСР, соціальний капітал являє собою комплекс зв'язків, підтримуваних на основі неформальних цінностей, норм і понять, які поділяються членами соціальної групи і спільноти, що створюють між ними критичну масу довіри і соціальної підтримки, ефективне співробітництво і взаємодію [2].

Ф. Фукуяма визначає соціальний капітал як «підтверджені неформальні норми, що сприяють співробітництву між двома або значною кількістю індивідумів» [3, с.44].

Мотивації, що спрямовують працю людини та прагнення до накопичення коштів, пов'язані з визнанням більш тісно, ніж самі види цієї діяльності, тому гроші стають символом не матеріальних благ, а символом соціальної значущості та статусу. Якщо прийняти до уваги той факт, що соціальні відносини можуть визначатися ситуаційним положенням, у якому знаходяться люди по відношенню один до одного, посідаючи різні місця на шкалі соціальної нерівності або за іншими соціальними показниками, тоді соціальний капітал може мати егалітарні або не егалітарні якості.

Егалітарні визначаються рівністю або близькість соціальних позицій, що займаються (багатство, влада, престиж, знання та ін.), неегалітарні – породженні нерівності.

Думки науковців з цього приводу різняться.

Ф. Фукуяма з цього приводу каже наступне: «Стан соціального капіталу в конкретному суспільстві має серйозні наслідки для того, до якого роду устрою економіки воно прийде в результаті соціалізації. Якщо люди, що працюють разом в одній компанії, довіряють один одному в силу єдності своїх етичних норм, витрати виробництва будуть нижчі. І навпаки, люди, що не довіряють один одному, у кінці кінців зможуть співпрацювати у рамках системи формальних правил та регламентацій – системи, що потребує постійного листування, узгодження, відстоювання у суді та забезпечення виконання, інколи примусово. Весь цей юридичний апарат, що замінює довіру, призводить до того, що економісти називають «операційними витратами» [3].

Отже, для Ф. Фукуяма довіра – індикатор наявності або відсутності дійсно адекватного для економіки соціального капіталу, а в конкретному випадку і для підприємства. І навпаки – зростання операційних витрат, а отже скорочення довіри, призводить до появи «квазі» соціального капіталу. Такі союзи не ефективні.

Можна зробити висновок, що довіра – це кількісна характеристика взаємних відносин суб'єктів, що засновані на вигідності економічних результатів взаємодії і на впевненості та сумлінності лояльності один одного.

Оскільки ми виходимо з постулатів, що довіра є як основним індикатор так і основною «одиницею» соціального капіталу створеного на конкретному підприємстві, у конкретному колективі, то доцільно визначити основні форми соціального капіталу, для того щоб ідентифікувати форми довіри, а отже форми нематеріальної мотивації в компанії.

Основними формами соціального капіталу є:

- Обов'язки, очікування та надійність структури.
- Інформаційні канали.
- Норми та ефективні санкції.

На нашу думку, «довіра», як основний нематеріальний фактор мотивації трудової діяльності підприємства має подвійну природу: з одного боку, це основний індикатор, показник соціального капіталу, з іншого боку, «довіра» є безпосереднім джерелом формування соціального капіталу.

Список використаних джерел

1. Чутка О.А. Вплив соціального капіталу на мотивацію трудової діяльності працівників аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2010. №2. С. 116-121.
2. Woolcock M. The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes. *HRD Canada and the OECD*, 2000. March 19-21, URL: <http://www.oecd.org/els/papers/papers.htm#1> (дата звернення: 03.05.2019).
3. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния. *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология*. АСАДЕМІА. 1999. С.123-162.

ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА МІКРОРІВНІ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Гарник О. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Формування адекватної системи мотивації праці в умовах інноваційного розвитку економіки України, є неможливим без уважного вивчення стану соціально-трудова відносин регіону та визначення специфічних тенденцій його розвитку.

Упродовж останніх 20 років розвиток соціально-трудова сфери Черкаської області, як і інших регіонів України, відбувається у несприятливих умовах (загострення соціально-економічних, екологічних проблем, політична нестабільність, демографічна криза, безробіття, вкрай обмежене фінансування освіти, науки, культури, низькі доходи більшості працюючих тощо). За останні 10 років було втрачено колишні передові позиції порівняно з іншими

регіонами. Стали, загалом, менш сприятливими умови доступу населення до освіти, забезпечення добробуту населення, здорового і тривалого життя [1].

Здійснимо аналіз основних показників, що впливають на розвиток регіону та формування системи мотивації праці Черкаської області з використанням матеріалів Держкомстату України та Головного управління статистики у Черкаській області.

На нашу думку, одним із головних показників розвитку регіону є демографічна ситуація. Чисельність жителів країни в цілому та окремих її регіонів є результатом взаємозумовленого розвитку усієї сукупності процесів суспільного розвитку і, насамперед, соціально-економічних та демографічних. За повідомленням Головного управління статистики упродовж 2018 року чисельність наявного населення Черкаської області зменшилась на 14012 осіб і, за оцінкою, на 1 січня 2019 року становила 1206,4 тис. осіб, з них міського населення – 684,0 тис. осіб та сільського – 522,4 тис. осіб.

За рахунок природного скорочення, яке відбулось внаслідок перевищення в 2,3 рази кількості померлих над народженими, чисельність населення області зменшилась на 11544 особи. За рахунок міграційного руху чисельність населення області скоротилась на 2468 осіб [2].

Наступним етапом дослідження соціально-трудової сфери Черкаської області є аналіз номінальних та реальних доходів населення.

Заробітна плата штатних працівників, зайнятих в галузях економіки, у 2018 році становила 7478 грн., що на 23,8% більше, ніж у минулому році. Реальна заробітна плата у 2018 році збільшилась на 11,4%. Загальна заборгованість із виплати заробітної плати на 01.01.2019 становила 58,5 млн. грн., що на 47,3% менше, ніж на початок року, у тому числі на економічно активних підприємствах – 42,1 млн. грн. (на 55,6 % менше, ніж на початок року).

Аналіз стану зайнятості населення на регіональному ринку праці Черкаської області дозволяє відзначати зменшення кількості економічно активного населення, що відбулося як за рахунок зменшення кількості зайнятого, так і безробітного населення. Кількість зареєстрованих безробітних на кінець січня 2019 року становила 19,7 тис. осіб. Рівень зареєстрованого безробіття в цілому по області збільшився на 0,3 в.п. порівняно з попереднім місяцем і становив на кінець січня 2019 року 2,7% населення працездатного віку [3].

У регіоні гостро не вистачає робочих місць з гідною заробітною платою. У структурі доходів населення Черкаської області (особливо сільського) помітно зросла не роль трудових доходів, а соціальної допомоги, перш за все, пенсій.

Варто підкреслити, що такі зміни у структурі доходів свідчать, передусім, про дефіцит робочих місць з прийнятними умовами праці та її оплати.

Важливим чинником формування адекватної системи мотивації праці є розвиток підприємницької діяльності.

За попередніми даними у 2018 році індекс промислової продукції склав 101,9 % (по Україні 101,1 %), а загальне виробництво продукції сільського господарства порівняно з відповідним періодом 2018 року збільшилось на 13,1 %, у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – на 16,2 %, у господарствах населення – зменшилось на 5,1 %.

За інформацією Головного управління ДФС в області у сфері малого підприємництва функціонує 8414 малих підприємств. Станом на 01.02.2019 зареєстровано 50480 підприємців-фізичних осіб. Внески підприємницьких структур області до бюджетів усіх рівнів у січні 2019 року становили 280,5 млн. грн.

В контексті досліджуваної проблеми слід підкреслити роль підприємництва у створенні можливостей для реалізації мотивів та розширенні зайнятості населення, підвищення доходів працівників, загальному зростанні їх добробуту, що забезпечує соціальну стабільність у суспільстві.

Важливим для розвитку соціально-трудової сфери Черкаської області, як і інших регіонів України, є впровадження новітніх технологій. Досягнення науки і технології визначають не тільки динаміку економічного зростання, але і рівень конкурентоспроможності держави у світовому співтоваристві. Проаналізувавши стан розвитку інноваційної діяльності в Україні за допомогою Глобального інноваційного індексу, можна зазначити, що у періоді 2016–2017 рр. спостерігається підвищення значення індексу, що свідчить про поступове поліпшення ситуації у сфері інновацій в Україні. Також варто зазначити, що у 2018 р. порівняно з 2017 р. відбулося підвищення ефективності інновацій, що дало змогу Україні посісти 5 місце серед 126 країн за показником індексу ефективності інновацій [3].

В сучасних економічних умовах інновації стають головним засобом збереження конкурентоспроможності і невід'ємною частиною підприємницької діяльності, забезпечуючи максимально можливий прогресивний вплив на виробництво. За даними Державної служби статистики України у 2017 році відбулося скорочення кількості підприємств промисловості, що провадили інноваційну діяльність (на 9% порівняно з 2016 р. до 16,2 % всіх промислових підприємств), що відбулося внаслідок значного скорочення інноваційно-активних підприємств [2].

Результати статистичного дослідження Черкаської області показали, що у 2017 р. лише 25 підприємства з 145 займалися інноваційною діяльністю (2016 р. – 18 підприємств із 146).

Найвищий рівень інноваційної активності спостерігався на підприємствах машинобудування (26% від загальної кількості, що займалися інноваційною діяльністю), у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів. Інноваційною діяльністю займалися промислові підприємства шести міст та тринадцяти районів області. Як і в попередні роки, переважна більшість інноваційно активних підприємств зосереджена у містах обласного підпорядкування.

Необхідною умовою формування соціально-трудових відносин в умовах інноваційних змін є використання інтелектуального капіталу. Як відомо, частка працівників із вищою освітою демонструє рівень інтелектуалізації суспільного виробництва в державі. Номінальний рівень окладу характеризує рівень ефективності зайнятості працівників відповідно до заробітної плати. Рівень інтелектуалізації в ринковій економіці розглядається як один із індикаторів прямого впливу на розмір номінального окладу працівників. Кореляційний аналіз показників показує взаємозалежність між кількістю працівників із вищою освітою та відповідно їх номінальним окладом. За даними кореляції, можна зробити висновки, що ті види економічної діяльності, які представлені значною часткою працівників із вищою освітою характеризуються і вищим номінальним окладом. Це варто тлумачити як суттєвий чинник впливу інтелектуального капіталу на заробітну плату [4].

Частка працюючих із вищою освітою у різних сферах діяльності представлена значною мірою диференційовано і в Черкаській області, і в країні загалом. У Черкаському регіоні коефіцієнт варіації (відношення середньоквадратичного відхилення до середнього значення показника) частки працівників із вищою освітою дорівнює 68,7 %, тоді як загалом у державі – 79,0 %. Варіативність номінального окладу у різних сферах діяльності трохи менша, ніж попередній показник, і становить на Черкащині 45,7 %, а в країні – 57,5 % [5].

Отже, як засвідчує аналіз стану та динаміки змін, які відбуваються у соціально-трудовій сфері Черкаської області, мова йде про депресивний регіон, який потребує модернізації економіки. Тут мають місце: низький дохід, який перешкоджає якісному людському розвитку в регіоні, негативно впливаючи на тривалість життя, доступність освіти, рівень добробуту населення, накопичує конфліктність у взаємовідносинах роботодавців і найманих працівників; проблеми заборгованості з виплат заробітної плати, які також негативно позначаються на стані соціально-трудових відносин; зменшення кількості

економічно активного населення; гостро не вистачає робочих місць з гідною заробітною платою; у структурі доходів населення зростає соціальна допомога, за рахунок виплати пенсій; спостерігається невисокий рівень інноваційної активності підприємств і формування та використання інтелектуального капіталу регіону.

Список використаних джерел

1. Головне управління статистики в Черкаській області. URL: http://www.ck.ukrstat.gov.ua/?p=stat_inform (дата звернення: 08.05.2019).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.05.2019).
3. Лепетюха Н.В., Липська А.С. Сучасний стан інноваційної діяльності промислових підприємств України. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/21.pdf (дата звернення: 08.05.2019).
4. Ткаченко Е. А. Причины деформации трудовых ценностей и мотивов работников в условиях формирования инновационной экономики в Украине. *Международное научное издание «Современные фундаментальные и прикладные исследования»*. АНО «УЦ «МАГИСТР». 2013. № 3(10). С. 141—145.
5. Черкаська обласна державна адміністрація. Підсумки соціально-економічного розвитку. URL: <http://ck-oda.gov.ua/pidsumky-sotsialno-ekonomichnoho-rozvytku> (дата звернення: 08.05.2019).

ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ РИСКОВ: ИНФОРМАЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД

Дронь М. И., к. пед. н., доцент
Республиканский институт высшей школы,
г. Минск, Республика Беларусь

Конкурентоспособный специалист в условиях современного стремительного роста требований к качеству применяемых способов профессиональной деятельности – от простейших до высокотехнологичных – это компетентно действующий профессионал в условиях сложнейших производств в различных сферах деятельности, безусловно владеющий всеми тонкостями своей специальности и профессии, свободно ориентирующийся в производственных ситуациях, легко находящий выход из сложнейших жизненных коллизий социума благодаря своему творческому потенциалу, профессиональной, мировоззренческой, физической, социально-экономической и технологической подготовке, способный решать эффективно и результативно задачи независимо от степени сложности окружающих его рисков и негативно действующих факторов.

Подготовка и деятельность такого специалиста возможны при условии реализации современных инновационных подходов и технологий, учитывающих состояние, перспективы, направления происходящих изменений в производственной и научной сферах, сфере быта и жизнедеятельности человека в целом на уровне локальных и глобальных процессов тактического и стратегического характера, на уровне микро-, мезо-, макро- и мегасистем, в которых он функционирует, обучается, живет и взаимодействует с окружающим его объективным и субъективным миром [1].

Специалист такого уровня – это не просто исполнитель, это творческая личность, способная генерировать нестандартные идеи и решения, создавать лично и социально значимые продукты в процессе своей образовательной, научной, производственной деятельности, оценивать результат, корректировать его, прогнозировать, проектировать, конструировать и реализовывать деятельность на креативном, эвристическом уровне, уровне прорывных, опережающих технологий [1].

Современный конкурентоспособный специалист – это высокоинтеллектуальная, духовно, нравственно, физически и эстетически развитая личность, с высоким уровнем сформированности экологических, правовых, гражданских качеств, отличающаяся информационно-коммуникативной культурой, профессиональным тактом, культурой семейных отношений, экономической подготовкой, социальной зрелостью, мобильностью, способностью к самообучению, самообразованию, саморазвитию.

Конкурентоспособному специалисту присуща компетентность в области современных интернет-технологий во всем их многообразии – от создания, передачи и приема текстовой, визуальной, мультимедийной информации до владения языками программирования, вопросами сайтостроения, облачными, сетевыми технологиями, технологиями обработки статистической информации и др.

Высокий уровень автономности, самостоятельности, способности к самоорганизации – важнейшая черта конкурентоспособного специалиста.

Специалист находится на пересечении нескольких видов конкуренций: многоуровневой личной конкуренции, конкуренции организации в которой он работает и внешних по отношению к нему структур – ведомственных, межведомственных и международных.

Личная конкуренция имеет уровни: внутренний (отдел, лаборатория, кафедра, участок); уровень организации, в которой он работает (работа, действия специалиста затрагивает интересы специалистов из других подразделений организации); ведомственный (влияние деятельности специалиста на комфортность работы специалистов из других организаций,

например, почасовиков, полставочников или же влияние на самочувствие специалистов, работающих в других организациях); вневедомственный (конкуренция с специалистами из других отраслей производства); международный уровень конкуренции.

Конкуренция организаций, фирм, корпораций, взаимодействуя с личной конкуренцией также сказывается на жизнедеятельности специалиста,

Может оказаться так, что конкурентоспособность специалиста высокая, а конкурентоспособность организации низкая, что приводит к проблемам его профессиональной деятельности и наоборот.

Можно выделить два направления подготовки, определяющие конкурентоспособность специалиста: подготовка, связанная с его компетентностью в вопросах специальности и профессии: сам уровень и качество такой подготовки сказывается на его конкурентоспособности, и второе направление – подготовка специалиста в области конкуренции и конкурентоспособности отдельной личности и организации и соответствующих их действий.

Не только первое направление, но и второе, является важным фактором успешной профессиональной деятельности человека. Быть конкурентоспособным означает не только иметь высокий уровень профессионализма в определенной сфере деятельности, но и умение защитить свой статус, имидж, знание и владение технологиями таких действий.

Рассмотрим технологии конкурентоспособных действий специалиста и подготовки его к таким действиям в условиях современных рисков.

Первая технология связана с реализацией концепции «международной конкурентоспособности наций» и теории конкуренции Майкла Портера.

В соответствии с теорией Майкла Портера на рынке действует пять движущих сил, определяющих конкурентоспособность выпускаемой продукции: рыночная власть покупателей, рыночная власть поставщиков, угроза вторжения новых участников, опасность появления товаров – заменителей, уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция. В каждом конкретном случае следует выстроить модель пяти сил конкуренции по Портеру в виде матрицы конкуренции [2].

Модель позволяет проанализировать особенности и оценить уровень конкуренции для конкретной организации. Далее выстраивается диаграмма, вершинами которой могут быть показатели, характеризующие конкурентоспособность специалиста.

В случае подготовки кадров модель адаптируется к особенностям основных факторов, действующих в системе образовательных учреждений.

Заслуживает внимания применение в подготовке специалиста и его профессиональной деятельности технологии SWOT-анализа [3].

SWOT означает: S – Strengths, сильные стороны; W – Weaknesses, слабые стороны; O – Opportunities, возможности; T – Threats, угрозы.

На сегодняшний день разработан SWOT-анализ: деятельности фирмы, производственного предприятия; государственной или некоммерческой организации; образовательного учреждения; личности; территории: страны, региона, района, города; отдела, проекта; SWOT-анализ отдельного проекта, отдела; рынка или отрасли; SWOT-анализ конкурентоспособности продукта, товара, услуги, бренда.

Составляется SWOT-матрица. На основе оценки окружающей среды определяются угрозы и возможности внешних факторов, сильные и слабые стороны внутренних факторов. Выявленные возможности и риски позволяют спланировать стратегию деятельности как в подготовке специалистов, так и в любой сфере их профессиональной деятельности.

Возникновение SWOT-анализа связывается с 1960-ми, 1970-ми годами, когда консультант по менеджменту из США Альберт Хамфри разработал SOFT-анализ. S – Satisfactory (удовлетворительные показатели на данный момент), O – Opportunities (возможности, достижение которых связывается с будущим), F – Fails (неудачи или провалы компании на текущий момент), T – Threats (угрозы, которые могут возникнуть в будущем). В 1964 году в Цюрихе SOFT был трансформирован в SWOT на семинаре по планированию. F – fails было заменено на W – weaknesses.

По предложению Heinz Wehrich SWOT-анализ начал применяться в форме SWOT-матрицы (2x2). Такова история возникновения, развития и применения SWOT-анализа в стратегическом менеджменте, в подготовке и деятельности специалистов и оценке их конкурентоспособности [3].

Кроме SWOT-анализа разработаны другие модели построения стратегии [5].

Таким образом, представленная модель конкурентоспособного специалиста и технологии его подготовки и деятельности представляют собой креативные информационно-инновационные системы, функционирование которых осуществляется на основе самоорганизации и синергии их составных частей в соответствии с принципами современного менеджмента и маркетинга.

Список использованных источников и литературы

1. Дронь М. И. Концептуальные основы становления, функционирования и развития информационной педагогики. *Высшая школа*. 2019. №1. С. 55-58.
2. Лысенко С., Портер Майкл. URL: <https://hrliga.com/index.php?module=who&op=view&id=563> (дата обращения: 09.05.2019).
3. Метод SWOT анализа в стратегическом управлении. URL: http://powerbranding.ru/marketing_lessons/swot-analisis/ (дата обращения: 08.05.2019).

4. Портер Майкл. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Альпина Паблишер, 2019. 952 с.
5. 17 моделей построения стратегии. URL: <http://marketing.by/mnenie/17-modeley-postroeniya-strategii/?mobile=N> (дата обращения: 11.05.2019).

ПІДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРІВ В АГРАРНИХ УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ ТА СУСІДНІХ ДЕРЖАВ

Каричковський В. Д., *д. пед. н., доцент*

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Каричковська С. П., *к. пед. н., доцент*

Уманський національний університет садівництва

м. Умань, Україна

В умовах становлення ринкової економіки пріоритетними напрямками державної політики України є удосконалення інституційного середовища аграрного сектору та гармонізація вітчизняного законодавства відповідно до європейських та світових стандартів. Повноцінна реалізація потенціалу аграрного сектору передбачає забезпечення високої економічної ефективності господарювання. За таких умов істотно зростає роль системи управління, де провідну функцію відіграє належне забезпечення агровиробництва висококваліфікованими менеджерами, здатними до вирішення питань управління, планування та контролю у підприємствах різних організаційно-правових форм господарювання. У такому контексті одним із найважливіших завдань є вивчення та впровадження у національну систему вищої освіти сучасного досвіду інших держав.

Проведений порівняльний аналіз особливостей підготовки майбутніх менеджерів аграрної сфери в університетах України [1], Російської Федерації та Польщі дозволив здійснити узагальнене порівняння ключових елементів педагогічних та організаційних умов в розрізі досліджуваних країн (табл. 1). Для порівняння були використані дані організаційно-педагогічних умов підготовки менеджерів освітніх ступенів бакалавр та магістр у трьох аграрних університетах України: Національного університету біоресурсів та природокористування України [2], Харківського національного аграрного університету імені В.В. Докучаєва [3] та Сумського національного аграрного університету [4]; трьох аграрних ВНЗ Російської Федерації: Російського державного аграрного університету «Московська сільськогосподарська академія ім. К.А. Тимірязєва» [5], Омського державного аграрного університету [6] та Саратовського державного аграрного університету [7] та трьох аграрних ВНЗ Республіки Польща: Варшавського сільськогосподарського університету [8], Краківського аграрного університету [9] та Люблінського університету природничих наук [10].

Таблиця 1

Узагальнене порівняння педагогічних та організаційних умов підготовки менеджерів аграрних ВНЗ України, Російської Федерації та Республіки Польща

Україна	РФ	Польща
Основний нормативний акт, що регулює освітні процеси в аграрних університетах		
Закон України «Про вищу освіту»	Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»	Prawo o szkolnictwie wyższym
Принцип вступу до ВНЗ		
На базі ЗНО (незалежне оцінювання знань за певними предметами), конкурс	На базі Єдиного державного екзамену (незалежне оцінювання знань за певними предметами), конкурс	Nowa matura (незалежне оцінювання знань за певними предметами), конкурс
Форми проведення занять		
лекції, аудиторні практичні, семінарські, лабораторні	лекції, аудиторні практичні, семінарські, лабораторні	лекції, аудиторні, семінарські, лабораторні
Взаємне визнання дипломів ЗВО		
Так	Так	Так
Кількість аграрних університетів в країні		
22	54	6
Кількість студентів аграрних університетів, тис. осіб (за даними 2013 року)		
97,3	350,0	31,9
Термін навчання у бакалавріаті на базі середньої освіти, років		
4	4	3
Обсяг бакалаврської програми на базі середньої освіти, кредитів (ECTS)		
240	240	180
Обсяг магістерської програми, кредитів (ECTS)		
90-120	120	90
Обсяг кредиту ECTS (залікової одиниці), академічних годин		
30	36	30
Тривалість академічної годин, хвилин		
40	45	40
Сумарна тривалість навчання (бакалавріат (ліценціат) та магістратура), в перерахунку на астрономічні години		
6600 (7200)	9720	5400
Сумарна кількість дисциплін (бакалавріат (ліценціат) та магістратура) в досліджуваних аграрних ВНЗ		
73 – 85	63 – 82	62 – 74
Частка практик в загальному навантаженні (бакалавріат (ліценціат) та магістратура) в досліджуваних аграрних ВНЗ, %		
3,33 – 10,0	14,7 – 20,0	1,33 – 3,62
Кількість дисциплін групи «менеджмент» в досліджуваних аграрних ВНЗ		
19 – 25	18 – 24	9 – 15
Обсяг навантаження дисциплін групи «менеджмент» в досліджуваних аграрних ВНЗ, кредитів (залікових одиниць) ECTS		
79 – 93	66 – 92	34 – 59
Розмір ВВП аграрного сектору економіки, млн. дол. США (дані 2015 року)		
12834,2	62985,6	11424,8
Середня сума загальнодержавних витрат на одного студента ВНЗ, дол. США (дані 2012 року)		
1594,7	2219,3	2805,3

Вказані дані підтверджують відносну подібність освітніх систем України, Республіки Польща та Російської Федерації у розрізі консолідованих принципів парадигми вищої освіти. При цьому, розгляд окремих кількісних та якісних показників системи вищої освіти дозволяє виділити специфічні особливості, зумовлені культурно-історичними традиціями вищої школи та сучасним станом розвитку суспільно-економічних процесів досліджуваних держав. Ці характерні ознаки адаптують систему вищої освіти кожної з країн до вимог часу та часто відображають недетерміновані процеси і явища, що дозволяють системі враховувати весь діапазон внутрішніх та зовнішніх факторів і є власне індикаторами національних особливостей освітніх систем.

Сучасний етап розвитку освіти характеризується значним рівнем студентської міграції, причинами якої є різні темпи розвитку національних економік, лібералізація міграційних процесів, розвиток інформаційних технологій та інші. Тому за останні роки кількість студентів-громадян України, які навчаються за кордоном суттєво зросла, зокрема істотно зріс попит на здобуття вищої освіти у Республіці Польща. Основою для створення таких умов є оптимальна структура фінансування освітньої галузі, що для Республіки Польща передбачає близько 20% фінансування на капітальні інвестиції: сучасне навчальне обладнання та устаткування, нові споруди та приміщення навчальних корпусів та гуртожитків, різноманітне технологічне обладнання та транспортні засоби тощо, тоді як в Україні переважна частка фінансування (до 90%) спрямовується на підтримання існування освітніх інституцій, а саме: фінансування фонду оплати праці працівників, витрати на комунальні потреби і поточний ремонт та інше [11]. Таким чином, інвестиції у капітальні проекти є основою розвитку національної освітньої системи та підставою для зменшення відтоку вітчизняних абітурієнтів до закордонних ЗВО, а за умови створення належних організаційних та педагогічних умов можуть бути факторами залучення іноземних громадян до навчання у закладах вищої освіти України.

Список використаних джерел

1. Каричковський В. Д., Каричковська В. Д. Інституційні основи підготовки майбутніх менеджерів в аграрних ВНЗ України. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах* : зб. наук. пр. / голов. Ред.. Т. І. Сущенко. Запоріжжя : КПУ, 2016. Вип. 50 (103). С. 400-408.
2. Каталог навчальних планів і програм підготовки бакалаврів 2015-2016 навчальний рік. В-Ц НУБіП. 2015, 358 с. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u34/7560_Каталог_Бакалавр_2015_повний_текст_для_друку.pdf
3. Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва : веб-сайт. URL: <http://www.knau.kharkov.ua> (дата звернення: 11.05.2019).
4. Сумський національний аграрний університет : веб-сайт. URL: <http://www.sau.sumy.ua> (дата звернення: 11.05.2019).

5. Российский государственный аграрный университет «Московская сельскохозяйственная академия им. К.А. Тимирязева» : веб-сайт. URL: <http://old.timacad.ru:8080> (дата обращения: 11.05.2019).

6. Омский государственный аграрный университет: веб-сайт. URL: <http://omgau.ru> (дата обращения: 11.05.2019).

7. Саратовской государственный аграрный университет: веб-сайт. URL: <http://www.sgau.ru> (дата звернення: 15.05.2019).

8. Варшавський сільськогосподарський університет (Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie) : веб-сайт. URL: <http://www.sggw.pl> (дата звернення: 11.05.2019).

9. Краківський аграрний університет (Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie) : веб-сайт. URL: <https://urk.edu.pl> (дата звернення: 11.05.2019).

10. Люблінський університет природничих наук (Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie : веб-сайт. URL: <http://www.up.lublin.pl> (дата звернення: 11.05.2019).

11. World Development Indicators : веб-сайт. URL: <http://www.worldbank.org> (дата звернення: 10.05.2019).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СВОБОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Киреенко В. П., к. физ.-мат. н., доцент

Конечкая А. С., студент

Институт бизнеса БГУ

г. Минск, Республика Беларусь

В современных условиях одним из основных факторов развития экономики государства выступают свободные (особые) экономические зоны (далее – СЭЗ), важнейшей целью создания и функционирования которых является привлечение инвестиций для развития экономического и научного потенциала на различных территориях.

В целях привлечения отечественных и иностранных инвестиций для создания и развития производств, основанных на современных технологиях, обеспечения благоприятных условий для экономического развития регионов Республики Беларусь в 1998 году были созданы первые СЭЗ «Минск» и «Гомель-Ратон». Впоследствии в течение четырех лет были созданы еще четыре: СЭЗ «Брест», СЭЗ «Витебск», СЭЗ «Гродноинвест», СЭЗ «Могилев». Стоит отметить, что территория СЭЗ Республики Беларусь составляет чуть больше 0,1 % от всей территории страны (207595 кв. км.), однако эта цифра довольно велика в сравнении с другими странами Европы и Азии, где доля территории СЭЗ не дотягивает и до 0,01%.

Резиденты СЭЗ Беларуси имеют следующие льготы и преференции [1]:

– освобождение от уплаты налога на прибыль, полученной от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства на экспорт или другим резидентам белорусских СЭЗ;

– освобождение от уплаты налога на недвижимость и арендной платы по зданиям и сооружениям, расположенным на территории СЭЗ;

– освобождение от уплаты государственной пошлины за выдачу иностранным гражданам и лицам без гражданства, привлекаемым резидентом СЭЗ для реализации инвестиционного проекта на территории СЭЗ, специальных разрешений на право занятия трудовой деятельностью в Республике Беларусь;

– финансирование расходов на создание инженерной и транспортной инфраструктуры, требуемой для реализации инвестиционного проекта резидента СЭЗ, в первоочередном порядке за счет средств, предусматриваемых в Государственной инвестиционной программе и местных бюджетах, в случае реализации резидентом СЭЗ инвестиционного проекта с заявленным объемом инвестиций более 10 млн. евро.

Так деятельность предприятия в СЭЗ «Минск» способствует уменьшению налогов и сборов в целом примерно на 50% (табл. 1). Такие льготы подстегивают предприятие работать более эффективно и конкурентоспособнее, предлагая высококачественный товар по более выгодной цене.

Таблица 1

Сравнение налогов предприятия в условиях деятельности

Виды налогов и сборов	Ставки по налогам и сборам	
	Для резидентов РБ	Для резидентов СЭЗ «Минск»
Выручка от реализации	2,0%	0%
Налог на добавленную стоимость	18,1%	50% от ставки (9%)
Налог на прибыль	24%	Освобождение на 5 лет с момента объявления прибыли
Налог на недвижимость	1% в год	Освобождение от налога
Транспортный сбор	3%	Освобождение на 3 года с момента объявления прибыли

Такие выгодные условия привлекают многих инвесторов и предприятий. Однако не каждое предприятие может стать резидентом СЭЗ. Для того чтобы реализовать инвестиционный проект в свободной экономической зоне, необходимо, чтобы он отвечал следующим условиям [1]:

– соответствие целям и задачам создания и деятельности СЭЗ, приоритетам социально-экономической политики государства;

– отсутствие аналогичных производств на территории Республики Беларусь вне территории свободных экономических зон;

– заявленный объем инвестиций в реализацию инвестиционного проекта должен составлять сумму, эквивалентную не менее 1 млн. евро (или 500 тыс. евро при условии их инвестирования в течение 3 лет с даты регистрации);

– создание и (или) развитие производства, ориентированного на экспорт и (или) импортозамещение.

По состоянию на 1 января 2019 года, в СЭЗ Республики Беларусь зарегистрировано 419 предприятий, основное количество которых – в СЭЗ «Минск» – 112 резидентов. Динамика изменения количества резидентов за последние 6 лет представлена на рисунке 1 [2].

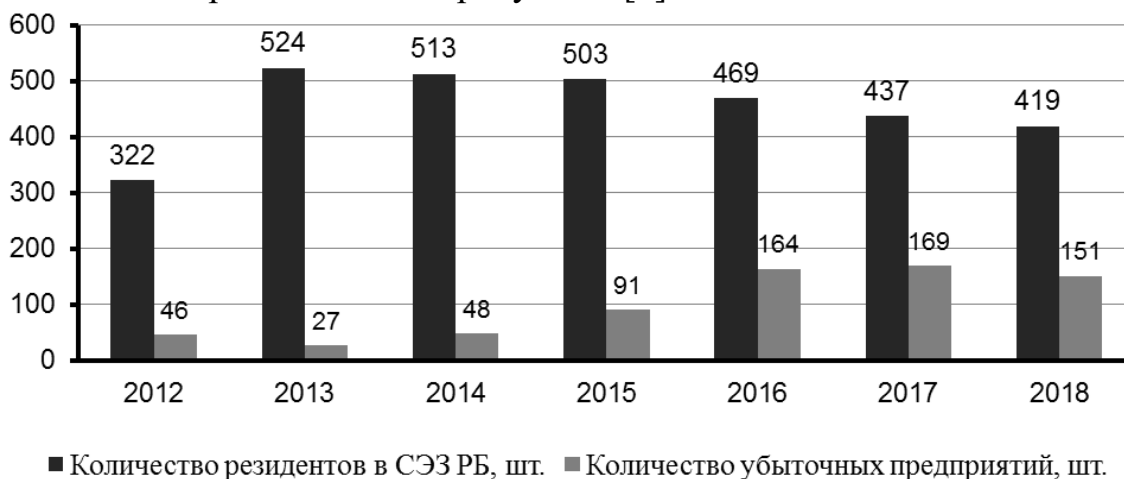


Рис. 1. Количество резидентов в СЭЗ Республики Беларусь

Рисунок показывает, что в 2013 году произошло резкое увеличение количества резидентов СЭЗ. Такой скачок был обусловлен изменением законодательства, в частности, резидент СЭЗ, зарегистрированный до 1.01.2014 г., освобождался от таможенных пошлин по ввозу и вывозу продукции за пределы страны на 5 лет, чего не имели резиденты, зарегистрированные позднее. Однако рост практически сразу начал падать, поскольку многие предприятия были не в силах осуществлять свою деятельность в качестве резидентов СЭЗ, платить ежеквартально 1000 у.е. в фонд развития СЭЗ и поставлять более 50% продукции на экспорт. Поэтому ежегодно количество слабых резидентов сокращается, и все идет к тому, что через 3-4 года показатель зарегистрированных резидентов вновь окажется на уровне 2012 года.

Анализируя представленную динамику, можно отметить значительный рост количества убыточных предприятий за последние годы, что можно объяснить тяжелой экономической ситуацией, сложившейся в этот период в Республике Беларусь. Экономический кризис, нестабильность курса валют и большие риски привели к спаду в деятельности резидентов СЭЗ, уменьшению инвестиций, сокращению производства.

За последние 6 лет количество рабочих мест, созданных на предприятиях-резидентах СЭЗ, увеличилось с 65561 до 122384 человек, или на 187% [2]

(рис. 2). Особенно резкий скачок был в 2013 году, что также можно объяснить массовой регистрацией предприятий ввиду отмены таможенных льгот.



Рис. 2. Списочная численность работников и их средняя зарплата

Данные показатели свидетельствуют о положительном движении в борьбе с безработицей и повышением занятости населения. В среднем, если смотреть данные за 2018 года, то на каждое предприятие приходится по 290 работников (419 предприятий, 122384 работников).

Показатели инвестиций в основной капитал [2], (рис. 3) демонстрируют рост до 2016 года, что связано с большим наплывом предприятий, их стремлением расширить свою деятельность. Однако затем инвестиции начали падать, и за два последних года уменьшились практически вдвое. Основным фактором снижения инвестиций стал экономический кризис в 2016 году, который задел все сферы деятельности предприятий и приостановил приток инвестиций.

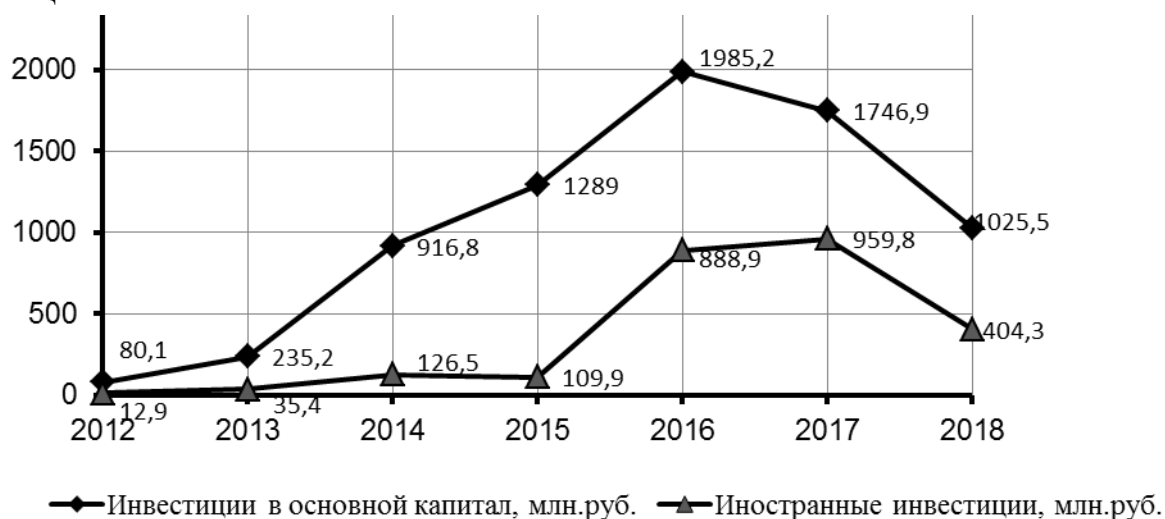


Рис. 3. Инвестиции в основной капитал резидентам СЭЗ

Рассмотренные показатели деятельности СЭЗ в Республике Беларусь, свидетельствуют о том, что свободные экономические зоны создают благоприятные условия для ведения бизнеса предприятий, улучшают инвестиционный климат в стране, повышают экономическую ситуацию, а также сокращают безработицу и увеличивают количество рабочих мест.

Список использованных источников и литературы

1. Об утверждении положений о свободных экономических зонах и внесении изменений и дополнений в постановления Совета Министров Республики Беларусь по вопросам деятельности свободных экономических зон : постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21.05.2009 г. № 657. *Консультант Плюс*: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», *Нац. центр правовой информ.* Республики Беларусь. Минск, 2019.

2. Основные показатели деятельности резидентов свободных экономических зон Республики Беларусь в 2012-2018 годах. *Национальный статистический комитет Республики Беларусь*. Минск, 2019. URL: <http://www.belstat.gov.by>. (дата обращения: 02.04.2019).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У СИСТЕМІ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ

Кірдан О. П., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Нині в умовах цифрової епохи та інтенсивного розвитку інформаційних технологій освіта набула ролі основного чинника вирішення низки соціально-економічних і гуманітарно-культурних проблем. Вища економічна освіта є невід'ємним складником української системи підготовки висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців. Для забезпечення успішної участі України у європейському та світовому економічному співтовариствах необхідним є забезпечення наступності у неперервній економічній освіті.

Система неперервної економічної освіти в Україні формувалася упродовж століть, однак звернення до актуалізації її дослідження детермінована масштабною освітньою реформою останніх років. Переконані, що удосконалення системи неперервної економічної освіти неможливе без інновацій та нововведень. Низка сучасних нововведень у закладах вищої освіти виправдані, якщо вони базовані на спадкоємності та наступності, зберігають позитивні набуток останніх десятиліть. Дослідження системи неперервної економічної освіти посилюється не лише тим, що мова йде про значиму професію та галузь професійної діяльності, про її вагому суспільну значущість, що потребує опертя на вітчизняні освітні та культурні традиції. Однак цифрова трансформація освіти і економіки, запит стейкхолдерів на випускника-

професіонала, глобалізаційні та інтеграційні процеси спонукають до перегляду технологій професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти.

Науковий і практико орієнтований пошук спрямований на створення і використання в закладах вищої освіти найбільш ефективних технологій, у тому числі заснованих на принципово нових ідеях. Особливого значення набуває і практичний інноваційний досвід, який спирається на максимальне використання особистісних потенційних здібностей і викладацького складу закладів вищої освіти, і здобувачів вищої освіти. На педагогічну науку нині покладається відповідальне завдання: забезпечити провідну роль у створенні сучасних форматів та інноваційних практик підготовки майбутніх економістів; використовуючи результати фундаментальних досліджень і прикладних розробок, проведених в рамках інших галузей науки, забезпечити розробку ефективних технологій навчання і викладання, розвитку та виховання майбутнього економіста в системі неперервної освіти.

У практиці сучасних закладів вищої освіти України широко використовуються технології диференційованого і проблемного навчання, ігрові та інформаційні технології, кредитно-модульна технологія, особистісно-орієнтоване і студентоцентроване навчання.

Серед технологій, апробованих у власній науково-педагогічній діяльності з професійної підготовки бакалаврів і магістрів економічних спеціальностей в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини, найбільш ефективними були технології навчання, засновані на особистісній орієнтації педагогічного процесу (особистісно-орієнтовані технології, технології індивідуалізації навчання); технології активізації та інтенсифікації діяльності студентів (ігрові технології, проблемне навчання, технологія кейс-стаді) і технології навчання на підставі ефективності управління та організації навчального процесу (модульне навчання, кредитно-модульна технологія, модульно-рейтингова технологія, технологія дистанційного навчання) та ін.

Перспективними напрямками удосконалення професійної підготовки майбутнього економіста в системі неперервної освіти, на наш погляд, є технологія інтерактивного навчання, яка передбачає основні інноваційні формати професійної підготовки – тренінг, наставництво, навчання дією, коучинг (індивідуальний і командний), менторинг, ділові та імітаційні ігри, фасилітація і ін.

У попередніх публікаціях [1; 2] ми акцентували на перевагах інноваційних технологій навчання, зокрема технології контекстного навчання, адже «студент перебуває в діяльній позиції, оскільки поєднується активне теоретичне та практичне навчання; зміст навчальних дисциплін (набуття

загальних та фахових компетентностей) засвоюється у контексті розв'язання змодельованих професійних ситуацій, що сприяє розвитку професійної мотивації, особистісного усвідомлення значення навчання» [1, с. 64].

Розглянемо сучасні технології навчання з позицій доцільності їх використання у професійній підготовці майбутніх економістів в системі безперервної освіти. Так, досить поширеною є технологія проблемно-модульного навчання, яка передбачає принципово нові засади організації процесу викладання і навчання, істотне збільшення часу самостійної роботи студентів в процесі навчання.

Упровадження технології освітньо-наукових кластерів забезпечить перехід від масової і репродуктивної професійної підготовки фахівців на вищий рівень – індивідуально-творчої підготовки майбутніх економістів. Крім того, саме кластери дають можливість об'єднати в освітньому процесі зусилля та інтереси всіх стейкхолдерів у єдиний комплекс економічної освіти, виховання і розвитку майбутнього фахівця.

Список використаних джерел

1. Кірдан О.П. Контекстне навчання як сучасний тренд професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. *Розвиток освітньої системи: європейський вектор*: матеріали II Міжн. наук.-метод. конф. Харків: ФОП Панов А.М., 2019. С. 63–65
2. Кірдан О.П. Модулювання інноваційних практик професійної підготовки майбутніх економістів у системі неперервної освіти. *Економіка і менеджмент 2019: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 квіт. 2019 р. : у 8 т. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. С. 55–56.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Коробкин А. З., к. э. н., доцент,

*УО «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации»*

Кузнецова Е. В.

*УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации» в УП «Гомельтурист»*

г. Гомель, Республика Беларусь

Целью представленных тезисов является освящение современных методических подходов к совершенствованию экономического анализа эффективности продаж в организациях торговли Республики Беларусь в рамках

Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [1].

В современных условиях конкурентной борьбы за потребителя экономическому анализу эффективности продаж в торговых организациях необходимо придавать особое значение, так как повышается роль продаж в более эффективном и конкурентоспособном развитии организации.

Оценка эффективности продаж является одним из важных этапов анализа экономической эффективности торговых организаций.

Эффективность продаж в торговле представляет собой экономическую категорию, составляющую компоненту экономической эффективности торговли, отражающую с какой отдачей используются экономические ресурсы торговли и осуществляются ее расходы в целом, а так же по отдельным ее видам.

Таким образом, эффективность продаж в торговых организациях характеризует эффективность их деятельности по критериям экономической эффективности соотношения объемов продаж с экономическими ресурсами и расходами торговли, выраженными следующими коэффициентами:

$$\frac{\text{объем продаж}}{\text{расходы торговли}} \rightarrow \max \quad (1)$$

$$\frac{\text{объем продаж}}{\text{экономические ресурсы торговли}} \rightarrow \max \quad (2)$$

Показатели эффективности продаж в торговле отражают, сколько товарооборота приносят экономические ресурсы и затраты организации, вложенные в торговую деятельность. Таким образом, оценка эффективности продаж в торговле предусматривает определение и расчет показателей эффективности деятельности организации, связанных с продажами.

Предлагаемая к использованию система показателей оценки эффективности продаж в торговых организациях состоит из следующих подсистем или групп показателей (рис. 1).

В организациях многоотраслевой направленности с основным видом деятельности – торговля, какими являются большинство торговых организаций эффективность продаж оценивается в целом по организации с помощью такого показателя, как совокупный товарооборот торговли, представляющий собой сумму розничного и оптового товарооборота за период.



Рис. 1. Система показателей оценки эффективности продаж в торговых организациях

Кроме этого, при расчете обобщающих показателей эффективности продаж в торговле, используются такие показатели, как совокупные экономические ресурсы торговли, совокупные расходы торговли, совокупный валовой доход торговли, представляющие собой сумму соответствующих показателей по розничной и оптовой торговле.

Показатели *темпов роста объемов продаж в сопоставимых ценах и доли рынка* хоть и не выражены через критериальные соотношения показателей эффективности продаж, тем не менее включены в систему показателей оценки эффективности продаж в торговых организациях. Это аргументируется тем, что изменение реальных объемов продаж и доли рынка организации является предпосылкой роста или снижения эффективности продаж как в целом по организации, так и по соответствующему виду торговой деятельности.

Изучение показателей эффективности продаж необходимо проводить в динамике за ряд лет, а также в сравнении с показателями других торговых организаций и среднеотраслевыми показателями.

Для эффективного развития организации в целом, конкретного вида ее торговой деятельности темпы роста валовых доходов должны быть ниже темпов роста прибыли и превышать темпы роста товарооборота, экономических ресурсов и расходов. Для этого должно выполняться следующее соотношение как в целом по торговой деятельности, так и по розничной и оптовой торговле:

$$T_{np} > T_{вд} > T_{т} > T_{эрт} \geq T_{рт}, \quad (3)$$

где T_{np} – темп роста прибыли от реализации в торговле в целом и по видам торговой деятельности, %;

$T_{вд}$ – темп роста валовых доходов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %;

T_m – темп роста совокупного товарооборота торговли и по видам торговой деятельности, %;

$T_{эрт}$ – темп роста экономических ресурсов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %;

$T_{рт}$ – темп роста расходов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %.

Более быстрый рост товарооборота по сравнению с валовыми доходами ведет к снижению их уровня. Превышение темпа роста валовых доходов над темпом роста расходов ведет к росту доходности расходов. Рост доходности от использования экономических ресурсов произойдет в случае, если рост валовых доходов будет опережать рост экономических ресурсов. Опережающий темп роста валовых доходов над расходами ведет к увеличению доходности затрат.

Таким образом, применение предложенных подходов позволит повысить уровень аналитической работы в торговых организациях, выявить неиспользованные резервы увеличения реальных объемов продаж, тем самым, улучшив их финансовое состояние и конкурентные позиции на рынке.

Список использованных источников и литературы

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года: Одобрена на заседании Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 10 февр. 2015 г. *Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2015.*

ЗАГРОЗИ НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ В СФЕРІ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

Насипайко Д. С., к. е. н.

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна*

Виявлення загроз національній економіці в сфері соціально-трудових відносин не втрачає актуальності для вітчизняної науки і практики. Над проблематикою виявлення загроз національній економіці, соціальної безпеки продовжують працювати такі вітчизняні науковці як А. М. Гриненко, В. І. Куценко, Я. В. Остайфічук, В. А. Предборський, А. І. Сухоруков, А. А. Халецька та інші.

Аналіз стану і динаміки соціально-економічних індикаторів свідчить, що в

найближчі 5–10 років відбудеться суттєве зменшення трудового потенціалу у зв'язку із скороченням населення молодших та найбільш активних вікових груп при одночасному виході на пенсію населення. Такі структурні зрушення призведуть до посилення навантаження непрацездатними громадянами на працюючих членів суспільства і, як наслідок, викличуть у цілому більшу потребу в їх соціальній підтримці.

У контексті тенденцій поліпшення загального економічного і соціального стану в 2018 р. порівняно з 2010 р. чисельність зайнятого населення збільшилася на 1 %. Однак, необхідно зазначити, що динаміка зростання не є досить сталою. Наведені процеси мають тісний зв'язок з безробіттям, яке в 2010 р. склало 1712,5 тис. осіб, а у 2018 р. вже зменшилось до 1577,6 тис. осіб. Загальновідомо, що безробіття супроводжується економічними втратами, призводячи до зменшення валового національного продукту (ВНП), його відставанням від потенційного ВНП, який визначається за припущення існування природного рівня безробіття та певних «нормальних» темпів економічного зростання [1].

Крім зниження життєвого рівня, психологічних травм та інших негативів, безробіття – це марнотратство ресурсів, оскільки безробітні не можуть реалізувати себе як повноцінні працівники. Однак про поліпшення ситуації щодо безробіття свідчить зменшення навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце – в 2010 р. величина показника становила 9, а у 2017 р. – 7 осіб на одне вільне робоче місце [1].

Таким чином, в контексті загального поліпшення економічної і соціальної ситуації, в Україні наявні процеси мінімізації впливу системи загроз національній економіці в сфері соціально-трудових відносин.

Не можна не торкнутися питання належної оплати праці як основи доходів населення і потому – основи відтворення робочої сили – основного елемента людського капіталу. Дані Державного комітету статистики України говорять про існування значної диференціації заробітної плати за видами економічної діяльності. Так, невиправно низька заробітна плата була у 2018 р. у сфері охорони здоров'я та наданні соціальної допомоги і водночас невиправдано завищена заробітна плата у фінансовій та страховій діяльності.

Низький рівень оплати праці, яка у 2019 р. в Україні складає 0,85 євро за годину проти 2,41 євро в Албанії, 8,5 євро у Польщі і 44 євро у Данії, є одним з визначальних чинників виїзду економічно активного населення нашої країни за кордон в пошуках праці [3].

Низька заробітна плата руйнує активну легальну економічну поведінку молоді. Тому необхідною умовою скорочення безробіття як загрозливого явища є створення такої системи оплати праці, котра б найповніше відповідала

проблемам реформованої ринкової економіки, а інвестиції в людський капітал збільшили б збереження наявних робочих місць. Не зважаючи на зростання величини номінальної заробітної плати, темпи її приросту повинні узгоджуватися з пороговими значеннями, які визначають, наскільки реальний стан певного сегмента соціально-трудої сфери відхиляється від оптимального. Слушно дійти висновку, що сьогодні ні середня, ні мінімальна заробітна плата в нашій країні не виконують функції відтворення робочої сили навіть на найнижчому рівні, тому споживчий бюджет населення із середніми прибутками за рівнем витрат на харчування свідчить, що переважна більшість сімей перебуває на межі голодування, а це дає підстави до висновків про поступову деградацію людського капіталу. Варто також пам'ятати, що низький рівень оплати праці – це не тільки низький рівень життя населення, а й низький платоспроможний попит. Що менші доходи, то менший і відповідний попиту рівень виробництва, отже, нинішні доходи населення – фактор стримування розширення внутрішнього ринку та технологічного оновлення виробництва [2, с. 57].

Стимулюючим фактором також є зменшення величини заборгованості із заробітної плати від 7933,3 млн. грн. в 2004 р. до 2463,3 млн. грн. в 2019 р. (зменшення в 3,2 рази), а також зростання за 2010-2018 рр. грошових витрат та заощаджень на душу населення з 280565 грн. до 809046 грн. [4].

Існування даного явища свідчить про оптимізацію відносин в площині працівник – роботодавець, що позитивним чином впливає на сферу соціально-трудої відносин національної безпеки.

Рівні зайнятості та безробіття значною мірою впливали на формування доходів населення як основного джерела фінансового забезпечення складових механізму соціального захисту, а також диференціацію життєвого рівня населення.

Окреслене дозволяє констатувати невпевнений та суперечливий розвиток сфери соціально-трудої відносин.

Список використаних джерел

1. Основні показники ринку праці (річні дані). URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/rp/ean/ean_u/arh_osp_rik_u.htm (дата звернення: 05.05.2019).
2. Насипайко Д. С. Відтворення людського капіталу : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. 164 с.
3. Розміри заробітної плати в Європі. URL: <https://migrant.biz.ua/dovidkova/emigracia/zarplata-v-ievropi.html> (дата звернення: 05.05.2019).
4. Сума заборгованості з виплати заробітної плати. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/gdn/zvz/zvz_19_u.htm. (дата звернення: 05.05.2019).

СУЧАСНІ І ПЕРСПЕКТИВНІ ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ: СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЇ РОСТУ

Петренко П. С., к. е. н., доцент

почесний академік Міжнародної Кадрової Академії

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

м. Умань, Україна

Учені Української Академії Наук, виконавча і законодавча влади, а також Рахункова палата, як незалежний державний орган фінансового контролю, неодноразово проводили обговорення самих актуальних проблеми української економіки і бюджетно-фінансової сфери. В наукових статтях вчених і практиків обговорювалися проекти бюджетів на черговий рік і велися дискусії з приводу підсумків прогнозів соціально-економічного розвитку країни.

В черговий раз наше дослідження підтверджує висновки вітчизняних і зарубіжних вчених, що питання про цілі, межі і можливості держави в області регулювання економікою – одні з центральних і в економічній теорії, і в реальній господарській практиці. Держава несе відповідальність за економічну безпеку країни, яка одночасно є основою її національної безпеки.

Для суспільства найважливішим завданням є підвищення ефективності держави і його життєвий соціально - економічний рівень. Оцінка ефективності діяльності органів державної влади, а загалом держави – це складна управлінська і наукова проблема. У її рішенні в розвинених західних країнах Вищі органи контролю державних фінансів (ВОКДФ), у рамках покладених на них повноважень, виконують ключову роль, приділяючи увагу науці і стратегічним проблемам розвитку економіки. Фактично, ВОКДФ зобов'язаний систематично представляти суспільству, Главі держави і парламенту *об'єктивну оцінку щодо ефективного використання національних ресурсів для реалізації політики держави.*

Проведеним дослідженням встановлено, що в науковому світі окремі вчені, як вітчизняні так і зарубіжні, українську Рахункову палату вважають ВОКДФ, не маючи на це підтвердження з правової і організаційної точки зору. Ні в Конституції України ні в сучасних законах України (у тому числі Законі України «Про Рахункову палату» від 2 липня 2015 року № 576 [1]) цьому органу офіційно не надано статус ВОКДФ. Проте, в зазначеному законі вперше Рахунковій палаті надані повноваження не тільки здійснювати фінансовий контроль, а також – оцінку ефективності і доцільності витрачання державних коштів і використання державної власності, здійснюючи аудит ефективності. Проте, про стратегічний аудит в зазначеному законі немає ніяких застережень.

Проведене дослідження дало можливість висвітлити вирішення проблем, що потрібно здійснити для економічного зростання держави. Нові завдання, які покладені на сучасному етапі на управління економікою, фактично є організаційно-управлінські проблеми, які потребують розробку і впровадження прогресивних форм і методів планування і управління, в яких зацікавлене все суспільство. Зрозуміло, що будь-яка масштабна організаційна перебудова потребує впровадження управлінських нововведень, а таким нововведенням є стратегічний аудит.

Встановлено, що формування і здійснення державних програм за часів незалежності України – це складний процес економічного, політичного, соціального протистояння різних сил, оскільки ні жодна програма не досягла запланованого результату тобто не досягла своєї кінцевої мети [2, с. 53; 3, с. 24]. Програми побудовані на низькій кінцевій ефективності, не дозволяють реально вирішити наболілі соціально-економічні проблеми, обійти, ослабити об'єктивні перепони, котрі стоять на шляху досягнення об'явлених цілей.

Визначено, що у економічно розвинених країнах величезне значення у суперечливих економічних і політичних умовах розвитку економіки надається зовнішньому державному контролю. Це зв'язано з використанням організаційних процедур оцінки, проведення аудиту ефективності і скасування неефективних програм.

Із багатьох факторів, які можуть призвести до росту економіки, автором виділяються три основні чинники успіху:

Перший – слід оцінити загальні багатства країни¹. Необхідно розробити методіку і на її основі прийняти програму про цільові, комплексні правові і організаційні можливості країни для подальшого розвитку економіки (оцінити реальний стан ресурсів, активізувати легальну підприємницьку діяльність тощо). І тут перед нашими підприємствами і організаціями встала проблема стратегічного управління, передбачення майбутнього, без чого неможливі ефективні капіталовкладення, розробка і виробництво нової продукції, реструктуризація і реорганізація.

Другий – необхідно розробити програму *ефективного управління трудовим потенціалом країни*. Це стосується виявлення повного комплексу правових, адміністративних, соціально-економічних проблем, котрі тісно пов'язані з регулюванням трудової міграції і імміграції. Визначення цих проблем дуже

¹ Досі не проведена оцінка національного багатства країни (затягується інвентаризація об'єктів державної власності; не визначені принципи розподілу держвласності на державну, регіональну і власність органів місцевого самоврядування; група реальних активів не залучена в легальний господарський оборот (земля, лісові угіддя, нерухомість). Великий обсяг нелегітимних активів не лише стримує розвиток фондового ринку, а сприяє розвитку «організованої злочинності» і росту тіньової економіки, корупції.

важливе для подальшого розвитку економіки, оскільки вже сьогодні *труд* становиться самим дефіцитним ресурсом в Україні.

ВУЗ, установи професійної освіти повинні готувати фахівців, які потрібні виробництву. Це непродуктивна витрата сил і коштів, коли ми учимо фахівця 15 років – від школи до ВУЗ, а потім підприємство вимушене його перенавчати, оскільки навички і уміння не відповідають потребами реального виробництва.

Третій – перехід до нової якості і нової структури соціально-економічного розвитку – впровадження системи стратегічного прогнозування. Без розробки такої системи неможливо забезпечити довготерміновий ріст і в економіці в цілому, і на окремому підприємстві.

Одним з елементів такої системи є *стратегічний аудит*. Питанням розвитку стратегічного аудиту в системі зовнішнього державного фінансового контролю присвячена праця І. А. Ангеліної, яка дослідила проблеми впровадження стратегічного аудиту, як нового інструменту державного аудиту [3]. Здійснений автором аналіз дає можливість стверджувати, що *стратегічний аудит* – це не обговорення доцільності прийнятих державою рішень. Це спеціальна методика, яка дозволяє оцінити ресурсну забезпеченість і реалізованість виконання стратегічних планів.

Список використаних джерел

1. Про Рахункову палату : Закон України від 2 липня 2015 року № 576. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2015. № 36. ст.360.
2. Симоненко В. К. П'ятирічка крутого піке. *Економічні есе*. К.: Довіра, 2016. 327 с.
3. Ангелина И.А. Стратегический аудит в системе государственного финансового контроля. URL: <http://www.teoria-practica.ru/-3-2013/economics/angelina.pdf> (дата звернення: 05.05.2019).

ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ З ЕКОНОМІКИ У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

Підлісний Є. В., *ст. викладач*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Демократичні перетворення, що відбуваються в нашій країні, непрості процеси, пов'язані з формуванням правової держави, проведенням судово-правової та адміністративної реформ, окреслили одну з найсерйозніших проблем сучасного суспільства – вкрай низький рівень правової культури громадян.

Успішне вирішення цієї проблеми неможливе без виховання у кожного громадянина глибокої поваги до закону, формування готовності безпосередньо

активно брати участь у втіленні його положень у повсякденне життя, що знаходить відображення в законодавчих та інших нормативно-правових актах де особливо важливим напрямом національної політики є виховання правової культури студентської молоді.

У сучасний період історії України, коли почався процес послідовної і системної модернізації, заснованої на цінностях та інститутах демократії, законності і правопорядку, проблема формування у кожного громадянина, особливо у молоді, правової культури стає актуальною.

Аналізу наукової літератури з проблеми формування правової культури майбутніх економістів показав, що правове суспільство життєздатне лише тоді, коли його члени мають високий рівень правової культури; правова культура служить каналом взаємодії особистості, суспільства і держави; розвиток держави потребує у різних сферах виробництва добре підготовлених фахівців, які б мали достатні професійні знання та навички, а також були добре обізнаними з чинним законодавством; рівень юридичної грамотності студентів не відповідає потребам гармонійного розвитку особистості і вимогам суспільства (недостатня правова поінформованість, різний рівень почуття правової відповідальності, пасивність окремої частини студентів при аналізі та оцінці правових ситуацій тощо) [2, 4, 5].

Проте, незважаючи на існування різних поглядів на правову культуру та наявність значної кількості робіт з проблеми, сьогодні залишається практично не порушеним одне з ключових питань – науковий інтерес до формування правової культури у студентів – бакалаврів з економіки.

Правову культуру майбутніх бакалаврів з економіки нами визначено як освоєний і матеріалізований досвід їх професійної діяльності, заснований на єдності правових і економічних знань, умінь, правомірної поведінки і готовності особистості керуватися правовими переконаннями в різних видах економічної діяльності.

Під формуванням правової культури майбутніх бакалаврів з економіки розумітимемо планомірно керований, цілеспрямовано організований процес систематичного впливу на особистість всією сукупністю форм, методів, засобів наявних в арсеналі сучасної освітньої діяльності для засвоєння правових знань, переконань, потреб, цінностей, звичок активної правомірної поведінки, імунітету до скоєння правопорушень.

У формуванні правової культури студентів економічних спеціальностей вбачаються такі особливості: переконання в необхідності для особистості і суспільства існування системи правових цінностей; усвідомлення студентами ідеї єдності правового простору, що знаходить прояв у тісному взаємозв'язку всіх держав, незважаючи на самотійність їх економічних, політичних і

військових устремлінь; розвиток здатності розв'язувати протиріччя між суспільством, економікою та юриспруденцією шляхом їх гармонізації; глибоке вивчення правового регулювання економічних відносин з використанням комп'ютерних правових систем; виховання особливого інтересу до регіональних і місцевих економічних і правових проблем.

На основі аналізу поглядів науковців на структуру правової культури та проведеного моніторингу виокремлено три критерії сформованості правової культури майбутніх бакалаврів з економіки – мотиваційно-ціннісний, когнітивно-інформаційний, діяльнісно-поведінковий [1, 3].

Мотиваційно-ціннісний критерій (мотиваційний та ціннісний складники) відображає рівень сформованих у студента домінуючих мотивів поведінки та ціннісних орієнтацій при правовому вирішенні економічних ситуацій. Сформованість мотиваційно-ціннісного критерію правової культури майбутніх бакалаврів з економіки визначається на основі таких *показників*: ціннісних орієнтацій і правових установок, зокрема шанобливого ставлення до системи чинних у суспільстві правових норм, розуміння морального змісту закону; сформованості ціннісно-правових мотивів готовності до соціально значущої поведінки; виховання моральних і прагматичних якостей особистості, що виявляються в соціальній і правовій активності у правотворчості, правозастосуванні, правоохоронній діяльності; адекватній позитивній самооцінці; прагненні до самовиховання; негативній оцінці до правопорушень і осіб, що їх здійснюють.

Когнітивно-інформаційний критерій визначає базові професійні (економічні та правові) знання економістів, що відображено в їхній обізнаності у суміжних галузях, широкий професійний кругозір. Він проявляється у таких *показниках*: оволодінні економічними й правовими знаннями, відомостями про необхідні прийоми і навички правової діяльності, застосуванні отриманих знань на практиці, а також у постійно мінливих життєвих ситуаціях і в своїй професійній діяльності, виходячи з визнання соціальної цінності права, орієнтуванні в спеціальній літературі, умінні користуватися довідковими правовими системами; розвитку правосвідомості.

Діяльнісно-поведінковий критерій (діяльність, поведінка, активність) передбачає економічні вміння, здатність до практичного застосування знань в економіко-правових ситуаціях, креативні здібності, рефлексивні, науково-дослідницькі вміння в галузі економіки, здатності виконувати правову діяльність на оптимальному рівні активності; уміння адекватно орієнтуватися в правовій сфері життя. *Показниками* сформованості критерію є: заохочення особистості до практичної правової діяльності; навички та вміння адекватно застосовувати закон у реальній життєвій ситуації і майбутній професійній

діяльності; аргументовано переконувати у своїх поглядах; прагнення до самореалізації у правовій діяльності; вироблена звичка дотримуватись правових норм; правомірна поведінка; соціально-правова активність.

На основі визначених критеріїв та показників схарактеризовано рівні сформованості правової культури майбутніх бакалаврів з економіки: високий, середній та низький.

Високий рівень характеризується стійкою орієнтацією на правові цінності професійної діяльності, чіткою виразністю спрямованості на необхідність постійного професійного вдосконалення, володінням розвиненою системою базових економічних та правових знань і необхідними вміннями у практичній діяльності.

Середній рівень позначається нестійкими орієнтаціями на цінності економіко-правової діяльності, слабким усвідомленням потреби застосовувати знання, вміння і навички у професійній діяльності.

Низький рівень окреслюється невизначеними орієнтаціями на цінності економіко-правової діяльності, відносним інтересом до правових знань, наявністю окремих умінь і навичок, які не завжди є достатніми для моделювання різних економічних і правових ситуацій.

Формування правової культури майбутніх бакалаврів з економіки у процесі фахової підготовки є цілісною єдністю взаємозумовлених, взаємопов'язаних і динамічно взаємодіючих в освітньому процесі складників-блоків: методологічно-цільового (мета (формування правової культури майбутніх бакалаврів з економіки у процесі фахової підготовки), підходи (аксіологічний, особистісно орієнтований, компетентнісний, системний, культурологічний, діяльнісний, комплексний), принципи (раціональності, свідомості, відкритої позиції, діалогової взаємодії, цивілізованості економічної діяльності та правової культури студента)), змістово-процесуального (етапи (адаптаційно-мотиваційний, розвивально-операційний, професійно-орієнтований), зміст (оновлення змісту дисциплін: «Економікс», «Економіка підприємства», «Фінанси і кредит», «Бухгалтерський облік», «Маркетинг», «Менеджмент», «Економічна теорія», «Юридична відповідальність у галузі економіки»), форми (лекція-бесіда, бінарна лекція, проблемна лекція, тренінг, індивідуальний практикум, зустрічі з працівниками правоохоронних органів, тематичні вечори, консультації-співбесіди, конкурси, громадські перегляди фільмів, вистав, телепрограм, індивідуальний освітній маршрут, створення бізнес-проекту, модерація, залучення до різноманітних видів правозастосовчої діяльності), методи (проблемний, вирішення практичних завдань, вправ, «портфоліо», метод «право на питання», кейс-стаді, моделювання конкретних правових ситуацій (проблемні семінари), тематичної дискусії, «круглий стіл», метод правотворчості; «мозковий штурм», складання правових документів),

технології (диференційоване та проблемне навчання, модульна, проектна, ігрова), засоби (електронний підручник, застосування мультимедіа-систем і інтерактивних комп'ютерних засобів; електронний бібліотечний каталог, локальні й глобальні обчислювальні системи, система телеконференцій, контроль знань за допомогою тестових комплексів)), оцінно-результативного (критерії (мотиваційно-ціннісний, когнітивно-інформаційний, діяльнісно-поведінковий), рівні (високий, середній, низький), відповідний результат (підвищення рівня правової культури майбутніх бакалаврів з економіки).

Отже, проведений аналіз наукових здобутків із проблеми формування правової культури майбутніх бакалаврів з економіки у процесі фахової підготовки у психолого-педагогічній, юридичній, філософській та ін. літературі показав, що вони можуть бути класифіковані на кілька груп: першу (розкрито історико-теоретичні питання правової освіти та виховання дітей і дорослих, а також подано дослідження прикладного характеру з акцентом на вивченні ефективності механізму правової компетентності учнів та студентської молоді), другу (досліджено питання розвитку правової свідомості особистості), третю (порушено різні аспекти правової культури суспільства й індивідів: філософський, соціокультурний, педагогічний та юридичний тощо), четверту (проблеми узгодження економічної діяльності та правової культури), п'яту (розкриття професійних якостей студентів економічних спеціальностей, серед яких виокремлююся законослухняність, правопорядність, совість, відповідальність за якість прийнятих рішень, прогнозування на цій основі ефективності економічних рішень). Особливо увагу приділено специфіці фахової підготовки майбутніх бакалаврів з економіки в контексті формування у них правової культури. Проте, незважаючи на стійкий інтерес до різних проблем правової культури фахівців, питання формування правової культури майбутніх бакалаврів з економіки у процесі фахової підготовки недостатньо розроблено в теорії і практиці професійної освіти.

Список використаних джерел

1. Бенькович Н. В. Педагогічні умови моніторингу якості професійної підготовки майбутніх економістів у вищому навчальному закладі: дис. канд. пед. наук. Київ, 2014. 200 с.
2. Клунко Р. Ю. Формування правової культури майбутнього вчителя як елемент підготовки до професійної діяльності. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. Серія: Психолого-педагогічні науки. 2015. № 3. С. 148–151.
3. Підлісний Є. В. Модель формування правової культури майбутніх бакалаврів економіки. *Молодь і ринок*. 2018. № 11(166). С. 152–159.
4. Романова І. А. Компетентнісний підхід до правової освіти студентів. *Педагогіка та психологія*. 2008. Вип. 33. С. 26–35.
5. Самарук Н. М. Формування професійної компетентності майбутніх економістів. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України*. Серія: Педагогічні науки. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2011_2_12 (дата звернення: 18.07.2018).

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Пітель Н. Я., к. е. н., доцент

Новак І. М., д. е. н., доцент

Уманський національний університет садівництва

м. Умань, Україна

Сучасні трансформації глобалізованого світового господарства відчутно і визначально впливають на розвиток економіки України. Тому міжнародна торгівля, як пріоритетна складова соціально-економічного розвитку країни, набуває виняткової важливості.

Інтернаціоналізація світового виробництва спонукає економіку нашої країни до структурних змін, в основі яких мають бути розширення експорту та оптимізація його складу і структури з огляду на пріоритети виробничо-господарської діяльності й рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємств, галузей та загалом країни. Отже, Україна потребує формування ефективної експортоорієнтованої стратегії розвитку, яка дозволить завдяки експортній зорієнтованості забезпечити країні стабільно стійкі конкурентоспроможні позиції на провідних світових ринках товарів і послуг.

Впродовж останніх років у зовнішній торгівлі України товарами і послугами відбуваються трансформаційні процеси, проте відчутного поліпшення експортної діяльності не спостерігається. Тривають внутрішньополітичні реформи, спрямовані на активізацію підприємництва і розвиток власного виробництва в усіх сферах економіки, формування привабливого інвестиційного середовища для залучення капіталу від внутрішніх та зовнішніх інвесторів. Проте кризові явища у світовій економіці та в економіках країн-партнерів разом із проблемами внутрішнього економічного середовища України до цього часу не сприяли раціоналізації зовнішньої торгівлі.

Аналіз обсягів експортно-імпортних операцій впродовж 2014-2018 рр. засвідчує, що імпорт товарів продовжує домінувати над експортними поставками (рис. 1).

У 2018 р. перевищення обсягів імпорту товарів над їх експортом дорівнювало 9,8 млрд дол. США, у 2017 р. – 6,4, тоді як у 2014 р. складало 0,5 млрд дол. США. Позитивною є протилежна ситуація в торгівлі послугами: впродовж 2014-2018 рр. експорт послуг домінує над імпортом, проте його обсяги залишаються низькими. У 2018 р. перевищення експорту послуг над їх імпортом дорівнювало 6,1 млрд дол. США, у 2017 р. – 5,2, у 2014 р. – 5,1 млрд дол. США. Проте незначні масштаби зовнішньої торгівлі послугами не призводять до позитивного зовнішньоторговельного сальдо країни.

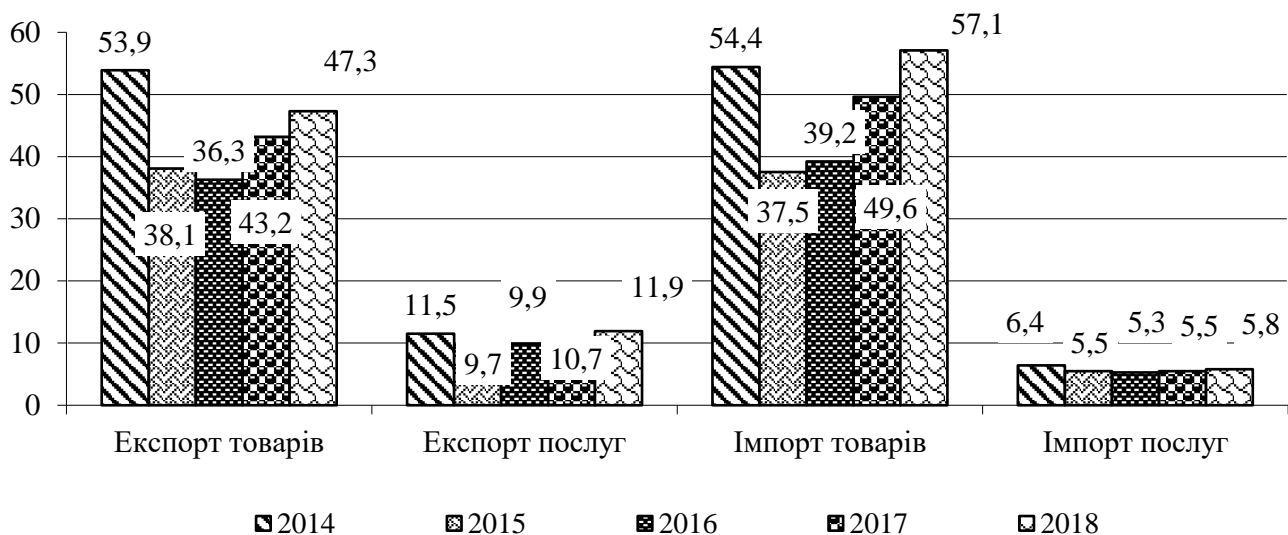


Рис. 1. Динаміка обсягів експорту-імпорту товарів та послуг Україною за 2014-2018 рр., млрд дол. США*

Примітка. * – систематизовано і побудовано за інформацією Державної служби статистики України [1]; дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

У 2018 р. Україна за обсягами зовнішньоторговельних операцій ще не відновила рівень поставок 2014 р. Загальні обсяги експорту товарів і послуг у 2014 р. дорівнювали – 65,4 млрд дол. США, у наступні роки показник знизився до 47,8 – у 2015 р., 46,2 – у 2016 р., а починаючи із 2017 р. ситуація стабілізувалась і масштаби експорту відновлювались. У 2017 р. загальний експорт склав 54,0 млрд а у 2018 р. показник зріс до 59,2 млрд дол. США.

Отже, враховуючи внутрішньополітичні і соціальні проблеми останніх років та динамічність розвитку зовнішнього середовища; розмаїття засобів та інструментів зовнішньоторговельної політики країни, її потужну ресурсну базу і національну специфіку підприємництва, постає необхідність вивчення сучасних проблем розвитку експортоорієнтованої діяльності економіки України для розробки ефективної стратегії, яка сформує передумови для інтеграції вітчизняної економіки до сучасної світогосподарської системи і забезпечить стійке стабільне економічне зростання.

До передумов виникнення й розвитку експортоорієнтованої діяльності доцільно віднести наявність унікальних товарів та послуг. Унікальність товару може бути обумовлена природно-географічним потенціалом, тоді йде мова про експорт сировинної продукції, та впливом динамічних факторів розвитку суспільного виробництва. Серед них наступні: кваліфікована робоча сила, сучасна інноваційна технологія, розвиток науки й техніки та ін. Наявність зазначених факторів відповідає високотехнологічній експортній орієнтації

країни. Наступною причиною активізації експорту, може стати недостатній обсяг внутрішнього ринку і значний рівень імпортозалежності економіки (як правило, така економіка є сировинною і дуже рідко – технологічною) [2, с. 132].

Підсумовуючи, відзначимо, що визначальною передумовою розвитку експортоорієнтованої діяльності є можливість виробництва економікою країни конкурентоспроможних на зарубіжних ринках товарів, що забезпечується ресурсно-сировинним потенціалом на рівні підприємства, галузі та країни [2, с. 133].

Сучасна експортоорієнтована діяльність України ускладнюється численними екзогенними та ендогенними чинниками об'єктивного і суб'єктивного характеру. Впродовж останніх років вітчизняна економіка перебуває в умовах ринкової трансформації та одночасного утвердження державності і принципів демократії. Тому в Україні недостатньо розвинені й функціонують інститути, що є базисом конкурентоспроможності розвинених країн, серед яких європейські країни, США, Японія, тощо. Разом з тим, на економічний розвиток негативно впливають тінізація економіки, високий рівень корупції, неефективна робота державних інституцій, несприятливе інвестиційне та бізнес-середовище. Це зумовлено внутрішньою розбалансованістю і дезінтегрованістю зовнішньоекономічних пріоритетів у стратегічному векторі економіки України. Варто вказати і на складне політичне й економічне становище країни, викликане геополітичною ситуацією; погіршенням кон'юнктури зовнішніх ринків, які стали традиційними для вітчизняних експортних товарів і послуг; бездіяльністю влади щодо розробки і впровадження стратегії перспективного розвитку конкурентоспроможного експортоорієнтованого національного виробництва.

На сучасний показник експорту негативно впливають фактори інституційного середовища і недосконала валютна і промислова політика. Це призводить до необґрунтованого росту обсягів експорту через девальвацію валюти, а не нарощування виробництва продукції із високою доданою вартістю [3, с. 656]. Нинішня структура експорту, в якій переважають сировина, напівфабрикати і продукція з незначною доданою вартістю, свідчать про низьку продуктивність і неконкурентоспроможність України на світовому ринку. Скорочення обсягів експортної діяльності в останні роки було викликано також низькою конкурентоспроможністю вітчизняних товарів і послуг та непрозорістю системи стимулювання експортних галузей. Через велике технологічне відставання від розвинених країн і відсутнє достатнє ресурсне забезпечення конкурентні переваги України забезпечували дешева робоча сила та девальвація гривні.

В умовах економічних і політичних змін та нестабільності, враховуючи

євроінтеграційні стратегічні напрями розвитку України необхідно раціоналізувати й оптимізувати структуру зовнішньоторговельної діяльності, розвивати високотехнічне і технологічне виробництво для суттєвого підвищення продуктивності всіх галузей економіки та конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародному ринку. Адже розвиток експортоорієнтованої діяльності є фундаментом економічної стабільності країни.

Список використаних джерел

1. Обсяги експорту-імпорту товарів та послуг за регіонами України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.05.2019).
2. Карасьова Н. Глобалізаційні детермінанти експортоорієнтованого розвитку аграрного сектора України. *Міжнародна економічна політика*. 2014. № 1. С. 129-152.
3. Лепеха М.О., Свириденко Г.М. Перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України за експортоорієнтованою стратегією. *Молодий вчений*. 2017. № 5. С. 655-658.

УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ЧЛЕНІВ ТА НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Решитько Т. В., к. е. н., доцент

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна*

Згідно статистичних даних, в Україні нині налічується 3996,5 тис. особистих селянських та 45,035 тис. фермерських господарств [1]. Загалом вони виробляють більше 55% валової сільськогосподарської продукції. За різними оцінками тут зайнято майже 3,0 млн. осіб.

Відповідно до Закону України «Про особисте селянське господарство» для ведення ОСГ використовуються земельні ділянки площею не більше 2,0 гектара, передані фізичним особам у власність або в оренду [2]. Продукція ОСГ повинна вироблятися власними силами та використовуватися в основному для особистих потреб.

У той же час, цим Законом дозволяється необмежено збільшувати земельну площу таких господарств за рахунок приєднання земельних часток (паїв), успадкування земель тощо. Як наслідок, площі земельних угідь ОСГ почали швидко збільшуватись. За даними статистики нині площа земельних ділянок ОСГ України складає 6132,2 тис. га [3]. За нашими дослідженнями,

значна частина ОСГ має у своєму розпорядженні 40-60 га і більше. Ці господарства займаються виробництвом більш трудомісткої і менш рентабельної сільськогосподарської продукції та забезпечують значну частку у виробництві продукції рослинництва і тваринництва, зокрема: картоплі, продовольчих баштанних культур, овочів відкритого та закритого ґрунту, плодів, ягід, м'яса овець, молока, м'яса ВРХ, м'яса свиней.

Особисті селянські господарства стали самодостатніми суб'єктами господарювання. За нашими дослідженнями їх середньомісячні доходи в розрахунку на одного працездатного члена господарства в багатьох випадках значно перевищують середній рівень місячної заробітної плати найманих працівників сільськогосподарських підприємств.

Таким чином, на селі з'явився потужний феномен, який забезпечує робочі місця та доходи як власникам господарств, так і найманим працівникам.

Проте, із-за неврегульованості юридичного статусу особисті селянські господарства не отримали статусу суб'єкта господарювання та юридичної особи, а їх діяльність не віднесена до підприємницької. Вони не сплачують страхових внесків до фондів соціального страхування (з 1 січня 2011 р. – єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування), а зайняті там члени ОСГ та наймані працівники виявились соціально незахищеними особами.

Відповідно до чинного законодавства України члени фермерських господарств та ОСГ мають право на добровільну сплату єдиного страхового внеску, тобто беруть добровільну участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування. Проте, як свідчить практичний досвід, власники цих господарств не бажають укладати договори на добровільну участь у соціальному страхуванні. Наймані ж працівники як фермерських, так і особистих селянських господарств, підлягають обов'язковому державному соціальному страхуванню. Проте, відповідні трудові договори (контракти, угоди) з ними практично не укладаються, а отже не сплачуються єдині внески на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Причина такого негативного явища досить банальна - небажання власників господарств витратити додаткові кошти на соціальне страхування членів господарств та залучених працівників. По відношенню до найманих осіб це є прямим порушенням чинного законодавства. Що ж стосується небажання страхувати членів господарств, то тут існує певне поле для роздумів. Власники господарств усвідомлюють необхідність та важливість страхування, проте розуміють і те велике навантаження на фонд оплати праці та зменшення своїх прибутків у поточному періоді. А тому, користуючись нормою закону щодо

добровільності страхування, вони, на жаль, вибирають варіант на користь отримання сьогоднішньої вигоди на шкоду майбутній.

Від цього втрачає не тільки власник господарства, а й Пенсійний фонд України через відсутність додаткових надходжень для поточної виплати пенсій за солідарною системою. Тому, на наш погляд, є сенс піти на певне пом'якшення умов соціального страхування за рахунок зменшення величини єдиного страхового внеску, або ж за рахунок зменшення внеску та компенсації цього зменшення за рахунок державного бюджету. У всякому разі, якщо в кінцевому підсумку Пенсійний фонд від цього виграє, то на такий крок слід йти.

Певний досвід такого «компромісу» уже існує. Зокрема, у Польщі та Великобританії, згідно чинного законодавства цих країн, соціальне страхування здійснюється як безпосередньо роботодавцями, так і державою. Зокрема, у Польщі для страхування фермерів сформовано соціальний фонд – КРУС [4]. Він є самостійною організацією, яка виконує комплекс завдань, пов'язаних із соціальним страхуванням фермерів, у тому числі збирання страхових внесків, їх розподілу на покриття різних страхових спеціалізованих фондів та безпосередні виплати за різними напрямками (видами). Передбачено два варіанти страхування: обов'язкове та добровільне (за бажанням працівника). Обов'язковому страхуванню підлягають як власник господарства (фермер), так і члени їх сімей (дружина та діти віком 16 років і старше).

Перелік виплат з Фонду КРУС досить широкий. Зокрема, у ньому окремо створено спеціальний Пенсійний фонд, який формується із внесків фермера на пенсійне страхування, а також субсидій із державного бюджету. З нього виплачується:

- пенсія за віком;
- навчальна пенсія;
- пенсія у зв'язку з втратою годувальника;
- деякі доплати до пенсії (доплати на дітей-сиріт у зв'язку з втратою годувальника, доплати на солдат військової служби тощо);
- ряд інших виплат.

Зазначається, що на різні виплати та допомоги з Пенсійного фонду власні внески фермерів складають приблизно 10 %, а решта – покривається за рахунок субсидій з державного бюджету.

Закон Польщі «Про соціальне страхування фермерів» передбачає диференційовані внески фермерів на пенсійне страхування в залежності від площі земельних угідь [5]. В ньому зазначається, що «фінансовою основою соціального страхування фермерів є як внески фермерів, так і дотації із державного бюджету».

Отже, частину страхових внесків на соціальне страхування фермерів Польщі бере на себе держава. Цей досвід можна застосувати і в Україні. Зокрема, для заохочення фермерів та ОСГ виводити свою діяльність і трудові відносини із тіні та підвищити їх зацікавленість у соціальному захисті як членів (власників) господарств, так і найманих осіб, доцільно піти на такий крок: терміном на 5-10 років зменшити єдиний внесок на соціальне страхування на 30-50 % в залежності від наявних земельних площ (власних та орендованих), тобто половину його будуть сплачувати фермери та ОСГ, а половину – держава (за рахунок державного бюджету). На наш погляд, це значно пом'якшить навантаження на фонд заробітної плати та допоможе покращити соціальний захист майже 3,0 млн. працюючих у фермерських та особистих селянських господарствах.

Список використаних джерел

1. В Україні зростає кількість фермерських господарств і кооперативів. URL: <https://agroportal.ua/.../v-ukraine-uvelijilos-chislo-fermerskikh-kh...> (дата звернення: 07.05.2019).
2. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15 травня 2003 року № 742-IV. *Урядовий кур'єр*, 2003. №106.
3. Сільське господарство. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/cg.htm (дата звернення: 07.05.2019).
4. KRYS. URL: <http://www.krus.gov.pl>. (дата звернення: 07.05.2019).
5. Про соціальне страхування фермерів : Закон Польщі від 20 грудня 1990 року, № 50. 29. *Вісник законів*, 2008.

ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ – ОДНЕ З ГОЛОВНИХ ЗАВДАНЬ ДЕРЖАВИ

Савченко В. Ф., д. е. н., професор

заслужений економіст України

Стойка В. О., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

м. Умань, Україна

Глобальні економічні кризи, нестабільність і невизначеність трансформацій, суперечності наукових теоретичних досліджень ставлять під сумнів можливість довгострокового економічного зростання у державах, регіонах та континентальних угрупованнях, перешкоджають стабільному розвитку світової співдружності. В умовах, що склалися необхідно особливу увагу звертати на безпекову складову економічних процесів.

В Україні політична та економічна нестабільність, збройний конфлікт на Сході країни, виїзд за кордон працездатного населення у пошуках кращої

оплати праці, корупційна складова, тіньовий сектор економіки та олігархія, зростання заборгованості перед МВФ, наявність депресивних регіонів створюють загрозу стабільному розвитку держави.

На нашу думку, необхідно надати характеристику завдань та розглянути внутрішні і зовнішні загрози економічній безпеці в Україні.

Основними завданнями економічної безпеки є: досягнення та підтримка рівня економічного зростання; розвиток конкурентної структури економіки; зниження рівня безробіття в країні; контроль рівня державного боргу; максимальне збалансування бюджету; підтримка курсу національної валюти на необхідному рівні; обмеження темпів інфляції до 3-5% у рік; оптимізація доходів та рівня життя населення.

Основні зовнішні загрози: значний відсоток експорту сировинних ресурсів; негативне торговельне сальдо; суттєва імпортозалежність національної економіки; низька ефективність освоєння іноземних кредитів; міграція валютних капіталів; високий рівень зовнішнього боргу.

Внутрішні загрози є ще більш об'ємними:

– економіка – суттєва монополізація, можлива втрата продовольчої незалежності країни, велика частин населення ухиляється від сплати податків, інвестиційна діяльність знаходиться на низькому рівні, суттєвий внутрішній борг, нарощування диспропорцій у промисловості, значний рівень безробіття в країні, застарілі основні виробничі фонди, повільний розвиток перспективних галузей, ріст інфляції, низька купівельна платоспроможність населення, цінові дисбаланси між промисловістю і сільським господарством, значний вплив «тіньової» економіки, криміналізація населення;

– науково-технічна сфера – перехід науковців у інші сфери, знищення науково-технічного потенціалу, відсутність державної науково-технічної стратегії, недофінансування фундаментальних наукових досліджень, відповідно і зниження якості та зменшення кількості науково-технічних розробок, міграція перспективних науково-технічних кадрів в інші країни світу;

– соціальна сфера – ускладнення демографічної ситуації, неконтрольовані міграційні процеси, депопуляція, низький рівень життя населення, соціальна незахищеність, зниження якості медичного обслуговування, відсутність середнього класу, дисбаланс у структурі харчування, зниження якості та перешкоди на шляху отримання освіти [5, с. 92]. На жаль, по всіх зазначених складових ситуація досить далека від бажаної.

Ускладнюється ситуація і у глобальному світовому рейтингу конкурентоспроможності. За даними Всесвітнього економічного форуму за 2012-2016 роки, Україна зайняла 79 місце серед 140 країн, знизивши свою позицію на 6 показників (табл. 1). Такого роду приклади можна наводити і далі.

Позиції України та деяких країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності у 2012-2016 рр.

Країна	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Грузія	77	72	69	66
Туреччина	43	44	45	51
Росія	67	64	53	45
Польща	41	42	43	41
Україна	73	84	76	79
Кількість країн у розрахунку	144	148	144	140

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [4, с. 237].

Необхідно удосконалювати механізм управління економічною безпекою в Україні, важливим елементом якого для забезпечення стабільності національної економіки виступає стратегічне планування. Розробка програми забезпечення безпеки здійснюється відповідно до програмно-цільового підходу. При цьому вона має визначати методи, критерії оцінювання результатів, послідовність етапів розробки і управління реалізацією. Необхідно також з'ясувати взаємозв'язок програми та інших планових документів, що дасть можливість конкретизувати заходи і виконати їх. Серед цих заходів особливо важливими є спрямовані на підтримку розвитку малого і середнього бізнесу [2, с. 128; 3, с. 35].

Забезпечення реалізації економічних інтересів виступає однією із найважливіших складових системи гарантування економічної безпеки. Взаємозв'язок національних економічних інтересів, загроз економічній безпеці та пріоритетів державної політики стосовно захисту економічних інтересів відображено на рисунку 1.

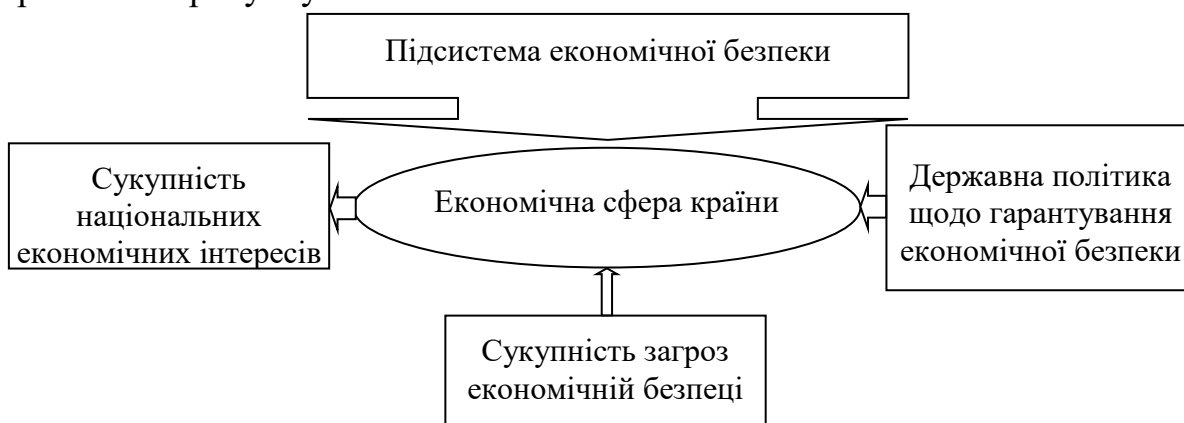


Рис. 1. Схема реалізації національних економічних інтересів

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [1].

На рисунку можна побачити, що ретельно розроблена політика держави буде перешкоджати та унеможлиблювати загрози економічній безпеці, тим

самим створюючи умови для реалізації національних інтересів.

Необхідним напрямком стратегії національної безпеки України є розвиток регіональної співпраці в таких організаціях як Центральноевропейська ініціатива, Чорноморське Економічне Співтовариство, Карпатський єврорегіон, Єврорегіон Буг та інші. Вбачаючи у зазначених структурах шлях посилення стабільності, наша держава в рамках ОБСЄ та ЦЄІ виступає за об'єднання зусиль вказаних організацій у питаннях стабільності та безпеки в Центрально-Східноєвропейському регіоні. Крім того, Україна успішно співпрацює з Радою країн Балтійського моря. Сфера її регіональних інтересів поширюється на держави Чорноморського та Середземноморського басейнів [7, с. 12-13].

В умовах, що склалися доцільно приділяти суттєву увагу питанням, пов'язаним із способами і методами стимулювання інвестиційної активності, створення сприятливого інвестиційного середовища, залучення фінансових ресурсів та їх ефективного застосування.

Серед основних причин непривабливості вітчизняного інвестиційного середовища можна виділити нераціональний перерозподіл приватних і державних внутрішніх інвестицій, повільні темпи трансформації національної економічної системи до сучасного рівня, неможливість прогнозування кон'юнктури ринків для іноземних партнерів. Зазначені у дослідженні підходи дають можливість з достатньою ймовірністю аналізувати стан економічної безпеки та розробити і запровадити заходи щодо його покращення [6, с. 19].

Саме тому, на даному етапі розвитку, необхідно розробити стратегію таким чином, щоб акцент робився не лише на державні фінанси, оскільки це знижує інтерес приватних інвесторів та загальний рівень забезпечення національної економіки, зменшує величину бюджетних ресурсів на фінансування фундаментальних завдань.

Список використаних джерел

1. Барановський О. І. Фінансова безпека : монографія; Ін-т екон. прогнозування. Київ : Фенікс, 1999. 268 с.
2. Губарєва І. О. Формування стратегічних орієнтирів забезпечення економічної безпеки національної економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 6. С. 122–129.
3. Денисенко М. П., Колісніченко П. Т. Пріоритетні напрями посилення економічної безпеки. *Економіка та держава*. 2017. № 3. С. 31–35.
4. Роговий А. В. Економічна безпека: детермінанти забезпечення в умовах циклічності економіки : монографія. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2017. 376 с.
5. Савченко В. Ф. Національна економіка : навч. посібник : 2-ге видання. Чернігів : Видавництво ЧДІЕУ, 2014. 134 с.
6. Савченко В. Ф., Стойка В. О., Стойка С. О. Теоретичні і практичні складові економічної безпеки в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 2 (14). С. 16-21.
7. Шостак Л. Б., Сігайов А. О. Економічна безпека України в контексті євроінтеграційних процесів. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 4. С. 3–14.

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сотник І. М., д. е. н., професор

Мазін Ю. О., к. е. н., доцент

Гайтина М. В., студент

Сумський державний університет

м. Суми, Україна

В останні кілька років в інформаційний простір України стрімко увірвався термін «соціальне підприємство» (СП). Поштовхом для розвитку цього напрямку економічної діяльності стали події Революції Гідності 2014 року, які змінили світосприйняття багатьох українців та посилили орієнтацію суспільства на збереження і примноження загальнолюдських цінностей. Загалом, СП – це особлива форма організації господарської діяльності, першочерговою метою якої, поряд з отриманням прибутку, є вирішення соціальних проблем, що з кожним роком загострюються. Доходи соціальних підприємств спрямовуються здебільшого на їх подальший розвиток, громадські справи або подолання соціальних проблем суспільства. Такий вид підприємства не вважають благодійною організацією, оскільки воно функціонує за законами бізнесу і приносить прибуток, працюючи у різноманітних сферах, як-то освіта, охорона довкілля, боротьба з бідністю, захист прав громадян тощо.

СП успішно розвивається як в європейських державах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту, громадського залучення тощо, так і в найбільш бідніших країнах світу. Так, починаючи з 70-х років ХХ ст. університетський професор М. Юнус з Бангладешу розробив і поступово втілював у життя концепцію мікрокредитування, спрямовану на надання кредитних ресурсів сільським біднякам, які не могли взяти банківську позику, для започаткування ними свого невеликого бізнесу. Новоспеченим підприємцям було поставлено 2 умови: відкрити на надані кошти свою маленьку справу та знайти 6 чоловік зі свого найближчого оточення, які б гарантували повернення кредиту. Таким чином, поручителі були зацікавлені у прибутковості нового підприємства. Сьогодні мікрокредитування у Бангладеш набуло величезних масштабів, а банк «Грамін», заснований М. Юнусом для цих цілей, є найбільшою та найуспішнішою банківською установою країни, що допомагає малозабезпеченим верствам населення піднятися на ноги. Успіх моделі мікрокредитування став прикладом для створення подібних підприємств по всьому світу [1].

Сьогодні СП сприймається як бізнес найбільш бідних людей, проте воно має важливе значення для підтримання сталого розвитку світової економіки. Причиною тому є значний внесок СП у досягнення таких глобальних цілей розвитку, визначених Організацією Об'єднаних Націй, як боротьба з бідністю, підтримка екологічного балансу у світі, вирішення енергетичних проблем. Слід

зазначити, що ідеї СП останніми роками починають виходити за межі окремих підприємств, поширюючи свій вплив на цілі громади. Так, популярності у різних державах світу набирає рух «Міста соціального бізнесу», який орієнтує міську владу на вирішення соціальних питань на засадах того, що кількість соціальних проблем міста щороку буде зменшуватися, а соціальні підприємства і підприємці – обов'язково множитися. Засновником цієї «міської еволюції» виступив згаданий вище М. Юнус. Японське місто Фукуока та німецький Вістбаден стали першими населеними пунктами, які отримали почесну назву «місто соціального бізнесу» [1].

В Україні СП тільки починає розвиватися; воно може допомогти частково вирішити соціальні проблеми незахищених верств населення та зайняти вільну нішу в національній економіці. Це може бути реалізовано, головним чином, через подолання соціальної відокремленості людей з обмеженими можливостями, безробітних та представників груп ризику шляхом створення і надання їм робочих місць. Ще однією перевагою розвитку СП є формування інноваційних підходів до реформування державних соціальних послуг за рахунок появи нових видів сервісу, зацікавленості в розвитку яких не виявляють звичайні підприємці внаслідок невисокої прибутковості галузі [2]. Суттєвою перешкодою для розвитку СП у нашій країні, як правило, є брак економічної освіти в ініціаторів його створення, що значно знижує шанси на успіх таких підприємств. Крім того, вагомий бар'єр – відсутність вітчизняної нормативно-правової бази, яка б формувала сприятливі умови для розвитку СП, [2]. Більш детальний перелік переваг та недоліків, а також можливостей і загроз (SWOT-аналіз) для розвитку СП поданий у табл. 1.

Для утворення спільноти вітчизняних соціальних підприємців необхідно впевнити українську громаду, що СП – відкрита ніша в економіці та дієвий механізм суспільних змін, а це потребує потужної державної підтримки і тривалого часу для трансформацій. Першими кроками на шляху сприяння розвитку СП в Україні має стати низка інформаційних заходів. Адже наразі мало хто з українців повною мірою володіє інформацією про переваги, які можна отримати від розбудови СП. Проведення консультацій та тренінгів інвесторами, які вже заснували подібні підприємства за кордоном, для усіх бажаючих дасть змогу майбутнім соціальним бізнесменам отримати інформацію про перспективи розвитку такого виду діяльності, зробити перші кроки у побудові міст соціального бізнесу в Україні. Крім того, важливим є наголошення на особистих мотивах започаткування соціальних підприємств, серед яких доцільно виділити: набуття особливої цілі в житті, посилення самомотивації, отримання задоволення від власної діяльності, можливість допомогти іншим людям знайти їх мету у житті, задоволення потреб споживачів тощо [6].

SWOT-аналіз СП в Україні*

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Приносить прибуток. 2. Заснований на демократичному управлінні. 3. Передбачається реінвестування прибутку підприємства у його розвиток або вирішення соціальних проблем. 4. Це більше, ніж просто робота заради грошей. 5. Висока відповідальність за результати діяльності перед клієнтами та громадою. 6. Характеризується інноваційністю розвитку та є полем для соціальних експериментів. 7. Переважання соціальної місії над комерційною. 8. Сприяє працевлаштуванню незахищених верств населення. 9. Є локомотивом для реформування соціальної сфери. 10. Здатний надавати допомогу незахищеним категоріям населення швидше та якісніше, ніж держава. 11. Спрямований на вирішення соціальних проблем місцевих спільнот. 12. Сприяє працевлаштуванню людей з обмеженими можливостями, соціально незахищених верств населення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підприємець не може розпоряджатися своїм прибутком повною мірою. 2. Часто утворюються в неформальному секторі економіки та можуть мати проблеми з легалізацією бізнесу. 3. Мають менше шансів на виживання через нестабільність бізнес-моделі. 4. Мають менше шансів на розвиток шляхом залучення кредитних ресурсів через особливості бізнес-моделі. 5. Брак економічної освіти у засновників соціального бізнесу може стати причиною банкрутства підприємства.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення податкових надходжень до місцевого та державного бюджетів. 2. Позитивний соціальний вплив на добробут населення. 3. Створення робочих місць, у т.ч. інклюзивних, і можливості професійного навчання. 4. Створення соціального капіталу в суспільстві. 5. Зменшення соціальної напруги в суспільстві, підвищення рівня соціального захисту населення. 6. Вирішення локальних проблем. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична ситуація. 2. Високий рівень корупції в суспільстві. 3. Відсутність законодавчої бази, що регулює діяльність соціальних підприємств.

*Джерело: складено авторами на основі [2-5].

Важливою передумовою активізації СП в державі є вдосконалення нормативно-правової бази функціонування таких компаній. Наразі в українському законодавстві не визначене поняття соціальних підприємств, проте можна говорити про три основні ознаки, які висуваються до суб'єктів господарювання при отриманні ними пільгового кредитування в рамках підтримки розвитку соціального бізнесу:

1) не менше 50% працівників повинні бути представниками вразливих груп населення, а також частина прибутку повинна бути реінвестована у розвиток компанії для створення нових робочих місць;

2) на підприємстві може бути менше половини працівників з уразливих груп населення, однак щонайменше 10% прибутку спрямовується на соціальну мету;

3) можна не працевлаштовувати вразливі групи населення, але віддавати на соціальну мету щонайменше 20% прибутку [3; 5].

Закріплення поняття «соціальне підприємство» та визначення принципів його функціонування, державних пілг у законодавчо-нормативній базі допоможе легалізувати діяльність багатьох бізнес-структур соціального спрямування, заручитися державною підтримкою для подальшої розбудови цього сектору. Просування СП в Україні має сприятливі перспективи, навіть за наявності таких загроз, як нестабільна політична ситуація та високий рівень корупції. Для розвитку СП необхідно розбудовувати фінансову та освітню інфраструктуру, долучати до співпраці засоби масової інформації, створити інтерактивну єдину комунікаційну мережу, яка б містила всю необхідну інформацію для інвесторів, постачальників, споживачів про ці підприємства, робила б їх діяльність прозорою і відкритою для суспільства.

Сьогодні наша держава робить лише перші кроки у сфері СП, але вже є кілька значущих проектів, які досягли успіху в рамках соціальної моделі ведення бізнесу. Це такі підприємства, як благодійний магазин «Ласка» в Києві, що передає свій прибуток на благодійність і соціальне облаштування міста; громадський ресторан Urban Space 100 в Івано-Франківську, який фінансує соціальні проекти міста, та багато інших [5]. За умови впровадження запропонованих вище заходів з розбудови СП подібні проекти в Україні будуть множитися і допомагати успішно вирішувати локальні соціальні проблеми за рахунок ресурсів місцевих громад.

Список використаних джерел

1. Соціальний бізнес може змінити світ! URL: <https://gurt.org.ua/interviews/20604/> (дата звернення 4.04.2019).

2. Давидовська Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 106–109.

3. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємництво: Європейський зліт – український реалізм. URL: https://dt.ua/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-yevropeyskiy-zlit-vs-ukrayinskiy-realizm-272250_.html (дата звернення 4.04.2019).

4. Кульбако М. С. Соціальне підприємництво: кон'юнктурний тренд чи ефективний інструмент вирішення соціальних проблем суспільства? *Стратегія економічного розвитку України*. 2015. № 36. С. 232–240.

5. Чабарай Г. Підприємці й суперсила. Як в Україні розвивається соціальний бізнес. URL: <https://m.tyzhden.ua/publication/207751> (дата звернення 4.04.2019).

6. Reasons why social entrepreneurship is the new business model. URL: <https://www.forbes.com/sites/meimeifox/2016/08/08/5-reasons-why-social-entrepreneurship-is-the-new-business-model/#1628b1d44ca7> (дата звернення 4.04.2019).

ЕНЕРГЕТИЧНА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ – ФУНДАМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Стойка С. О., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

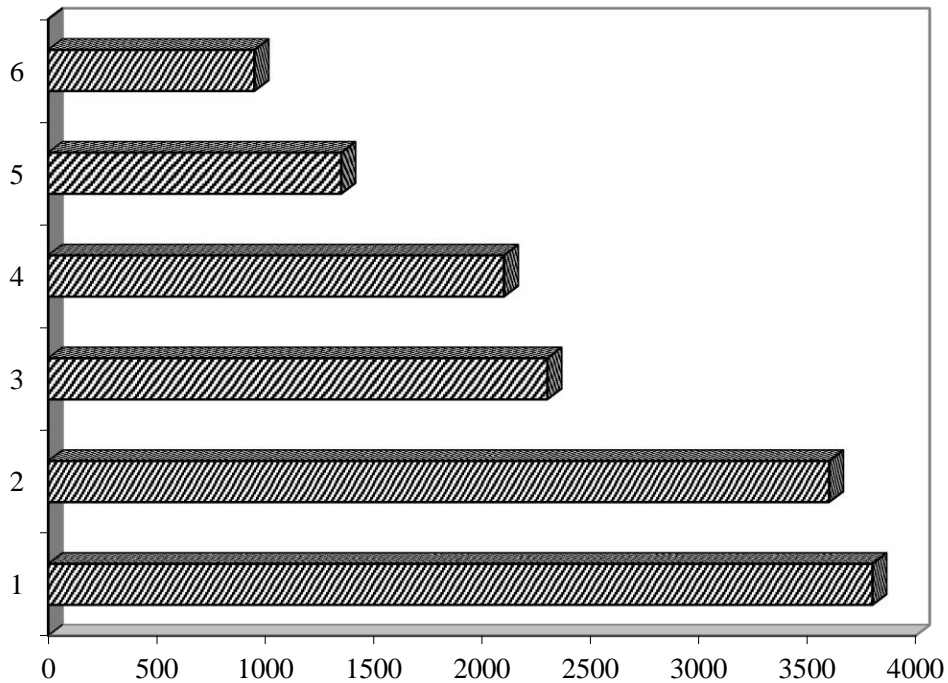
Цілями політики України у сфері енергоефективності є максимально раціональне використання природних енергоресурсів і потенціалу енергетичного ринку для стабільного зростання економіки, підвищення рівня якості життя населення країни і зміцнення позицій на світовому ринку.

Безумовно, еволюція фундаментальних і прикладних наук, комп'ютеризація та інформатизація суспільства обумовлюють рівень розвитку сучасного суспільства, але в цьому процесі однією з головних проблем і надалі залишається обмеженість енергетичних ресурсів.

Енергетичний ринок на даному етапі розвитку оцінюється у межах 1 трлн дол. США, що майже в два рази перевищує автомобільний. Проте, потреби людства у енергетичних ресурсах зростають серйозними темпами, і це стимулює науковців теоретиків і практиків до розробки та впровадження нових модернізованих енергогенеруючих потужностей [6, с. 27].

Академік НАН України Долінський А. А., досліджуючи аспекти енергозбереження та екологічні проблеми енергетики робить акцент на тому, що Україна належить до країн, які частково забезпечені власними енергоресурсами. Її енергетична залежність від імпорتنих поставок органічного палива з урахуванням умовно первинної ядерної енергії становила понад 60% від загальних обсягів використовуваного палива. Імпортується здебільшого природний газ, світова ціна якого зростає і, на думку фахівців, зростатиме у найближчому майбутньому (до понад 600 дол США за 1000 м³ у 2016–2017 рр). Саме тому, на його думку енергозбереження та ефективність енергоспоживання мають розглядатись як найважливіший додатковий енергоресурс України, не менш вагомий, аніж нафта і газ. Розвинені країни вже давно визнали енергоефективність глобальним енергоресурсом (рис. 1) [2, с. 24].

На даному етапі розвитку економічної системи України приведення рівня енергоемності ВВП до оптимального є одним із фундаментальних факторів підвищення ступеня енергетичної незалежності держави та гарантування енергетичної безпеки. За розрахунками і висновками Енергетичної стратегії України на період до 2030 року, прогнозований потенціал енергозбереження завдяки ефективному використанню паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) становить понад 50 %. Його реалізація надасть можливість суттєво скоротити споживання ПЕР і позбутися небезпечної в безпековому, політичному та економічному планах проблему зовнішньої енергетичної залежності [1, с. 61].



- 1 – енергозбереження;
- 2 – нафта;
- 3 – вугілля;
- 4 – природний газ;
- 5 – біомаса і відновлювальні джерела енергії;
- 6 – ядерна енергія.

Рис. 1 Світове споживання енергетичних ресурсів, млн тонн нафтового еквіваленту*

*Джерело: [2, с. 24]

Ціни на більшість видів енергоресурсів, які імпортує Україна, наближені нині до світового рівня, низький технологічний уклад в галузях зумовлює споживання цих ресурсів у значних обсягах. Це призводить до зростання матеріальних витрат у стратегічних галузях національної економіки (чорна металургія, машинобудування, хімічна промисловість, виробництво будівельних матеріалів, агропромисловий комплекс, військово-промисловий комплекс). Конкурентоспроможність продукції цих галузей забезпечується за рахунок низької оплати праці та застосування «тіньових» схем для зменшення витрат у частині оподаткування та обов'язкових платежів, що загрожує стабільності суспільства і національній безпеці [5, с. 4].

Система енергозабезпечення України формувалася під впливом попиту на енергоносії економіки країни та її регіонів, структури видів економічної діяльності, наявності розвіданих запасів енергетичних ресурсів, стану виробничої інфраструктури ПЕК, умов забезпечення дефіцитними видами палива, екологічних обмежень і конкретних вимог до рівня енергетичної безпеки країни.

Безпрецедентне зростання світових цін на енергоносії виявило гостру потребу в істотному вдосконаленні державної політики щодо забезпечення ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів передусім з урахуванням досвіду держав – членів ЄС. В умовах глобальної конкуренції за паливно-енергетичні ресурси енергоефективність економіки і, відповідно, зниження витрат енергетичних ресурсів на виробництво продукції, виконання робіт і послуг є одним із небагатьох інструментів отримання конкурентних переваг України на світових ринках та зростання добробуту громадян [1, с. 66].

Умови в яких розвивається українська економіка потребують пошуку альтернативних джерел енергії, які останнім часом все частіше та у зростаючих масштабах використовують розвинуті країни світу [7, с. 143].

Клопов І. О. зазначає, що у кожного виду альтернативного джерела енергії є одне загальне обмеження, а саме специфіка розташування установок (комплексів) із видобутку енергії із цих джерел та її переробка, що пов'язано передусім із технічною стороною виробництва енергії з альтернативних джерел енергії. Для отримання енергії із сонячного світла необхідно розглядати найбільш сонячні райони України. Аналогічно можна міркувати і щодо вітроенергетики, геотермальної енергетики, енергії Сонця, гідроелектричних станцій [3, с. 142].

Вчені Миколук О. А., Желавська І. А. та Ляховець В. В., досліджуючи особливості формування ключових векторів забезпечення енергетичної безпеки зазначають, що зростаюча загроза масового забруднення навколишнього середовища органічними відходами та відходами продуктів життєдіяльності населених пунктів є суттєвою мотивацією інтенсифікації науково-технічних розробок з удосконалення процесу виробництва біогазу [4, с. 201].

На сучасному етапі розвитку людської цивілізації виникла низка проблем, які потрібно вирішувати негайно, зокрема необхідність зниження навантаження на навколишнє середовище в частині споживання енергоресурсів і пов'язаних зі споживанням утворень відходів, викидів, скидів, а також підвищенням вимог до рівня енергетичної ефективності у світовій економіці.

На нашу думку, яке б джерело енергії не використовували підприємства та організації, необхідно використовувати його перш за все ефективно. З метою підвищення енергоефективності багато підприємств планують або вже використовують систему енергетичного менеджменту на основі стандарту, створеного Міжнародною організацією зі стандартизації для управління енергосистемами. Компанії, що впроваджують систему енергетичного менеджменту, отримують можливість скоротити витрати на споживання енергії і знизити вплив на навколишнє середовище.

Енергетичний менеджмент на рівні управління промисловими

підприємствами почав досить активно застосовуватися з кінця 80-х і початку 90-х рр. ХХ століття, що спричинило за собою розробку відповідних стандартів, програм і процедур. Особливої актуальності питання розвитку системи енергетичного менеджменту, якісного управління проектами у сфері енергоефективності, самостійного моніторингу енергоспоживання та запровадження альтернативної енергетики в Україні набувають в сучасних умовах, коли собівартість видобутку ресурсів постійно зростає, а рівень викидів шкідливих речовин залишається надзвичайно високим.

Список використаних джерел

1. Бережний Є. О. Енергоефективність України: виклики часу. *Вісник Національної академії наук України*. 2013. № 7. С. 61–69.
2. Долінський А. А. Енергозбереження та екологічні проблеми енергетики. *Вісник Національної академії наук України*. 2006. № 2. С. 24–32.
3. Клопов І. О. Техніко-економічні засади використання альтернативних джерел енергії. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 1. С. 137-143.
4. Миколюк О. А., Желавська І. А., Ляховець В. В. Формування ключових векторів забезпечення енергетичної безпеки крізь призму інноваційного розвитку альтернативних джерел енергії. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 3 (1). С. 199-204.
5. Михалевич М., Сергієнко Б., Стогній Б. Комп'ютерні технології та проблеми енергоощадження. *Вісник Національної академії наук України*. 2009. № 9. С. 3–13.
6. Плаксін С., Шкіль Ю., Юрко В. Гібридні енергосистеми. *Вісник Національної академії наук України*. 2005. № 2. С. 27–39.
7. Савченко В. Ф., Стойка В. О., Стойка С. О. Економічна безпека як фактор стабільного розвитку держави. *Економічні горизонти*. 2018. № 3 (6). С. 137-144.

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Чирва О.Г., д.е.н., професор

Коган Н.Ю., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Жодна держава світу не може зберігати стабільність в межах своїх кордонів і підтримувати стійке соціальне середовище розвитку без чіткого державного регулювання земельних відносин. Необхідність такого регулювання виникає внаслідок розуміння керівниками країн всього розвиненого світу значення сільського господарства для забезпечення свого населення продуктами харчування, а також для збереження якості і кількості сільськогосподарських земель, вирішення соціальних, екологічних і економічних проблем [3].

Згідно із Земельним Кодексом України земля – це основне національне багатство, що перебуває під особливою охороною держави. Право власності на землю закріплено законодавчо. Це право набувають і реалізують громадяни, юридичні особи та держава виключно відповідно до закону. Земля як головний засіб виробництва в сільському господарстві – результат багатовікового еволюційного ґрунтоутворювального процесу. Вона просторово обмежена і не може бути збільшена за бажанням суб'єкта господарювання. Земля не є продукт праці, вона сформувалася і існує без будь-якого втручання з боку людини [4, с. 260].

Проблемами проведення земельної реформи займаються багато науковців і практиків. О. М. Ковтун слушно зазначає, що реформування земельних правовідносин в Україні розпочалося і тривало за відсутності загальнодержавної програми. Отже, досить складно визначити мету, завдання, етапи земельної реформи [1, с. 233]. Одна з найбільших проблем – нераціональне використання земель. На сьогодні значну частину ріллі не обробляють, а решту обробляють із порушенням елементарних правил ведення землеробства [2, с. 17]. Основна причина цього – відсутність належної правової та матеріально-технічної бази для землевласників (власників земельних ділянок (паїв)) і землекористувачів. Тому стратегія ринкової трансформації земельних відносин в Україні має передбачати створення більш ефективних форм землегосподарювання.

У ряді країн державне регулювання має на меті: уникнути формування небажаних моделей землеволодіння і землекористування виходячи з принципів структурної політики або необхідності створення сприятливих умов для сімейних фермерських господарств. Наприклад, якщо батько через похилого віку вже не може працювати фермером, а син не хоче займатися фермерським господарством, то законодавство переважної більшості країн передбачає продаж землі або як мінімум передачу в оренду фермеру, який знаходиться саме найближче. І термін оренди в такому випадку досягає 49 років, мінімальний – від 10 років.

Зацікавленість в регулюванні земельного ринку викликана прагненням створити такі моделі землеволодіння та землекористування, котрі б сприяли ефективному використанню земельних угідь. З цією метою в багатьох країнах проходить збільшення середніх розмірів господарств і консолідація земель. Це збільшення проводиться, в числі іншого, і під егідою держави, яка прагне до того, щоб господарюючі суб'єкти вели ефективно аграрне виробництво. Для цього здійснюватиметься закріплення громадян на цих територіях, особливо в сільських і гірських районах, викуп дрібних господарств для подальшого

перепродажу їх більшим. Таке укрупнення необхідне для створення ефективних комерційних сільськогосподарських організацій [5].

Як відомо, у багатьох країнах існує заборона на придбання земель іноземними громадянами. Характер таких обмежень різний і визначається ступенем економічного розвитку держави. Повна заборона на купівлю сільськогосподарських земель нерезидентами існує в Білорусії, Чехії, Китаї, Канаді, Болгарії і в деяких штатах США. У таких країнах, як Італія, Іспанія, Мексика і ряд інших країн, існують обмеження на покупку землі іноземцями в прикордонних районах. У Швейцарії не існує подібних обмежень, проте процес отримання дозволу на покупку землі вимагає колосальних зусиль, що ускладнює іноземцям купувати сільськогосподарські землі у власність.

В результаті частка іноземних власників землі в зарубіжних державах дуже мала, що демонструє ефективність аграрної політики щодо збереження землі за громадянами цих країн. Проте там дозволяється використання землі іноземними підданими на основі довгострокової оренди. Оренда землі в розкритих зарубіжних країнах в незалежності від приналежності орендаря до держави є- найважливішим інструментом організації сільськогосподарського виробництва.

Оренда сільськогосподарської землі має свої переваги, головним чином пов'язані з можливістю подолати тимчасово високий інвестиційний бар'єр, що стоїть на шляху у фермерів, які не мають достатніх коштів, але є мета вести фермерське господарство. Однак у багатьох країнах Заходу збільшилася кількість фермерів, які поєднують власність на землю з її орендою. Ця тенденція пояснюється тим, що під впливом факторів науково-технічний чеського прогресу і конкуренції фермери намагаються розширити господарську діяльність, що призводить до збільшення розмірів ферм. В умовах порівняно стійкої системи землеволодіння і високих цін на землю цього найлегше досягти за рахунок оренди додаткових площ .

Мораторій в Україні планувалося вводити як обмежувальний засіб до розробки нормальної нормативно-правової бази та створення повноцінного ринку землі. Відомо, що земля є основним національним багатством країни і знаходиться під особливим контролем держави. Ефективність управління вільними землями гарантує зайнятість населення, забезпечення необхідними продуктами харчування, збільшення експортних операцій і поповнення бюджету.

Основна мета керівництва будь-якої країни – гарантувати право власності на земельну ділянку, не перешкоджати розвитку аграрного бізнесу, не продавати за безцінь землі належать державі. Безсумнівно, сільськогосподарські підприємства зацікавлені в скупці земель. Однак разом з

тим, більшість фермерів і представників агрохолдингів переконані, що необхідно підвищувати ефективність їх обробки, а не просто збільшувати земельний банк. На перше місце ставиться підвищення врожайності за рахунок технологій, інновацій, застосування сучасної сільгосптехніки.

Найскладнішою проблемою земельного реформування в Україні є ринок земель сільськогосподарського призначення. Однак, в більшості під цим поняттям розуміють виключно купівлю-продаж землі, хоча насправді до ринкових відносин також відносяться оренда й іпотека землі. Результати наших досліджень свідчать, що Україна ще не готова до повноцінного ринку земель сільськогосподарського призначення, а саме слабка законодавча база і відсутність організаційного механізму, який не дає можливості для його функціонування. І все ж необхідно прагнути до формування повнофункціонального ринку земель з усіма його складовими. А поки не буде вироблена законодавча база та організаційний механізм ринку земель сільськогосподарського призначення, слід активно розвивати орендні відносини. Адже звертаючись до досвіду зарубіжних країн, розуміємо, що оренда земель сільськогосподарського призначення є ефективним видом ринкових відносин і альтернативою купівлі-продажу.

Список використаних джерел

1. Богіра М. О., Ступень М.О. Проблеми у землекористуванні, зумовлені проведенням земельної реформи в Україні, та шляхи їх подолання. *Землевпоряд. вісн.* 2012. № 3. С. 16–18.
2. Ковтун О. М. Правове регулювання програмування, використання та охорони земель в Україні: 20-річний досвід реформування та перспективи розвитку земельних праввідносин. *Вісн. Академії адвокатури України.* 2011. № 2. С. 231–234.
3. Кірейцева О. В. Іноземний досвід формування земельного ринку. *Економіка АПК.* 2011. № 10. С. 174-178.
4. Мосіюк І. П., Мосіюк С. І. Земельний ресурсний потенціал аграрного виробництва та раціонального природокористування. *Наук. Вісн. НУБіП України. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2011. Вип. 163, ч.3. С.259–261.
5. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> (дата звернення: 08.05.2019).

СЕКЦІЯ 2
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА
(ПРІОРИТЕТНІ ГАЛУЗІ, ПОТЕНЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА)

**ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА:
ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ**

Білошкурська Н. В., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

У сучасних умовах технологічний розвиток як промисловості в цілому, так і окремого промислового підприємства зокрема, стає важливим чинником забезпечення національної безпеки. Позитивна динаміка технологічного розвитку промисловості забезпечує зростання рівня національної безпеки і навпаки – погіршення національної безпеки відбувається у тому числі і внаслідок зниження технологічного розвитку промислового виробництва. Для розробки дієвих заходів зміцнення національної безпеки держави необхідно дослідити динаміку технологічного розвитку промислового виробництва. У зв'язку з цим виникає необхідність комплексної оцінки рівня технологічного розвитку найбільших промислових підприємств за видами промислової діяльності. Отже, проблема комплексної оцінки технологічного розвитку промислового виробництва в Україні є актуальною та потребує відповідних досліджень.

Теоретичними та прикладними аспектами технологічного розвитку підприємств, регіонів, держави присвячені дослідницькі роботи багатьох учених. Так, Г. Хаканссон (2015) обґрунтовує необхідність координувати технічні дослідження та розробки з постачальниками та замовниками та детально вивчає, як це найкраще зробити [1]. Д. Уоллес (2017) робить висновок, що інновації можуть бути успішно використані шляхом встановлення надійних довгострокових екологічних цілей в умовах, коли регуляторні інструменти базуються на гнучкості, діалозі та довірі [2]. М. Доджсон (2018), синтезуючи бізнес-функції та економічний аналіз, вирішує проблему розвитку навичок інноваційної діяльності; ефекту державної інноваційної політики; наскільки підприємства розвинені і які процеси прийняття рішень для цього використані [3]. П. Айдалот і Д. Кібел (2018) досліджують, як нові технології, індустріальні інновації та зростання високотехнологічних галузей вплинули на регіональну зайнятість та економічні зміни в різних європейських країнах [4]. Останнім часом еволюційні теорії економічних і технологічних змін привернули значну

увагу, що відображає проблеми, які виникають при аналізі основних динамічних явищ та кількісних змін. Так, П. Савіотті і С. Меткалфе (2018) розглядають технологічні зміни, спираючись на поняття еволюційної біології, нерівноважної термодинаміки, систему та теорію організації [5]. Дослідження можливих шляхів вирішення проблеми оцінки технологічного розвитку підприємств розпочато у попередніх працях автора [6].

Для оцінки рівня технологічного розвитку промислового виробництва в динаміці пропонуємо застосувати методичний апарат інтегрального оцінювання. Методичний підхід до оцінювання рівня технологічного розвитку промислового виробництва можна представити як сукупність етапів, що послідовно реалізуються (рис. 1).

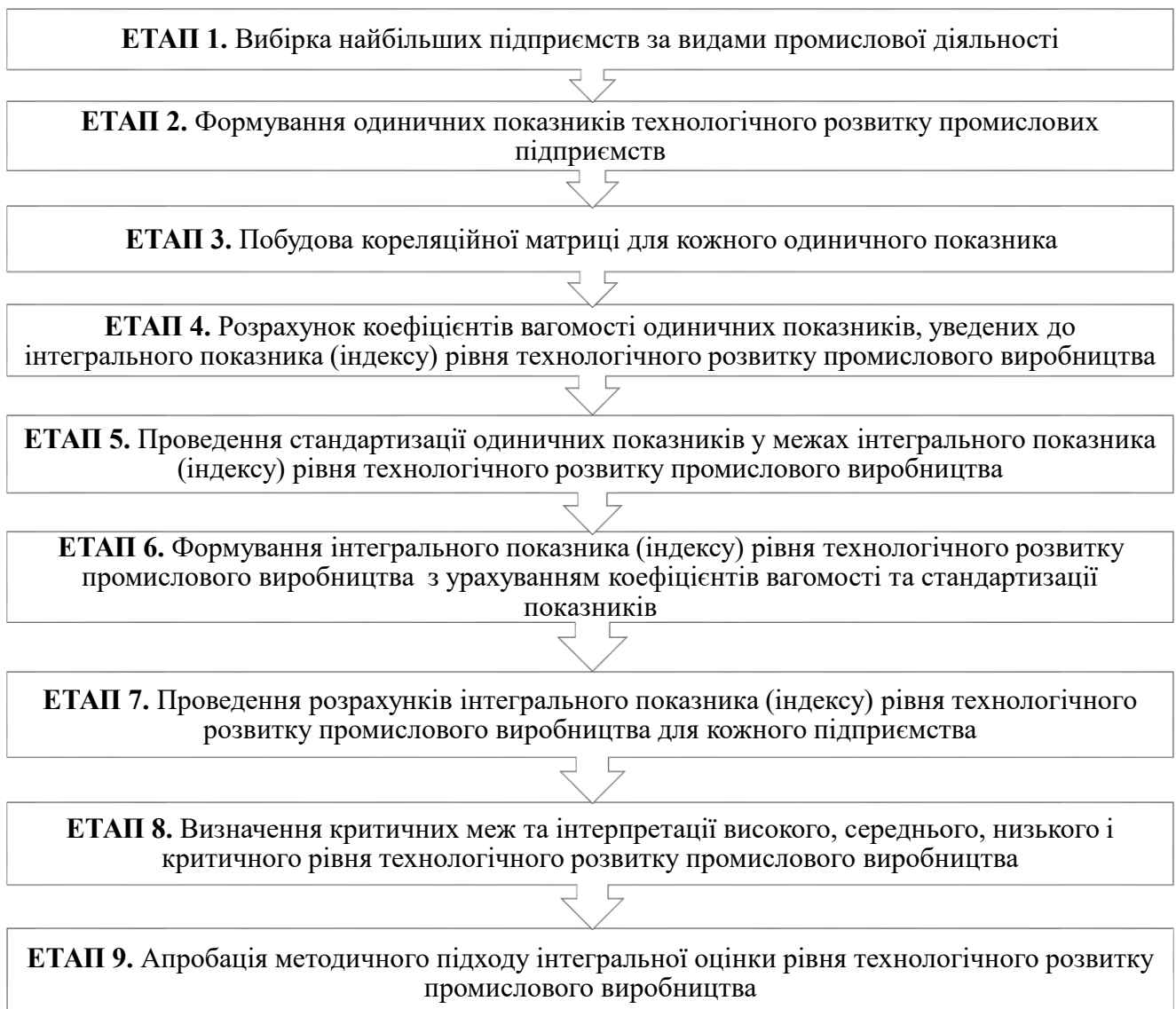


Рис. 1. Логічна схема реалізації методичного підходу до комплексної оцінки рівня технологічного розвитку промислового виробництва

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [7, с. 84].

Використання запропонованого методичного підходу (рис. 1) дозволяє не тільки комплексно оцінити рівень технологічного розвитку найбільших підприємств за видами промислової діяльності, але й проводити порівняльний аналіз з подальшою розробкою заходів, що дозволять вирішити основні проблеми розширеного відтворення промисловості на інноваційних засадах. Логічна схема реалізації методичного підходу інтегральної оцінки рівня технологічного розвитку промислового виробництва передбачає реалізацію 9 послідовних етапів, основним джерелом яких є публічні дані офіційної статистики, розміщені на сайті Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України [8]. У ході аналізу проводяться відповідні розрахунки необхідних одиничних показників, за якими відбудеться формування комплексного інтегрального показника рівня технологічного розвитку промислового виробництва. Крім того, визначаються критичні межі та проводиться інтерпретація високого, середнього, низького і критичного рівня технологічного розвитку промислового виробництва.

Отже, запропонований методичний підхід до комплексної оцінки рівня технологічного розвитку промислового виробництва, що передбачає реалізацію 9 послідовних етапів, дозволяє вирішити пріоритетність впровадження інновацій у ті сектори промисловості, найбільші підприємства яких займають найвищі ранги згідно їх ранжування за значенням інтегрального показника (індексу) рівня технологічного розвитку промислового виробництва.

Список використаних джерел

1. Industrial technological development. *A network approach*. London : Routledge Revivals, 2015. 234 p.
2. Wallace D. Environmental policy and industrial innovation. *Strategies in Europe, the USA and Japan* . London : Routledge Revivals, 2017. 302 p.
3. Dodgson M. Technological collaboration in industry. *Strategy, policy and internationalization in innovation*. London : Routledge Revivals, 2018. 206 p.
4. Aydalot P., Keeble D. High technology industry and innovative environments. *The European experience*. London : Routledge Revivals, 2018. 250 p.
5. Saviotti P., Metcalfe S. Evolutionary theories of economic and technological change. *Present status and future prospects*. London : Routledge Revivals, 2018. 286 p.
6. Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V., Omelyanenko V. A. Evaluation of Ukrainian industry innovative development with a technological progress parameter. *Scientific bulletin of Polissia*. 2018. № 1(13). Vol. 2. P. 23–28.
7. Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Integrated assessment of technological development of industrial production in Ukraine. *Institutional Basis of National Security Providing Sectors Innovation Development: monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, PhD in Economics V. Omelyanenko*. Coventry, United Kingdom: Agenda Publishing House, 2018. P. 83–101; 249–262.
8. Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України : веб-сайт. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення: 08.05.2019).

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Богашко О. Л., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Стимулювання інноваційної діяльності належить до пріоритетів державної політики та виступає важливим завданням в діяльності урядів багатьох країн світу. Однак інноваційні процеси відрізняються регіональною специфікою. Так, інноваційна активність регіонів характеризується значною нерівномірністю в розміщенні наукового потенціалу. Інноваційна активність характеризується виключним різноманіттям, а наукове лідерство служить далеко не єдиним її джерелом. Інновації, пов'язані з соціальними процесами, культурою і креативними індустріями, дизайном і розробкою нових бізнес-моделей, мають не менше значення для розвитку територій. Кожен регіон відрізняється власним шляхом розвитку, а універсальні підходи щодо підтримки інновацій далеко не завжди виявляються ефективними.

Багато розроблених стратегій виявилися відірваними від глобального економічного і технологічного контексту та зводились до простого наслідування програмних документів успішних регіонів. Перераховані в них заходи спрямовані здебільшого на підтримку досліджень і розробок, а не на стимулювання попиту або полегшення доступу на ринок. Ці документи часто сфокусовані на модних темах або престижних проектах (в області інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ), а також біо- або нанотехнологій) за відсутності достатньої кількості підприємств відповідної спеціалізації. Разом з тим, традиційні галузі залишаються більш зрозумілими та привабливими перед більш складними міжгалузевими й міжкластерними проектами.

Відсутність координації між відомствами різного рівня посилює перераховані проблеми, породжуючи дублювання заходів підтримки та розпорошення обмежених ресурсів, що в кінцевому підсумку знижує ефективність державного регулювання. На політичному рівні ця проблема була вперше розглянута в Європейському Союзі (ЄС), з метою пошуку балансу між рівнями прийняття рішень.

З 1995 року були підтримані понад 100 проектів регіонального інноваційного розвитку. Проте загальна ефективність цих зусиль виявилася недостатньою через низьку якість регіонального стратегічного управління. Альтернативою підходам, що не виправдали передбачених сподівань, стали стратегії розумної спеціалізації.

Розумна спеціалізація являє собою набір правил по вибору пріоритетів в рамках стратегії інноваційного розвитку. Ці правила зібрані в єдиному методичному документі ЄС – «Керівництві по розробці дослідницьких та інноваційних стратегій розумної спеціалізації» (далі – Керівництво). Розумна спеціалізація передбачає розподіл функцій за рівнями управління: на (над)національному задаються загальні умови розробки та реалізації стратегій, верифікації пріоритетів, формуються єдині бази даних для аналітичних зіставлень; на регіональному рівні здійснюється безпосередній вибір пріоритетів інноваційного розвитку, розробка стратегій та їх реалізація, створюються відповідні координаційні структури. На спеціалізованому сайті Платформи розумної спеціалізації понад 170 зареєстрованих регіонів представляють свої інноваційні пріоритети, розроблені відповідно до загальноєвропейської методології.

Розумна спеціалізація набула поширення і за межами ЄС і сьогодні використовується в розробках ОЕСР і ООН. Ряд принципів цієї концепції отримали відображення в стратегіях інноваційного розвитку Австралії і Південної Кореї. Аргентина, Бразилія, Колумбія, Коста-Ріка, Мексика, Перу, Уругвай, Еквадор і Чилі в рамках проекту *Polos de Competitividad* створили банк даних 579 галузевих пріоритетів в 49 регіонах з використанням інструментів розумної спеціалізації. Активне використання відповідних принципів і методик різними країнами унеможливило розробку розумної стратегії інноваційного розвитку в окремо взятому регіоні без відкритої (над)національної системи зіставлень і уніфікованих вимог до якості документів, яка поки існує тільки в ЄС [1].

Дослідження розумної спеціалізації нерідко опираються на широке уявлення про інновації як строго науково орієнтованих, заснованих на дослідженнях і розробках, а також індукованих користувачами, соціальних і сервісних, що належать до середньо- і низькотехнологічних галузей. Таке розуміння дозволяє ініціювати структурні зміни в економіці регіону.

Крім регіонів, які розробляють технології загального використання, виділяються території, драйвером розвитку інновацій в яких служить не інженерне знання як таке, але його поєднання з гуманітарною сферою. Так, розробка спеціальних програмних додатків для пошуку історичних артефактів дозволила Флоренції стати центром передових інформаційних технологій у світовій археології. Подібний результат навряд чи був би можливий, якби для стратегії було обрано індустрію ІКТ в цілому. Такий кумулятивний ефект від точкових інновацій в мистецтві й архітектурі отримав назву філії Музею сучасного мистецтва Соломона Гуггенхайма, який перетворив провінційне промислове місто Більбао в модний туристичний центр. Суть цього ефекту – в

перетворенні депресивних територій в глобальні процвітаючі центри за рахунок створення незвичайних арт-об'єктів, здатних надати потужний вплив на місцеву економіку. Більбао на півночі Італії подолав соціально-економічний занепад 1970-1980-х рр. в результаті реалізації Стратегічного плану реконструкції, ключовим елементом якого стало будівництво художньої галереї світового рівня [1].

Дослідники розумної спеціалізації підкреслюють, що створення якісної стратегії починається з пошуку місця регіону в глобальному ланцюжку доданої вартості, аналізу структурно подібних територій і подальшого бенчмаркінгу. Стратегії повинні бути відкритими і пройти серію обов'язкового зовнішнього рецензування за участю «дружніх критиків» – експертів з інших регіонів, що володіють подібною спеціалізацією.

При їх розробці оцінюється потенціал міжрегіонального співробітництва, що враховує природний взаємозв'язок розумних спеціалізацій різних регіонів. Використання різних форм колаборації між територіями визнається важливим елементом стратегічного планування на (над)національному рівні, зокрема при розподілі ресурсів і координації заходів підтримки інновацій.

В даний час зміст розумної спеціалізації можна вважати глибоко опрацьованим. У Керівництві описані шість кроків з підготовки стратегій: аналіз регіонального контексту; створення структур управління; формування загального бачення; вибір пріоритетів; реалізація комплексу заходів політики; моніторинг і оцінка. У відкритому доступі знаходиться і додаткова інформація – матеріали міжнародних конференцій і спеціалізовані доповіді. Таким чином, імплементація концепції розумної спеціалізації вимагає лише рішення регіональних органів влади, тобто «поріг входження» для регіонів за межами ЄС відносно низький. Тому не дивно, що деякі території поза рамками ЄС вже почали розробку власних інноваційних стратегій за зразком розумної спеціалізації.

Традиційні регіональні інноваційні стратегії в Україні відповідають більшості критеріїв розумної спеціалізації, по крайній мірі формально. Разом з тим, при відсутності єдиних правил вибору, перевірки й синхронізації пріоритетів інноваційного розвитку, загальної аналітичної бази даних, інструментів організаційної підтримки й експертизи навіть регіонах з високим інноваційним потенціалом складно формувати та реалізовувати унікальні стратегії, які б повністю відповідали принципам розумної спеціалізації.

Список використаних джерел

1. Kutsenko E., Islankina E., Kindras A. Smart by Oneself? An Analysis of Russian Regional Innovation Strategies within the RIS3 Framework. *Foresight and STI Governance*, 2018. vol. 12, no 1, pp. 25–45. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.1.25.45

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ІНВЕСТИЦІЙ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Длугоборська Л.В., викладач

Уманський національний університет садівництва

м. Умань, Україна

За умов трансформації національної економіки та активної інтеграції у глобалізаційне середовище інвестиційне забезпечення економічного розвитку є запорукою формування конкурентоспроможності не лише аграрного сектора економіки в цілому, а й окремих сільськогосподарських підприємств, як на внутрішньому так і зовнішньому ринку. Проте, в умовах політичної нестабільності та економічної кризи у вітчизняних підприємствах спостерігаються дисбаланси функціонування, які зумовлені застарілими виробничими потужностями та технологіями, не відповідністю виготовленої продукції міжнародним стандартам, низьким рівнем конкурентоспроможності товарного асортименту на зовнішньому та внутрішньому ринках тощо. Тому, вагомого значення набувають інвестиції в сільське господарство, які характеризуються капіталомісткістю виробництва аграрної продукції, різноманітністю форм залучення й використання у виробничому середовищі, значним періодом між залученням інвестиційних ресурсів та отриманням ефекту від них.

Різноманітні наукові аспекти проблеми пріоритетності інвестицій в аграрну сферу економіки розглядали у свої працях такі вчені як А. П. Гайдуцький [1], М. І. Кісіль [2], Д. Ф. Крисанов [3], А. Л. Пересада [4], В. Г. Федоренко [5], Н. С. Сириченко [6], Л. В. Волчанська [7], А. М. Румянцев [8], та інші.

Наукові дослідження та значні практичні розробки цих вчених є підґрунтям для подальшого вивчення проблеми. Проте, динамічність економічних та інтеграційних умов, в яких функціонують національні сільськогосподарські підприємства, високі вимоги до результативності виробництва у відповідності до міжнародних стандартів, вимагають пошуку сучасних підходів до визначення пріоритетів інвестиційного забезпечення агробізнесу, обґрунтування потреби в інвестиційних ресурсах безпосередньо для аграрних формувань з урахуванням необхідності техніко-технологічного оновлення галузі, формування стабільних джерел інвестицій, стимулювання ефективності інвестиційного менеджменту та підвищення інвестиційної привабливості аграрних підприємств [2, с. 15].

Термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати». Наукові дослідження Джона Ло (1671–1729) були одними із

найперших, які відображали інвестиції, як засіб зростання матеріального благополуччя [9].

Як прихильник лібералізму Адам Сміт (1723–1790), у книзі «Дослідження про природу і причини багатства народів», сформував наступне визначення інвестицій «одна із ключових умов забезпечення економічного прогресу». А. Сміт зазначає, що економічний розвиток більш вірогідний за умови коли інвестування коштів здійснюється з метою придбання або вдосконалення засобів промислового виробництва [10, с. 57]. В протиположності попереднім ідеям вчений економіст Д. Рікардо (1772–1823) досліджуючи проблеми інвестицій відзначив, що саме інвестиції виступають одним із чинників вартості виготовленої продукції [11, с. 19].

На теренах Радянського Союзу термін «інвестиції» обґрунтовували як довгострокові вкладення капіталу. Дане трактування було характерне для соціалістичних країн, де інвестиційний процес сприймали як діяльність, яка спрямована на збільшення обсягів виробництва, однак вона не завжди забезпечувала отримання додаткового прибутку. Звичайно така ситуація суперечить основному постулату інвестиційної діяльності в класичному трактуванні, а саме: отримання додаткової вигоди від вкладення активів у діяльність чи розвиток підприємницької діяльності [7, с. 47; 8, с. 359].

У вітчизняній науковій літературі існує ряд трактувань поняття «інвестування» (табл. 1.).

Термінологічний аналіз обґрунтування категорії «інвестиції», виходячи з наявних умов та історичних факторів впливу, засвідчив про існування розрізнених наукових поглядів як вітчизняних так і зарубіжних вчених. Проте практично всі науковці зацентрували увагу на значимості інвестицій в акумуляції або перетворенні капіталу.

Резюмуючи авторські бачення сутності інвестицій та наголошуючи на певній обмеженості такого розгляду, доцільне його уточнення. Беручи за основу визначений підхід та доповнюючи його конкретними параметрами часу, суб'єктивними властивостями, характером власності інвестиційними ресурсами та мотивами залучення інвестиційних ресурсів можна визначити інвестиції як разові внесення обігових коштів та матеріальних активів, або послідовне забезпечення активами об'єкта інвестування з метою подальшого нарощення капіталу, що виконується зацікавленими особами у вигляді особистих витрат або витрат підприємства, які керуються економічними інтересами або власними бажаннями.

Авторські обґрунтування поняття «інвестиції»*

Автор	Теоретичний зміст
Федоренко В. Г.	Вкладення капіталу з метою його подальшого збільшення. Приріст капіталу в результаті його інвестування є компенсацією за ризик втрат від інфляції та неодержання процентів від банківських вкладень капіталу [5, с. 21]
Гаврилишин Б. Д., Устенко О. А.	Довготермінові вкладення капіталу в різні сфери та галузі народного господарства всередині країни та за її межами з метою привласнення прибутку [12, с. 163]
Закон України «Про інвестиційну діяльність»	Всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект [13]
Податковий кодекс України (ст. 14.1. 81)	Господарські операції, які передбачають придбання основних засобів, нематеріальних активів, корпоративних прав або цінних паперів в обмін на кошти або майно [14]
Сириченко Н. С.	Вкладення власних, позичених, або залучених ресурсів у формі матеріальних, фінансових, інтелектуальних цінностей в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, як на короткий, так і тривалий період, усередині країни й за її межами. [6, с. 264]
Румянцева Е. Е.	Один з ключових чинників економічного зростання, довгострокові і короткострокові вкладення капіталу, що складаються з капітальних витрат (капітальних вкладень); витрат, пов'язаних з приростом оборотного капіталу (при розширенні виробництва) або оборотним капіталом в повному об'ємі, необхідним для запуску виробництва (при створенні нових виробництв), а також витрат, необхідних для підготовки інвестиційного проекту [8, с. 152]
Вініченко І. І.	Приріст вартості суспільного капіталу, отриманого в результаті виробничої діяльності суб'єктів господарювання та стратегічної політики держави, що спрямовується на перетворення частини нагромадженого капіталу в альтернативні види активів, збільшення прибутку, нарощування обсягів виробництва, впровадження інноваційних розробок, поліпшення соціально-побутових умов проживання людей і екологічних параметрів навколишнього середовища [15, с. 40]

*Джерело: складено автором на основі опрацьованих літературних джерел.

Отже, інвестиції є важливим чинником розвитку економіки держави і конкретного виробника. Ефективність господарювання в значній мірі залежить не лише від оволодіння глибокими знаннями щодо економічної сутності інвестицій, а й досвіду управління інвестиційними ресурсами згідно правового поля.

Список використаних джерел

1. Гайдучий А.П. Методологічні та методичні аспекти оцінки інвестиційної привабливості аграрного сектору. *Вісн. аграр. науки*. 2002. № 7.
2. Кісіль М. І. Наукові дослідження інвестиційних проблем в аграрному секторі економіки. *Економіка АПК*. 2016. № 6. С. 84-96.
3. Крисанов Д. Ф. Актуальне дослідження проблем управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2009. № 9. С. 153-157.
4. Пересада А.Л. Управління інвестиційним процесом. К.: Лібра, 2002. 472 с.
5. Федоренко В.Г. Інвестування : 2-ге вид. перероб. і доп. К.: Алеута, 2008. 448 с.
6. Сириченко Н.С. Економічна сутність і класифікація інвестицій в умовах глобальних трансформацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер.: Економіка. 2015. Вип. 2(1). С. 263-269.
7. Волчанська Л.В. Інвестиційна привабливість аграрного виробництва регіону. *Аграрна наука XXI століття: реалії та перспективи: тези доповідей науково-практичної конференції*. Дніпропетровськ: «Гарант СВ», 2014. С. 47-48.
8. Румянцев А. М. Экономическая энциклопедия. *Политическая экономия*. Москва. 1972. С. 560.
9. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе: Пер. с англ. 4-е изд. М.: Дело ЛТД, 1994. С. 720.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2009. С. 956.
11. Ярин Г. А. Исследование инновационно-инвестиционной системы управления промышленным предприятием. Федеральное агентство по образованию. *Уральский государственный экономический университет*. Екатеринбург: Издательство Уральского государственного экономического университета, 2009. С. 351.
12. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1 / [сост. Гаврилишин Б.Д., Устенко О.А.; ред. Мочерний С.В.]. К.: Видавничий центр «Академія», 2000. 864 с.
13. Про інвестиційну діяльність : Закон України № 1561-ХІІ від 18.09.1991 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua> (дата звернення: 05.05.2019).
14. Податковий кодекс України. № 2755-VI від 02.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 05.05.2019).
15. Вінченко І.І. Інвестиційна діяльність аграрних підприємств: монографія. Донецьк: Юго. Восток, 2010. 444 с.

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ

Космідайло І. В., к. е. н., доцент

Дякон Л. Л., к. е. н., доцент

ПВНЗ «Європейський університет» Уманська філія
м. Умань, Україна

Інноваційний розвиток є визначальним фактором росту ефективності діяльності підприємства, підвищення якості продукції, економного використання ресурсів, запобігання екологічним наслідкам індустріалізації. Тільки за умови досягнення високого рівня інноваційної діяльності підприємств економіка країни зможе зайняти гідне місце у світовому процесі економічного розвитку. Саме інновація, сприяє динамічному саморозвитку та забезпечує

конкурентоспроможність на всіх ієрархічних рівнях економіки. Інноваційний розвиток підприємств – це визначений безперервний рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його прогресивного розвитку.

Швидкоплинність темпів економічного зростання в Україні дійсно вражає, проте структура нинішнього зростання не відповідає структурі «економіки знань», яка панує у світі.

Інтелектуальний потенціал – це єдине джерело, здатне забезпечити стабільне економічне зростання без пропорційного збільшення витрачання сировинних ресурсів, однак протягом тривалого періоду розбудови незалежності науковий фактор не входив до стратегічних пріоритетів держави. А це призвело до зростання невідповідності між станом науково-технічного забезпечення економіки та потребами інноваційного розвитку [8].

Інноваційна спрямованість економічного розвитку передбачає взаємопов'язаний розвиток науково-технічної, виробничої, фінансової, соціальної сфер.

Основна мета інноваційної політики – забезпечення модернізації та структурної перебудови виробничого потенціалу, зниження його енерго- та матеріалоємності, підвищення конкурентоспроможності.

Україна має вагомі об'єктивні передумови формування інноваційної стратегії довгострокового економічного розвитку.

Це наявність висококваліфікованих трудових кадрів, широкої мережі навчальних закладів, наукових та науково-технічних установ. Величезний потенціал нашої держави вкотре підтверджує обґрунтованість стратегічного вибору інноваційного шляху розвитку країни.

Термінологічно поняття «інновація» ставить в основу основ кінцевий результат інноваційної діяльності у вигляді нового або удосконаленого продукту, що реалізується на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності. Управлінські інновації розуміються як будь-яка зміна технологій управління, орієнтована на зміну діючого механізму управління чи його елементів з метою прискорення виконання завдань.

У ст.3 Закону України «Про інноваційну діяльність» зазначається, що ця діяльність «здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу» [1].

Ефективне здійснення інноваційної політики неможливе без удосконалення інвестиційного середовища держави – «сукупності політичних, правових, економічних і соціальних умов, що забезпечують та сприяють

інвестиційній діяльності вітчизняних та іноземних інвесторів» – визначальними факторами сприятливості якого є політична та соціально – економічна ситуація в державі.

Згідно із ст.12 Закону України «Про інноваційну діяльність», однією з форм державного регулювання інвестиційної діяльності є роздержавлення та приватизація власності. При цьому цілями державного регулювання є створення пільгових умов інвесторам, які здійснюють інвестиційну діяльність у найбільш важливих для задоволення суспільних потреб напрямках, а насамперед – у соціальній сфері; технічне та технологічне вдосконалення виробництва; створення нових робочих місць для громадян, які потребують соціального захисту; впровадження відкриттів і винаходів [1].

На сьогоднішній день інноваційна політикам Уряду спрямована на створення економічних, правових, організаційних основ для розвитку інноваційної діяльності в усіх секторах економіки та галузях матеріального виробництва, забезпечення ефективного використання результатів науково-технічного прогресу, подолання енерго- та ресурсовитратного характеру виробництв та їх технологічне оновлення, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, вирішення завдань соціально-економічного розвитку.

Визначальним фактором інноваційного розвитку держави, його основою та двигуном є інноваційна активність кожного підприємства, яка відображається ефективністю інноваційної діяльності. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», її визначають як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [1].

На відміну від поняття інноваційна діяльність, викладеного в Законі України, у світовій практиці прийняте таке формулювання: інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції, що випускається (товарів, послуг), удосконалення технологій їх виробництва з наступним впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому чи зовнішньому ринках. Інноваційна діяльність спрямована на реалізацію можливостей інтенсивного розвитку економіки будь якого рівня на засадах оновлення технологічних процесів і продукції, вдосконалення методів організації виробництва.

Інноваційна діяльність, як правило, являє собою цілий комплекс наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, сукупність яких приводить до інновацій у вигляді нового або удосконаленого продукту [4].

Існує твердження, що інноваційний процес визначається інноваційними чинниками, абсолютно необхідними для його здійснення такими як: правовий, технічний, соціальний, економічний і культурний конкретними умовами, в яких розгортається інноваційний процес, а також інноваційним менеджментом, який пов'язав інноваційні чинники й діє в цих конкретних умовах і в конкретному середовищі. Існує багато загального між процесами промислового виробництва і інноваційними процесами в тому, що стосується таких чинників виробництва, як праця, інфраструктура, матеріали, капітал і знання, і інноваційних чинників, навіть коли процес протікає значно складніше і вимагає набагато більших професійних знань .

Група авторів вважає, що інноваційні процеси є постійним і безперервним потоком перетворення конкретних технічних або технологічних ідей на основі наукових розробок в нові технології або окремі її складові частини і доведення їх до освоєння безпосередньо у виробництві з метою здобуття якісно нової продукції.

Жариков В.В. наголошує на тому, що інноваційний процес – це послідовність подій, під час яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології, структури або послуги і розповсюджується у господарській практиці і суспільній діяльності [5]. Економічні взаємовідносини ставлять підприємства перед необхідністю не тільки приймати участь в цьому процесі, але і вивчати досвід інноваційного розвитку, який вже склався. При цьому особливе значення має вивчення механізмів, які склалися, реалізація дифузії наукової ідеї в прикладну розробку, дослідний зразок та серійне або масове виробництво.

Такій підхід враховує тільки продуктові інновації, а саме кінцевий продукт, не беручи до уваги можливості впровадження інновацій на всіх етапах ланцюга цінності: нових технологій, видів продуктів і послуг, рішень виробничого, фінансового, адміністративного або іншого характеру й інших результатів інтелектуальної діяльності. Кожна ланка «ланцюга цінності» відносно самостійна, має свої закономірності та виконує своє завдання.

У системі Міністерства освіти і науки України утворено Державний департамент інтелектуальної власності як урядовий орган державного управління.

Реалізуються такі основні заходи інноваційної політики:

- звільнення від оподаткування тієї частини прибутку, що спрямовується підприємствами, організаціями, приватними особами до інноваційних фондів;
- створення спеціалізованих інноваційних банків, а також фондів довгострокового кредитування функціонуючих комерційних банків шляхом

встановлення відповідних пільг з оподаткування коштів, що інвестуються до цих структур;

– встановлення диференційованої ставки податку на прибуток комерційних банків залежно від напрямів використання ресурсів шляхом зниження їх в разі довгострокового кредитування високотехнологічних проектів;

– створення системи пільгового рефінансування комерційних банків, які надають пільгові кредити для реалізації проектів, зниженої ставки норми обов'язкового резервування коштів;

– запровадження механізмів державного страхування кредитів, виданих малим підприємствам, що розробляються та впроваджують інноваційну високотехнологічну продукцію.

Комплексний характер інноваційних процесів, багатогранність способів застосування потребують подальшого їх вивчення. Розподіл інноваційних процесів на різні групи дозволяє проаналізувати їх рівень, вплив на економічні показники діяльності окремого підрозділу та підприємства в цілому. Проведена порівняльна характеристика сучасних підходів до тлумачення терміну «інноваційний процес», дала можливість сформулювати власне визначення Інноваційного процесу: «Інноваційний процес – це сукупність послідовних дій інтелектуальної творчості та діяльності людини, що спрямована на додавання вартості і цінності отриманому кінцевому результату з чітко зазначеними параметрами орієнтованими на довготривалу перспективу».

Реалізація розглянутих заходів буде у значній мірі сприяти інноваційному спрямуванню економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність : Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2002. № 36. 266 с.
2. Вдонин Б. Н. Научно-технический прогресс как объект экономического исследования. *Электронная промышленность: экономика и коммерция*. 1999. №2. 210 с.
3. Гальчинський А. С., В. Геєць, В. Семиноженко. Україна: наука та інноваційний розвиток. К.: Наукова думка, 1997. 66 с.
4. Евсеева Л. А., Сергеев Ф. Стратегия инновационной деятельности за рубежом. *Инновации*. 2006. № 4. 59 с.
5. Жариков В. В., Жариков И. А., Однолько В. Г., Евсейчев А. И. Управление инновационными процессами : учебное пособие. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. унта, 2009. 180 с.
6. Завлин П. Н. Инновационная деятельность в современных условиях. *Инновации*. 2006. 45 с.
7. Ильина Е. А., Егоров В. А., Миранчук О. П., Миронова И. А. Разработка методических подходов и. определение уровня инновационной восприимчивости производственных субъектов АПК. *Инновационная экономика*, 2008. 156 с.
8. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання : Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 118 с.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Мошляк І.О., аспірант

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

Науковий керівник: **Чумаченко О. Г.**

м. Київ, Україна

Формування напрямів залучення прямих іноземних інвестицій залежить від узгодження з іншими напрямами ринкової кон'юнктури, насамперед модернізації виробництва, що сприяє підвищенню привабливості до притоку іноземних інвестицій до нашої країни. Ця проблема є актуальною для країн з перехідною економікою. Залучення прямих іноземних інвестицій є важливою ланкою сучасної конкурентоспроможної країни. Насамперед для досягнення поставленої мети для забезпечення притоку коштів, необхідно досліджувати практичну складову залучення іноземних інвестицій у економіку нашої держави та визначити шляхи підвищення і ефективності їх використання.

Узгоджуючись з принципом порівняльних переваг міжнародного ринку, можна сформулювати концепцію міжнародного руху капіталів, суть якої полягає в різниці норми прибутку між країнами. Вчені які розвинули цю концепцію, дійшли висновку, що капітал переводиться з країни, де його гранична продуктивність низька, у країну з вищою продуктивністю, і це означає більш ефективну комбінацію факторів виробництва в обох країнах і збільшення їх сукупного національного доходу. Різні види залучення капіталу мають різну граничну конвертацію, тому одна країна може інтенсивно вивозити і ввозити капітал. Вивіз капіталу здійснюється, коли експорт товарів і послуг перевищує їх імпорт в країні, а при порушенні цього правила необхідний вплив держави [1, с. 159].

Для забезпечення економічного підвищення, прямі іноземні інвестиції сприяють вирішенню важливих питань, щодо створення ефективного використання залучених коштів, що забезпечує ринкову поведінку з прямим доступом до міжнародного ринку. Серед трьох основних форм прямих іноземних інвестицій вилучають: експорту власного капіталу, реінвестування прибутку та внутрішньо підприємницьких трансфертів.

Треба зазначити, що для нашої країни з перехідною економікою необхідно розглядати залучення іноземних інвестицій як систему структурних змін та економічного зростання. Найголовнішими завданнями, які необхідно вирішувати при залученні прямих інвестицій, є: послідовна реформа економіки, технологічна модернізація виробництва, виробництво товарів широкого побуту, зменшити імпорт в країну.

На даному етапі у реконструкції та модернізації потребує все агропромислове господарство України. Переважно його треба повністю перевести на сучасну технологічну базу, з використанням науково-технічного та виробничого потенціалу. Також необхідно підвищити продуктивність праці та оптимізувати витрати, забезпечити системну та комплексну переробку сировини з метою збільшення випуску готової продукції та підвищення її в належній якості, отримання значного економічного ефекту при незначному ризику для іноземних інвесторів. Варто зазначити, що ціль інвестора, залежить від вітчизняного ринку у який інвестор хоче вкладати свій капітал для максимізації свого прибутку. У ланці господарства їх, насамперед, цікавлять сировина, метал, вугілля, продукти хімічної промисловості тощо. Увагу насамперед іноземців привертає можливість спрощеного отримання, дешевого доступу до українських сировинних ринків, науково-технологічної бази і кваліфікованої робочої сили. [2, с. 157].

Невирішеним питанням з проблемою забезпечення інвесторів достовірною інформацією про чинне законодавство іноземних інвестицій. Тексти законів та інструкцій недосяжні для ознайомлення. Практично немає єдиного підходу до статусу та відміни попередніх законів, тому важко визначити, які закони зберігають чинність, а які були скасовані. Щоб дати зрозуміти зарубіжним інвесторам уявлення про правовий статус в Україні стосовно іноземного вкладення, потрібно організувати регулярний випуск спеціалізованого видання, що містить інформацію на англійській мові. Також слід удосконалити законодавство, внісши зміни у Закон «Про домовленості у розподілі продукції» відносно розподілу корисних копалин між державою та інвесторами [3, с. 132].

Для України важливим є впровадження ефективної стратегії залучення та використання прямих іноземних інвестицій. До числа пріоритетних напрямків іноземного інвестування слід віднести створення в Україні сучасної інфраструктури: телекомунікації, ділову інфраструктуру, транспорт, технічно оснащене складське господарство. Особливу роль в активізації інвестиційної діяльності повинно мати страхування інвестицій від економічних ризиків.

Україна зацікавлена у притоці прямих інвестицій. Іноземний капітал може мати доступ у всі сфери економіки без шкоди для національної економіки, оскільки він не збільшує борг перед іншими країнами а, навпаки, сприяє одержанню коштів для погашення кредитів. Обмеження на приплив прямих інвестицій повинні поширюватись тільки у галузі, пов'язані з безпосередньою експлуатацією національних природних ресурсів, телекомунікаційний та супутниковий зв'язок. Держава повинна активно підтримувати іноземні

інвестиції в реальний капітал. Тільки вони можуть забезпечити зростання національної економіки нашої держави.

Список використаних джерел

1. Сапич В. І., Сапич Н.М. Міжнародна економіка. Практикум. Суми: Університетська книга, 2003. 159 с.
2. Черноусова М. Можливості транснаціоналізації економіки України на базі вдосконалення процесу залучення прямих іноземних *Журнал Європейської економіки*. 2009. № 2. 157с.
3. Агеев В. Политики и реальная цена инвестиций в Украину. *Рынок. Biz*. 2009. № 1. 132с.

МІСЦЕ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Петренко Л. М., асистент

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна*

Рівень інвестиційного розвитку формується під дією таких найбільш впливових чинників, як: політична стабільність; ефективність законодавчого забезпечення інвестиційної діяльності; стабільність економічного розвитку; стан державного регулювання економіки; розвиненість фінансових ринків.

Сьогодні стан інвестиційного клімату України не сприяє зацікавленості інвесторів у розміщенні свого капіталу в економіку нашої держави. Це пов'язано з нерозвиненістю законодавчої бази, політичною нестабільністю, недостатня сформованість інвестиційної інфраструктури та високий рівень корумпованості та бюрократії.

При визначенні інвестиційної привабливості країни достатньо популярними є відомі індекси, що оцінюються інвестиційними, посередницькими та консалтинговими компаніями та рейтинговими агентствами, а також великими корпораціями, біржами і фінансовими групами та бізнес-журналами (табл. 1).

Згідно з дослідженнями Всесвітнього економічного форуму, Україна за індексом глобальної конкурентоспроможності погіршила свої позиції у 4 з 12 основних показників. Найбільше втрачено (мінус 13 пунктів) за складовою «Ефективність ринку праці». Тенденція до погіршення цього показника спостерігалася і в минулорічних дослідженнях, при чому в минулому році погіршила свої позиції на 17 пунктів [1]. Також, Україна зазнала втрат за оцінкою інноваційної складової Індексу – («мінус» 9 пунктів),

інфраструктурної («мінус» 3 пункти) та за складовою, що характеризує вищу освіту та професійну підготовку («мінус» 2 пункти).

Таблиця 1

Місце України у світових рейтингах, що характеризують інвестиційну привабливість країн за період 2010-2017 рр.

Показники	Роки							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index)	89 (з 143)	82 (з 144)	73 (з 144)	84 (з 148)	76 (з 144)	79 (з 140)	85 (з 138)	81 (з 137)
Індекс ведення бізнесу (The Doing Business)	147 (з 183)	149 (з 178)	152 (з 183)	137 (з 184)	112 (з 189)	96 (з 185)	83 (з 190)	80 (з 190)
Індекс сприйняття корупції (Transparency International)	134 (з 178)	152 (з 182)	144 (з 174)	144 (з 177)	142 (з 175)	130 (з 167)	131 (з 176)	130 (з 180)
Індекс економічної свободи (Heritage Foundation)	162 (з 179)	163 (з 179)	161 (з 179)	163 (з 179)	155 (з 179)	162 (з 178)	162 (з 178)	166 (з 178)
Індекс інвестиційної привабливості (BDO International Business Compass)			115 (з 174)	99 (з 174)	109 (з 174)	89 (з 174)	130 (з 174)	134 (з 174)

Джерело: складено на основі [1,2,3,4,5]

Незважаючи на незначні покращення, в 2017 році в нас все ще найгірші позиції за оцінкою міцності банків (130-те місце), за регулюванням фондових бірж (134-те місце), за якістю доріг (130-те місце), за інфляційними змінами та за здатністю країни утримувати таланти (129-те місце), за захистом права власності (128-те місце), що пов'язано з інфляцією, корупцією, політичною нестабільністю, високими податковими ставками, складністю податкового законодавства, нестабільністю урядів, ускладнений доступ до фінансів, неефективну державну бюрократію, регулювання валютного ринку, недостатню освіченість працівників, погану етику робочої сили, недостатню здатність до інновацій, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідну якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низьку якість охорони здоров'я.

Світовим банком визначається індекс ведення бізнесу (The Doing Business), що відображає простоту здійснення підприємницької діяльності у різних країнах. За рівнем сприятливості умов для ведення бізнесу Україна зайняла 80-те місце між Сан-Марино (79-те) та Боснією і Герцеговиною (81-ше) [2]. За даними Світового банку, в сфері легкості відкриття та ведення бізнесу Україна займала 30-е місце з 189-ти. Країні вдалося скоротити час, необхідний для реєстрації платників податків ПДВ, був також скасований збір за реєстрацію бізнесу. Крім того, Україна піднялася зі 185-го на 137-те місце за показником доступності електроенергії: на сьогодні підключення бізнесу до електромереж

займає 263 дня. У той же час країна опустилася з 43-ї на 98-му позицію за показником забезпечення виконання контрактів, а за показником отримання дозволу на будівництво - з 70-ї на 140-у.

Окремої уваги потребують показники рейтингу, за якими Україна посіла найгірші місця: за показником отримання дозволів на будівництво ми займаємо 140-ву позицію з-поміж 190-та країн. За показником міжнародної торгівлі Україна отримала в рейтингу 150-те місце та суттєво поступається Польщі (1-ше місце), Білорусі (30-те) та Молдові (34-те). Найгірший рейтинговий показник України, як і в 2016 році, – вирішення проблем неплатоспроможності (150-те місце), яким досліджуються часові та фінансові витрати, а також кінцевий результат процесу вирішення питань неплатоспроможності підприємства.

Індекс сприйняття корупції (Transparency International) щорічний рейтинг країн світу, що укладається організацією Transparency International з 1995 року[3]. Країни у рейтингу впорядковані за показником рівня корупції, який базується на оцінках підприємців та аналітиків. Україна здобула 30 балів зі 100 можливих у дослідженні Transparency International «Індекс сприйняття корупції» (CPI) за 2017 рік і посіла 130-те місце (зі 180 країн). Це на 1 бал більше та на 1 позицію вище, ніж у минулому році (29 балів, 131-ше місце зі 176 країн). Але в динаміці результати минулого року нижчі (1 бал проти 2) ніж у 2016 році та вперше з 2010 року обійшла Росію (29 балів), яка не покращила свої позиції за минулий рік.

Індекс економічної свободи (Heritage Foundation) показник, який щорічно розраховується Wall Street Journal і Heritage Foundation для більшості країн світу з 1995 року [4]. В 2017 році Україна набрала 48,1 бала, це на 1,3 бала вище, ніж в попередньому році. Із досягнень України за 2017 рік відзначають торгову свободу і податкову політику, із моментів, що викликають занепокоєння: верховенство закону, державні витрати, інвестиційну свободу.

Крім України, до списку країн з «репресивною економікою» входять ще 22 країни. Поруч з Україною в рейтингу – Ангола і Суринам.

Індекс інвестиційної привабливості (BDO International Business Compass) BDO Business Compass дає оцінку інвестиційної привабливості країни, представляючи інформацію як багатовимірне поняття в трьох вимірах: економічні чинники, політико-правове поле і соціально-культурні умови [5]. Розглядаючи динаміку індексу за 2012-2017 рр. значення показника не мало чіткої динаміки. Найкраще значення показника спостерігалось в 2015 році (89-те місце) та в 2013 році 99-те місце). Найгірше спостерігається в 2016 році (130-те місце) та 2017 році (134-те місце).

Отже, підсумовуючи вище викладене Україна не є привабливою для іноземних інвестицій, про що свідчить рейтинг економічних свобод, в якому Україна зарахована, так як має низькі показники з права власності, державних витрат, інвестиційної свободи, свобода від корупції. Також для інвесторів є неприйнятними значення макроекономічних показників: інфляції, сальдо торговельного балансу, темпів зростання ВВП та непослідовність економічних реформ тощо.

Список використаних джерел

1. The Global Competitiveness Report 2017–2018. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> (дата звернення: 07.05.2019).
2. The Doing business : веб-сайт. URL: <http://russian.doingbusiness.org>. (дата звернення: 07.05.2019).
3. Transparency international corruption index. Corruption Perceptions Index 2017 : веб-сайт. URL: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017. (дата звернення: 07.05.2019).
4. The Heritage Foundation, 2017 : веб-сайт. URL: <http://www.heritage.org/index/about> (дата звернення: 07.05.2019).
5. BDO international business compass : веб-сайт. URL: <https://www.bdoibc.com> (дата звернення: 07.05.2019).

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ РЕАЛІЗАЦІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

*Пальчевич Г.Т., к.е.н., професор
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна*

Успішна реалізація інноваційної політики як складової соціально-економічної політики держави є рушійною силою суспільного прогресу, визначальною умовою підвищення конкурентоспроможності національної економіки, вирішення соціальних та екологічних проблем, зміцнення обороноздатності та економічної безпеки.

Впровадження інноваційної моделі розвитку економіки потребує чітких механізмів фінансування нововведень, пошуку та розширення джерел і можливостей залучення державних, приватних чи змішаних інвестицій для розвитку інноваційних галузей, забезпечення структурно-технологічної перебудови економіки, створення ефективної національної інноваційної системи.

Теперішній стан і тенденції фінансового забезпечення інноваційної діяльності в Україні характеризуються такими особливостями [3]:

– фінансові обмеження залишаються основним фактором гальмування інноваційної діяльності, що пов'язано з гострою нестачею власних фінансових ресурсів у суб'єктів інновацій;

– дефіцит власних коштів, що є основним джерелом фінансування інноваційної діяльності, спричинений незадовільним фінансовим станом підприємств, стагнацією промислового виробництва та недоступністю зовнішніх джерел фінансування;

– висока вартість кредитних ресурсів, що є другим за значенням джерелом фінансування інноваційної діяльності, ускладнює їх залучення до фінансування інноваційних проектів, особливо для низькорентабельних підприємств, які потребують технологічної модернізації, неспроможні залучати довгострокові кредити на здійснення інновацій;

– відсутність збалансованої податкової політики в контексті децентралізації влади, зокрема, з питань впровадження нової методики нормативної грошової оцінки земельних ресурсів та непомірного зростання земельного податку, призводить до значного скорочення або ліквідації державно-приватного партнерства у сфері інноваційного розвитку;

– державна підтримка інноваційної діяльності у формі прямого фінансування має суттєві бюджетні обмеження та не узгоджена з пріоритетами інноваційного розвитку. Значна частина бюджетних асигнувань надається добувним підприємствам, низько- і середньотехнологічним виробництвам, що не сприяє прогресивним структурним змінам.

Наслідком відсутності адекватної державної підтримки інноваційного розвитку в Україні сьогодні є незадовільний стан бюджетного фінансування інноваційної діяльності, особливо високотехнологічного сектору.

Як відомо, стимулювання розвитку інноваційних підприємств в розвинутих країнах відбувається не тільки через державне фінансування інноваційних проектів, але й через пом'якшення фінансових зобов'язань компаній перед державою. Однією з форм державної фінансової підтримки наукової і науково-технічної діяльності є податкові стимули. Така форма підтримки широко застосовується в Австралії (81,8% загальних обсягів державної фінансової підтримки), Канаді (75,5%), Нідерландах (77,6%). Основними видами податкової підтримки наукової і науково-технічної діяльності підприємств є: податкові кредити (відстрочка по сплаті податків на певний період, який може тривати декілька років); прискорена амортизація устаткування, обчислювальної техніки та інших основних засобів, придбаних для виконання інноваційних проектів; підвищувальні коефіцієнти (у середньому 1,5) до поточних витрат на наукову і науково-технічну діяльність, що дозволяють скоротити базу для нарахування корпоративного податку на

прибуток; звільнення, що дає можливість компаніям не платити зовсім або платити окремі податки в меншому розмірі [2].

У Польщі держава через спеціальні фонди здійснює регулювання обсягів та напрямів залучення так званих «інноваційних позик», які надаються на конкурсній основі для комерціалізації інноваційних ідей.

У США успішно практикується державне стимулювання інноваційної діяльності шляхом часткового гарантування інноваційних банківських кредитів та фінансування ризикових інноваційних проектів у пріоритетних для держави галузях.

Банківський інноваційний кредит є важливим чинником стимулювання інноваційної діяльності. Однак банківська кредитна підтримка інноваційного розвитку вітчизняної економіки на сучасному етапі вкрай обмежена. Більшість комерційних банків в Україні не зацікавлені у кредитуванні інноваційної діяльності через погіршення показників фінансової стійкості за несприятливих економічних тенденцій та підвищений ризик такої діяльності.

Активізація банківського інвестиційного кредитування можлива за умови удосконалення податкового законодавства, встановлення податкових пільг для банків під довгострокові кредити в інноваційну діяльність. Стимулювання інноваційних програм та проектів, що кредитуються банками, може здійснюватись за рахунок звільнення від оподаткування частини прибутків банків або зменшення для них податкової ставки, якщо ці кошти будуть належним чином спрямовуватись на інноваційний розвиток. Пожвавлення розвитку довгострокового банківського кредитування потребує удосконалення системи страхування інвестиційних ризиків банківських установ.

Перспективною є участь банків у прямому фінансуванні інноваційних програм безпосередньо інвесторами (на умовах краудлендингу). Роль банківських установ у реалізації цієї форми фінансового забезпечення інноваційних проектів полягає в пошуку інвесторів, оцінці кредитного ризику інноваційних програм та страхуванні відповідних операцій, обслуговуванні рахунків кредиторів і позичальників.

Одним із сучасних видів краудлендингу є P2B-кредитування, засноване на кредитуванні фізичними особами середнього і малого бізнесу. Ідея P2B-кредитування була реалізована в Україні в квітні 2016 року Приватбанком під назвою «Кредити українському бізнесу» [1].

Взагалі, використанням технологій краудсорсингу може стати реальною можливістю вирішення проблеми фінансування інноваційної підприємницької діяльності, зокрема, у формі стартап-проектів. У цьому відношенні дієвим та перспективним для фінансування інноваційного бізнесу є краудфандинг як спосіб залучення капіталу невеликими обсягами від значної кількості осіб з

метою фінансування нового проекту, що базується на використанні спеціальних краудфандингових платформ, за допомогою яких відбувається взаємодія між потенційними інвесторами та підприємцями. Використання краудфандингу як альтернативи традиційним формам фінансування інновацій потребує насамперед законодавчого врегулювання новітніх форм інвестування на вітчизняному фінансовому ринку, зміцнення безпеки використання краутсорсингових технологій фінансування проектів підприємців-інноваторів.

Ефективною формою фінансового забезпечення інноваційної діяльності, яка стимулює розвиток науково-технічного прогресу, сприяє прискоренню впровадження новітніх досягнень науки у виробництво, є венчурне інвестування. Венчурне інвестування відрізняється від інших видів активної інвестиційної діяльності підвищеним ступенем ризику, оскільки інвестор не має жодних гарантій щодо повернення вкладених у бізнес-проект коштів. Однак, характеризуючись високим ступенем ризику, венчурні інвестиції одночасно можуть забезпечувати високу дохідність від реалізації інноваційних проектів.

Сьогодні в Україні вкрай необхідними є формування та забезпечення реалізації єдиної державної політики щодо захисту венчурних інвесторів, залучення інвестиційних капіталів і технологій.

У США приблизно 80% інноваційних проектів на стадії стартапу фінансується «бізнес-ангелами» – приватними неформальними інвесторами, що володіють не тільки фінансовими можливостями, але і колосальним досвідом по становленню і розвитку власного бізнесу. Залучення капіталу бізнес-ангелів є перспективною формою фінансування інноваційних проектів. В Україні створено співтовариство бізнес-ангелів UAAngel.

В цілому покращення фінансового забезпечення реалізації інноваційної політики повинно здійснюватись через нарощування потенціалу державного фінансування інновацій, стимулювання збільшення обсягів власних коштів підприємств, що витрачаються з метою активізації інноваційного розвитку, удосконалення механізмів банківського кредитування інноваційних проектів, використання новітніх форм фінансування інноваційного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Електронна платформа «Кредити українському бізнесу» URL: <http://kub.pb.ua> (дата звернення: 07.05.2019).
2. Інноваційна Україна 2020 [Текст] : національна доповідь / Бажал Ю. М. та ін. ; за заг. ред. В. М. Гейця та ін.; НАН України, *Секція суспіл. і гуманіт. наук*. Київ : НАН України, 2015. 334 с.
3. Парламентські слухання: Національна інноваційна система: стан та законодавче забезпечення розвитку. Проект рекомендацій. *Економіст*. 2018. № 3. С. 19-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2018_3_7 (дата звернення: 07.05.2019).

МІСЦЕ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Пачева Н. О., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Глобалізаційні процеси спонукають до становлення новітніх тенденцій розвитку суспільства, що призводить до модернізації економіки через застосування інновацій, зокрема, в межах нашого дослідження, у державному секторі економіки.

Дослідженням даної проблеми займалися багато вчених, деякі з них: Г. Бертуччі, А. Лем, М. Пірен, О. Половцева, Й. Шумпетер та інші. Науковці під інноваціями в державному управлінні розуміють креативні ідеї, які успішно впроваджуються для вирішення нагальних проблем [1, с. 29]. Інновації - це утворення нових, раніше не існуючих внутрішніх чинників, що з'являються в результаті самостійної, відносно незалежної від зовнішніх соціокультурних умов логіки розвитку системи державного управління [2, с. 17]. Так, Г. Бертуччі визначає концептуальний, інституційний та організаційний аспекти у впровадженні інновацій в державному управлінні, необхідність окремого розгляду яких посилюється внаслідок розрізненості технологій [1, с. 22].

Система державного управління є основою ефективного функціонування будь-якого суспільства. Тому дослідження проблеми інноваційної діяльності в системі державного управління є досить актуальною.

Інновації є результатом діяльності з оновлення, перетворення попередньої діяльності, що приводить до заміни одних елементів іншими або доповненню вже новими. Подібна діяльність має загальні закономірності: визначаються цілі зміни, новація розробляється, випробовується, освоюється, поширюється і, нарешті, «відмирає», вичерпуючись фізично і морально. Стосовно до системи державного управління процес інновації означає насамперед введення нового в зміст, методи та форми роботи насамперед всіх владних інституцій [3].

В цілому, ефективність інноваційного розвитку досягається за допомогою: впровадження політики ресурсозбереження, покращення якості продукції чи послуг; введення нових видів продукції/послуг; впровадження прибуткових бізнес-проектів; розробки перспективних інноваційних рішень. Формування стратегій інноваційного розвитку можливе шляхом створення системи цілеспрямованого управління інноваційним розвитком та зайняття нової ніші на ринку, переважно на основі нової продукції, нових методів організації, виробництва і збуту, що забезпечить умови сталого розвитку. Стратегічне державне управління інноваційним розвитком національного

господарства повинно враховувати наступне: контроль та координацію запланованих заходів інноваційної діяльності; забезпечення високих темпів зростання; збільшення частки на ринку; підняття якості; підвищення репутації (іміджу) підприємств, галузі; розвиток інноваційних процесів через створення необхідних умов у фінансовій, маркетинговій та інформаційній сфері; підбір «сучасного» персоналу; зниження рівня витрат; зацікавлення інвесторів [4].

У розумінні сутності інноваційних процесів в державному управлінні, на думку А. Гев'юк [3], лежить ряд проблем: по-перше, це практичне впровадження науково-теоретичних досягнень в практику. В більшості країн на формування розвитку системи управлінських інновацій впливають передусім ті інноваційні теорії, які сприяють їхньому більш ефективно-сталому соціальному розвитку суспільних інституцій, не залежно від їх політичного устрою; по-друге, це підпорядкування всіх інноваційних процесів завданню підвищення якості процесу управління державними інституціями. Особливо тут слід виділити роль концептуальних складових організаційних основ менеджменту органів влади.

Підготовка персоналу органів державного управління пов'язана з набуттям практичних навиків і вміння працювати з людьми. В умовах існування інноваційної діяльності різко зростає роль державного управлінця як менеджера інноваційних змін. Його управлінські дії і процедури прийняття рішень в основному залежать від його особистісних здібностей, освіти, кваліфікації і професійних вмінь, які фактично визначають не тільки стратегію, а й тактику успішного державного управління. Слід зазначити, що будь-які інновації в одній сфері державного управління, задля негайних змін й часто і загальних перебудов організаційних структур органів державної влади, вимагають й відповідних знань із інших суміжних ділянок суспільно життя. Потретьє, в інноваційному процесі важливим елементом також є запровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій. А це потребує для країни перебудова майже всього інструментарію виробничих процесів та програмно-технічних засобів механічної роботи практично всіх державних інституцій [3]. Інноваційні зміни в державному управлінні мають торкатися всіх секторів та працівників, починаючи від пересічного робітника державної служби до керівника.

Інновації в державному управлінні посідають вагоме місце і забезпечують адміністративну ефективність діяльності органів державної влади, адаптуючи їх до вимог суспільства через розробку та впровадження спеціальних програм розвитку.

Список використаних джерел

1. Bertucci. Innovations in Governance and Public Administration: Replicating what works. 2006. С. 190. URL: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN021963.pdf> (дата звернення: 08.05.2019).
2. Хачатурян Х. В. Інновації в державному управлінні : монографія. К.: Вид-во НАДУ, 2005. 251 с.
3. Гев'юк А. Роль інновацій в системі державного. *Буковинський вісник державної служби та місцевого самоврядування*. URL: <http://buk-visnyk.cv.ua/naukova-dumka/116/> (дата звернення: 08.05.2019).
4. Пачева Н. О. Стратегічне управління інноваційним розвитком національного господарства. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2018. № 11(19). С. 56-59. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15416763509921.pdf>. (дата звернення: 08.05.2019).

ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ У СФЕРІ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Слатвінський М. А., канд. екон. наук, доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Загрозливі наслідки зміни клімату вимагають швидкого перетворення системи енергетики на основі використання викопного палива до системи, що базується на використанні технологій відновлювальної енергетики. Водночас з макроекономічних позицій така потреба обумовлюється необхідністю диверсифікації джерел отримання енергії на шляху до формування енергетичної незалежності держави. Інвестиції в цю сферу мають все більш зростаюче значення, забезпечуючи комерціалізацію технологічних інновацій, що, як наслідок, сприяє зростанню частки відновлювальних джерел енергії в енергетиці та зниженню собівартості отримання енергії.

У світі спостерігається значний інтерес до розвитку проектів у сфері відновлювальної енергетики. Світові інвестиції у відновлювальні джерела енергії склали 332,1 млрд дол. США у 2018 р., тоді як частка відновлювальної енергетики у нововстановлених потужностях складає понад 50 % (Bloomberg NEF, 2018).

Обсяги інвестицій, при цьому, в різні сектори відновлювальної енергетики мали різні тренди (рис. 1). Інвестиції у 2018 р. виросли – у вітроенергетику (на 3% до 128,6 млрд дол. США), біоенергетику (на 18% до 6,3 млрд дол. США), виробництво біопалива (на 47% до 3 млрд дол. США), геотермальну енергетику (на 10% до 1,8 млрд дол. США). Водночас спостерігалось скорочення інвестицій у малу гідроенергетику (на 50% до 1,7 млрд дол. США) та сонячну енергетику (на 24% до 130,8 млрд дол. США).

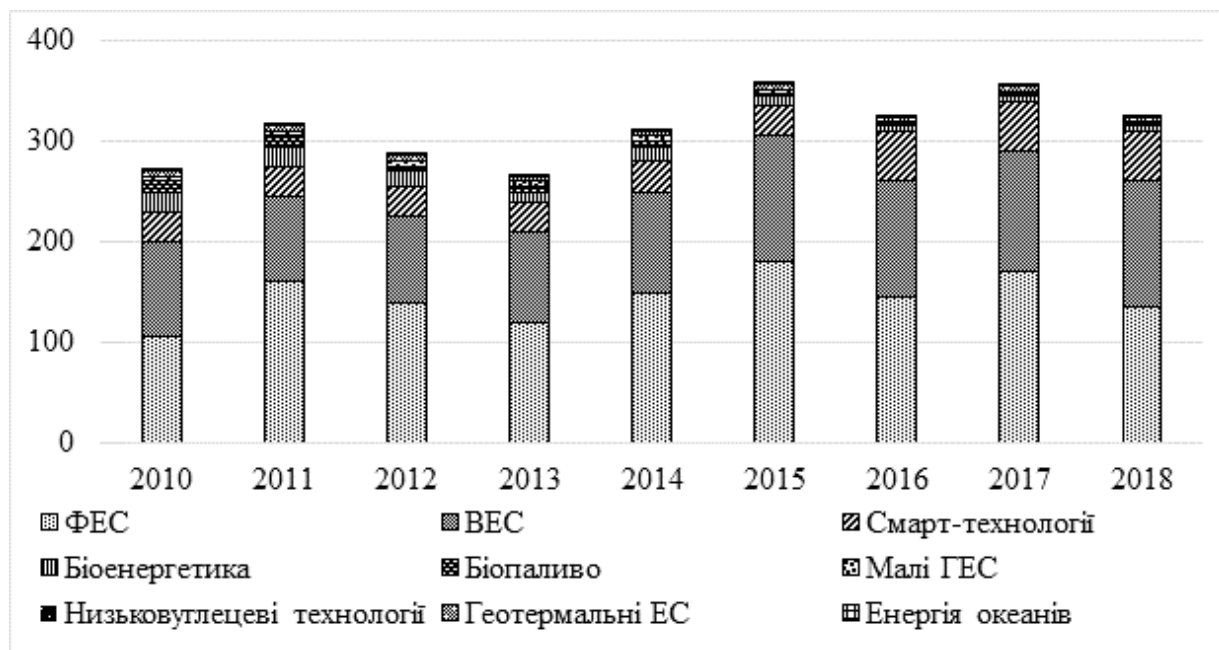


Рис. 1. Світові інвестиції у відновлювальну енергетику, млрд дол. США

Джерело: Bloomberg NEF, 2018.

В Україні сума інвестицій у відновлювальну енергетику в 2018 році склала 2,4 млрд дол. США, показавши зростання в порівнянні з попереднім роком майже в 15 раз (Bloomberg NEF, 2018).

Якщо у світовому виробництві електроенергії частка відновлюваних джерел енергії займає понад 10 %, то в Україні – лише трохи вище 1%. За різними оцінками (IRENA, 2018), Україні для досягнення світового рівня розвитку відновлювальної енергетики необхідно від 25 до 60 млрд дол. США інвестицій. Загальний обсяг необхідних інвестицій до 2030 року має складати щорічно близько 5 млрд дол. США.

Доступ до необхідних джерел фінансування відіграє істотну роль у розвитку відновлювальної енергетики. В країнах ЄС проекти в цій сфері фінансуються основним чином за рахунок коштів приватних інвесторів, а фінансування за рахунок залучення позикового капіталу можливе за співвідношення позикового до власного капіталу – 80/20, і за відсоткової ставки – 4-5% річних. В Україні в цьому випадку частка власного капіталу має бути як мінімум вдвічі вищою, а відсоткова ставка складає близько 10 % річних.

Залучення фінансування більшості проектів відновлювальної енергетики в Україні відбувається за рахунок позикового капіталу комерційних банків, міжнародних фінансових організацій та донорів:

- пряме фінансування європейськими інвестиційними фондами;
- співфінансування міжнародними фінансовими донорами;
- фінансування міжнародними фінансовими організаціями із залученням посередників;

– банківське кредитування.

Водночас в структурі інвестиційних пропозицій як закордоном, так і в Україні, майже відсутні венчурні компанії. Відсутність венчурного капіталу який є провідником технологічних інновацій може призвести до скорочення існуючого технологічного потенціалу галузі.

Низьку інвестиційну активність венчурного капіталу в сфері відновлювальної енергетики пояснюють дві наукові теорії: теорія рішень (Ruhnka and Young, 1991) та теорія залежності (Brian, 1989). Перша в якості пояснень використовує аргумент, що відновлювальна енергетика має невисоке співвідношення ризик-прибуток з погляду власників венчурного капіталу, тоді як друга – низьку організаційну ефективність венчурних компаній, що не можуть ефективно спрямовувати капітал між інвесторами та енергетичними компаніями. Водночас якщо керуватися цими підходами з обмеженням в колі чинників, що впливають на інвестиційну діяльність, то існує можливість невирішення проблеми залучення венчурного капіталу в сферу відновлювальної енергетики.

Модель діяльності венчурних компаній (рис. 2) полягає в трансферті капіталу від інвесторів (здебільшого інституціональних) до підприємств, що його потребують, з метою отримання прибутку, який є співвимірним з ризиком інвестування.



Рис. 2. Модель діяльності венчурних компаній

Джерело: розроблено автором.

Привабливість окремих галузей для венчурних компаній обумовлюється їх прибутковістю, рівнями технологічного, ринкового та регуляторного ризиків (рис. 3). Існуючі напрацювання в межах теорії рішень дозволили оцінити ступінь їх значимості для венчурних компаній. Відносно низькі можливості швидкого повернення інвестицій та потенціал отримання прибутку в поєднанні з високим рівнем регуляторного ризику найбільш негативно впливають на інвестиційну активність венчурних компаній у сфері відновлювальної енергетики.

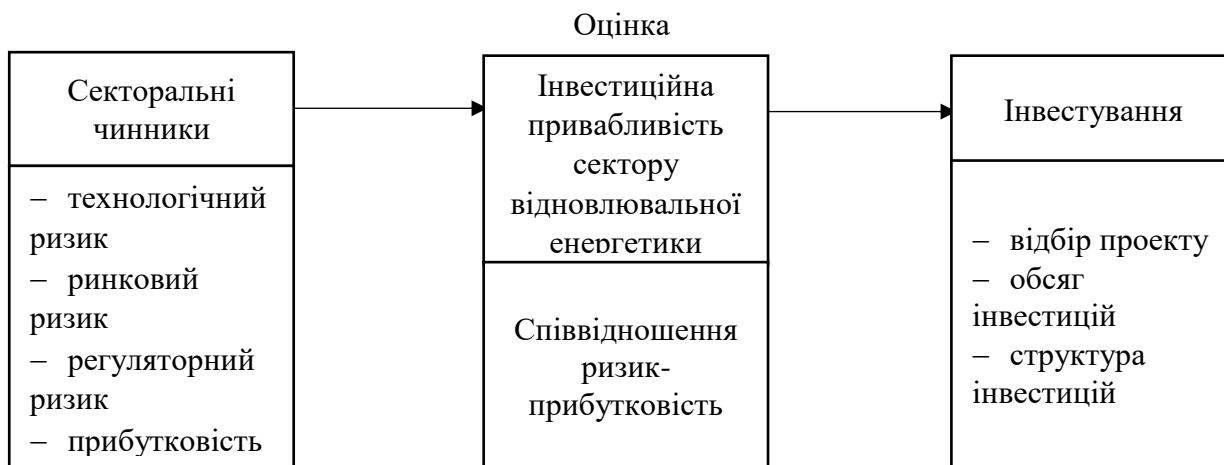


Рис. 3. Чинники впливу на інвестиційну діяльність венчурних компаній

Джерело: розроблено автором.

Покращення можливостей фінансування проектів відновлювальної енергетики шляхом залучення венчурного капіталу вимагає формування належних економічних та політичних передумов, що сприятимуть пом'якшенню дії чи нейтралізації цих негативних чинників. Водночас необхідне вироблення диференційованих підходів в окремих технологічних секторах відновлювальної енергетики, оскільки чинники, що впливають на них, є різними. Наприклад, заходи з покращення інвестиційних умов мають застосовуватись лише у малопривабливих з фінансової точки зору технологічних секторах.

З іншої сторони, низька інвестиційна привабливість окремих проектів відновлювальної енергетики пов'язана з особливостями її окремих технологічних секторів: тривалими періодами розвитку технологій, що обумовлюють високу капіталомісткість і низьку масштабованість виробництва. В цьому випадку необхідне запровадження програм співфінансування, які передбачатимуть, що венчурні компанії, які самостійно залучатимуть приватний капітал, отримуватимуть компенсацію відсотків з боку держави у разі успішної реалізації окремого проекту. Іншою альтернативою може бути надання державної підтримки соціальним венчурним компаніям, які не зацікавлені у високій рентабельності цих проектів, проте це можливо лише у середньо- чи довгостроковій перспективі, адже висока інтенсивність використання капіталу в розглядуваному секторі вимагатиме значної капіталізації цих компаній.

Регуляторний ризик більше пов'язаний із частими змінами регуляторних умов у сфері відновлювальної енергетики та складністю програм фінансування. Таким чином, мають бути стабілізовані та забезпечені від мінливості правового

поля механізми підтримки окремих технологічних секторів відновлювальної енергетики та спрощенні фінансові програми.

Отже, сфера відновлювальної енергетики складається із значної кількості технологічних секторів, що мають індивідуальні характеристики, які обумовлюють різну їх привабливість для венчурного капіталу. Це, крім визначених заходів щодо зменшення економічних та політичних ризиків, вимагає окремого їх дослідження та вивчення особливостей соціальних венчурних компаній, які можуть бути залучені до фінансування проектів у відновлювальній енергетиці, що буде додатковою основою для підвищення можливостей залучення венчурного капіталу у цю сферу.

Список використаних джерел

1. Arthur, W. Brian. Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events. *The Economic Journal*, 1989. Vol. 99, Is. 394, pp. 116–131.
2. Clean Energy Investment Trends. 2018. *Bloomberg NEF*. URL: <https://about.bnef.com/clean-energy-investment/> (Accessed: 26.03.2019).
3. International Renewable Energy Agency (IRENA). URL: <https://www.irena.org/> (Accessed: 27.03.2019).
4. Ruhnka, John C.; Young, John E. Some hypotheses about risk in venture capital investing. *Journal of Business Venturing*, 1991. Vol. 6, Is. 2. pp. 115–133.

КРЕДИТУВАННЯ ПРОЕКТІВ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕНЕРГЕТИКИ В ДОМОГОСПОДАРСТВАХ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ОКУПНОСТІ

Сотник І. М., д. е. н., професор
Дашкін В. Ш., аспірант
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

З огляду на дефіцит власних викопних енергоресурсів та існуючих економічних й екологічних проблем енергетичного комплексу, питання розбудови відновлювальної енергетики (ВЕ) є надзвичайно актуальними для України, що обумовило їх включення до пріоритетів державної політики. З 2009 року в Україні були запроваджені «зелений» тариф (ЗТ) для підприємств, який сьогодні є основним економічним інструментом стимулювання розвитку потужностей на ВДЕ, а також низка інших пільг. У 2015 році дію ЗТ було поширено на приватні домогосподарства [1]. Водночас, станом на кінець 2017 року частка відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) в електричному балансі країни не перевищувала 1,47% [2] і це за умов, що український ЗТ є найвищим в Європі. Таким чином, маючи великий потенціал використання ВДЕ та можливість заробити на підвищених ставках ЗТ, підприємства і населення України не поспішають будувати об'єкти ВЕ. За свідченням експертів,

причиною тому, зокрема у секторі домогосподарств, є проблеми фінансового забезпечення інвестиційних проектів з використання «зеленої» енергії, пов'язані з порівняно великими капіталовкладеннями на тлі низьких доходів українців. Крім того, хоча такі заходи, як правило, є прибутковими, строки їх окупності можуть бути досить тривалими, що відлякує потенційних інвесторів. Отже, актуальності набувають питання доцільності вкладення коштів у такі проекти із залученням кредитних ресурсів з точки зору строків їх окупності при реалізації в секторі домогосподарств України.

Аналіз кредитної політики українських банків щодо фінансування проектів у сфері ВЕ для фізичних осіб показав, що найбільш вигідною пропозицією на вітчизняному ринку є цільові кредити АБ «УКРГАЗБАНК» за програмою «Еко-енергія», які пропонуються за ставками 0.001–18.99%, що залежать від строків кредитування (максимум до 5 років) і обсягів власного внеску позичальника (15% і більше). Особливістю кредитної програми «Еко-енергія» є співпраця АБ «УКРГАЗБАНК» з фірмами-партнерами, які виконують повний комплекс робіт з техніко-економічного обґрунтування, будівництва та введення в дію сонячних електростанцій (СЕС), вітроелектростанцій і теплових насосів [3]. Зважаючи на можливість здачі об'єкту ВЕ «під ключ» та достатньо вигідні умови кредитування, розглянемо особливості фінансування й окупності проектів СЕС різної потужності для домогосподарства за вищезазначеною програмою. Усі розрахунки проводитимуться у відносно стабільній валюті – євро за курсом 3171,4138 грн = 100 євро на 01.01.2019, встановленим Національним банком України.

Об'єктом дослідження є двоповерховий приватний будинок з опалювальною площею у 200 м², розташований на північному сході України, у м. Суми. Будинок підключений до мережі трьохфазного електропостачання, газопостачання, центрального водопроводу. Договірний ліміт використання встановленої потужності для об'єкту до початку дослідження становив 3 кВт. Річні обсяги електроспоживання домогосподарства на власні потреби складають 1381 кВт·год, при цьому для оплати спожитої електроенергії використовується двозонний тариф для населення з тарифними коефіцієнтами 1,0 – день та 0,5 – ніч. Базовий тариф на електроенергію станом на початок 2019 року склав 2,84 євроценти/кВт·год при місячному споживанні до 100 кВт·год та 5,3 євроценти/кВт·год – при місячному споживанні понад 100 кВт·год [4].

Для даного домогосподарства розглянемо варіанти будівництва СЕС потужністю 10, 20 та 30 кВт у 2019 році з метою генерації електроенергії та продажу її за ЗТ. Введення домогосподарством в дію СЕС потужністю до 30 кВт у 2019 році забезпечує отримання ЗТ, що є вищим від ціни традиційної

електроенергії у 3,36 рази та дорівнює 0,18 євро/кВт·год [4]. За чинним законодавством термін дії ЗТ для об'єкту ВЕ встановлений до 31.12.2029 р., отже, підвищені доходи від генерації електроенергії СЕС власник зможе отримувати протягом наступних 11 років (2019–2029). Нормативний термін служби СЕС складає 25 років, тобто у подальші 14 років, починаючи з 01.01.2030 р., оплата за згенеровану електроенергію буде здійснюватися за ринковими цінами і доходи власника від її продажу зміняться.

У табл. 1 подано доходи та витрати за проектами будівництва і функціонування СЕС різної потужності у домогосподарстві, розраховані на основі даних емпіричних досліджень. Доходи включають чисті (за вирахуванням податків) надходження від продажу за ЗТ згенерованої та не спожитої домогосподарством електроенергії, а також економію на оплаті за спожиту електроенергію. Капітальні витрати на будівництво СЕС різної потужності складаються з двох основних частин: власне витрат на будівництво СЕС та одноразової плати місцевій електрокомпанії за приєднану потужність з розрахунку 40,99 євро за 1 кВт приєднаної потужності.

Для обґрунтування доцільності залучення кредитних ресурсів з метою покриття витрат на будівництво СЕС нами було розраховано грошові потоки кредитних платежів і надходжень за проектом СЕС різної потужності та на цій підставі обґрунтовано строки окупності кредитних коштів, які відповідають строкам наданням кредитів. Слід відзначити, що розрахунки здійснювалися, виходячи з найкращих умов кредитування за програмою «Еко-енергія» АБ «УКРГАЗБАНК», які забезпечують найнижчу кредитну ставку та найтриваліший строк кредитування, а саме: ставка кредитування – 0,001% річних, строк надання кредиту – 5 років при розмірі власного внеску 50%, одноразова комісія банку за оформлення кредиту – 4% [3]. Крім того, були обчислені строки окупності проектів СЕС різної потужності, що становлять 50% вартості будівельних робіт за проектом, а також вміщують плату за приєднану потужність та комісію банку, які не увійшли до суми кредиту. Результати розрахунків подані у табл. 1.

За результатами аналізу виконаних розрахунків слід зробити такі висновки. Для кожного варіанту будівництва СЕС потужністю 10, 20 і 30 кВт за розглянутою кредитною програмою забезпечується повна окупність кредитних коштів за рахунок надходжень від ЗТ в межах встановлених строків кредитування (5 років).

Фінансово-економічні показники проектів СЕС потужністю 10, 20 і 30 кВт із залученням кредитних ресурсів

Показник	Встановлена потужність СЕС, кВт		
	10	20	30
Одноразова плата за приєднану потужність, євро	286,94	532,89	1106,76
Одноразова комісія банку за відкриття позикового рахунку (4% від суми кредиту), євро	210,00	370,00	520,00
Вартість предмету застави (витрати на будівництво СЕС), євро	10500	18500	26000
Сума авансу (50% – власні кошти), євро	5250	9250	13000
Сума кредиту (50%), євро	5250	9250	13000
Строк кредиту, місяців	60		
Відсоткова ставка, %	0,001		
Річний платіж по кредиту, євро	1050,00	1850,04	2600,04
Річний обсяг продажу «зеленої» електроенергії домогосподарством в мережу, кВт·год	9234	19401	29614
Річний дохід за проектом (чистий дохід домогосподарства від продажу електроенергії за ЗТ та економія на оплаті за спожиту електроенергію), євро	1369,37	2847,78	4331,35
Щорічна додана вартість (річний дохід за проектом – річний платіж по кредиту), євро	319,37	997,74	1731,31
Додана вартість за 5 років, євро	1596,85	4988,71	8656,55
«Неокуплений» залишок власних коштів (сума авансу + одноразова плата за приєднану потужність + одноразова комісія банку – додана вартість за 5 років) на момент виплати кредиту, євро	4150,09	5164,18	5970,21
Повний строк окупності (кредитних і власних коштів), років	8,25	6,75	6,5

Крім того, додатково, щороку після сплати кредитних платежів, протягом перших 5 років, домогосподарство отримує річний дохід від продажу «зеленої» електроенергії у розмірі 319,37, 997,74 та 1731,31 євро при будівництві СЕС потужністю 10, 20 і 30 кВт відповідно, що дозволяє щорічно компенсувати 5,56, 9,83 та 11,84% власних інвестиційних вкладень за кожним проектом. Після повної виплати кредиту через 5 років у домогосподарства залишається неокупленою сума власних коштів у розмірі 4150,09, 5164,18 та 5970,21 євро для проектів СЕС 10, 20 та 30 кВт відповідно при постійному річному доході 1369,37, 2847,78 та 4331,35 євро протягом наступних 6 років дії ЗТ. Таким чином, повні строки окупності всіх вкладених коштів складуть 8,25, 6,75 та 6,5 років для проектів СЕС 10, 20 та 30 кВт відповідно. Отже, проекти СЕС більшої потужності окупуються швидше.

Представлені розрахунки свідчать про те, що в рамках поточних високих ставок ЗТ в Україні та програм пільгового кредитування проектів ВЕ будівництво нових СЕС є прибутковою справою. Водночас, зважаючи на повільну динаміку розбудови ВЕ у секторі домогосподарств через відсутність достатніх вільних фінансових коштів у населення, все ще існує потреба у наданні гарантованих державою дешевих кредитів власникам домогосподарств для покриття всіх витрат на будівництво об'єктів на ВДЕ. Крім того, такі кредити мають надаватися на строк щонайменше 7-8 років, щоб забезпечити окупність всіх коштів. Сьогодні найвигідніші для населення кредитні програми українських банків передбачають залучення кредитних та власних коштів на паритетних засадах у проекти ВЕ, що не завжди є прийнятним для домогосподарств з низькими доходами. Крім того, у зв'язку із запланованим зниженням ставок «зеленого» тарифу з 18 до 16,3 євроцентів/кВт·год у 2020 р. та до 14,5 євроцентів/кВт·год у 2025 р., прибутковість таких проектів також буде падати, тому фінансова підтримка реалізації проектів ВЕ не лише не втрачатиме актуальності, а й набуватиме вирішального значення.

(Публікація підготовлена в рамках виконання науково-дослідних робіт № 0117U002254 «Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку відновлювальної енергетики України» та № 0118U003571 «Інноваційний менеджмент енергоефективних та ресурсозберігаючих технологій в Україні»).

Список використаних джерел

1. Про ринок електричної енергії: Закон України від 10.06.2018. № 2019-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19> (дата звернення: 04.04.2019).
2. Лист Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг № 3671/17.3.2/7-18 від 16.04.2018. 2 с.
3. Кредити на придбання сонячних електростанцій і теплових насосів. URL: http://www.ukrgasbank.com/private/credits/eco_energy (дата звернення: 04.04.2019).
4. Сумиобленерго : веб-сайт. URL: <https://www.soe.com.ua> (дата звернення: 04.04.2019).

СЕКЦІЯ 3

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА МІЖНАРОДНОМУ РІВНЯХ

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСІВ В МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Беспрозванна Ю. О., студентка

Науковий керівник: **Глущенко Я. І.**, к. е. н., доцент
*НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна*

Сучасний етап економічного розвитку характеризується активним поширенням електронних мереж та, як наслідок, розвитком мережевої економіки. Процеси впровадження нових інформаційних технологій впливають на всі сфери економіки, зокрема і на фінансову. Під впливом мережевої економіки фінанси забезпечують принципово новий контент для користувачів, а також створюють цілі лінійки нових фінансових продуктів та послуг. Якщо на початку становлення онлайн-фінансів було вторинними по відношенню до оффлайн-фінансів, то сучасні онлайн-фінанси виходять на перший план і дають можливість розширити та спростити майже всі аспекти функціонування фінансової сфери.

Фінанси в мережевій економіці можна представити як результат нових технічних можливостей, нових форм грошей, кредиту, грошових послуг, а також поведінки споживачів. Так, фінанси в мережевій економіці являють собою грошові відносини, що стосуються виникнення та виконання грошових зобов'язань між учасниками, що об'єднані в мережу і використовують мережеві, цифрові, комп'ютерні технології для реалізації даних цілей [1].

Найбільшими і найвпливовішими учасниками фінансової мережі є сектори фінансових послуг, крупні фінансові конгломерати, банки-резиденти та нерезиденти.

Фінанси в мережевій економіці мають наступні особливості:

- 1) відображення в мережі фінансових можливостей традиційних фінансових інститутів;
- 2) створення принципово нових видів мережевих організаційних форм, існування яких можливо тільки в умовах мережі, наприклад криптовалюти;
- 3) інтерактивність і можливість багатозорової реалізації споживчих вимог;

4) зміна векторів економічного розвитку від урбанізованого до універсального, розташованого в горизонтальній площині й по всій території, часто віддалених банківських закладів;

5) значне розширення конкурентного середовища;

6) розвиток універсальності та позапросторової діяльності, що викликає появу нелокалізованих клієнтів [3].

Дані особливості диктують певні тенденції розвитку сфери фінансів та економіки в цілому і зводяться до наступного:

– нелінійність фінансових продуктів, що з'являється за рахунок гіперпосилань, тобто споживач самостійно вибудовує свою траєкторію і komponує товари та послуги;

– інтерактивність мережевих продуктів надає користувачам можливість в режимі реального часу взаємодіяти з іншими учасниками фінансового ринку, а також отримувати принципово нові товари та послуги;

– мережа змінює ієрархію переваг, комунікативні функції грошей та кредитів, висуває вперед нові продукти і форми взаємовідносин і поступово витісняє інші, включаючи традиційні форми фінансових закладів, їхню локацію та постійне клієнтське середовище;

– урбанізовано орієнтовані фінанси змінилися на децентралізовані, універсально розподілені мережі, в результаті чого фінансове поле вилилося за межі міст і поглинуло значну частину населення.

Значна частка фінансових операцій сьогодні здійснюється поза межами фінансових закладів. Можливість здійснювати більшість фінансових процедур дистанційно та швидко прискорює розвиток даної сфери та позитивно впливає на економіку в цілому. До таких процедур відносяться: транзакції, електронний документообіг, що опосередковує укладання контрактів, супровід відносин власності, участь в капіталі та ін., продаж або обмін фінансовою інформацією, електронні торги в режимі реального часу [3].

Згідно з прогнозом на 2020-і роки, підготовленим The Bank of New York Mellon Corporation [4], в умовах мережевої економіки у сфері фінансів будуть переважати наступні тренди:

– посиляться процеси злиття та поглинання та тіснота інтеграції між членами глобальних розрахункової й клірингової систем;

– посиляться конкурентна боротьба, насамперед, у найбільш прибуткових сегментах фінансових ринків;

– фінансові операції будуть відбуватися у режимі реального часу;

– обслуговування буде здійснюватися на високому інформаційному рівні на основі складної аналітики;

– відбудеться ефективно залучення цифрових технологій та посилення розвитку фінансових інновацій.

Отже, під впливом мережевої економіки фінанси характеризуються появою нових нетрадиційних інформаційних продуктів і фінансових послуг, розширенням потоків віртуальних грошей і створенням віртуальних банків, розвитком дистанційного та більш якісного обслуговування, розширенню конкурентного середовища. Для подальшого розвитку сфери фінансів в мережевій економіці, необхідним є розвиток фінансових інновацій, збільшення інвестування в дану сферу, стабільне політичне та економічне середовище.

Список використаних джерел

1. Карпунин В. И., Финансовая глобализация и проблема обеспечения устойчивости национальных финансовых систем. *Валютное регулирование и валютный контроль*. 2012. № 2. С. 34 – 38.
2. Ключников И.К. Финансовые инновации: теория и методология исследования. *Ученые записки Санкт-Петербургского академического университета*. 2015. № 2 (50). С. 5-13.
3. Саввина О.В. Сетевые финансы. *Вестник РЭУ*. 2014. №1. С. 59-67.
4. Global Payments 2020: Transformation and Convergence. 2014. *The Bank of New York Mellon Corporation*. Р. 48. URL: https://www.bnymellon.com/_global-assets/pdf/our-thinking/business-insights/global-payments2020-transformation-and-convergence.pdf. (дата звернення: 06.05.2019).

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Бондарук Т. Г., д. е. н., професор

*Державна установа «Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України»
м. Київ, Україна*

Бондарук І. С., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Процес управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів знаходиться у взаємозв'язку з системою стратегічних цілей реалізації бюджетної, податкової та соціально-економічної політики. Управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів здійснюється з метою забезпечення своєчасного акумулювання достатнього обсягу доходів, необхідних для розвитку територій і виконання зобов'язань органів місцевого самоврядування.

Необхідним елементом ефективного управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів є його механізм, який об'єднує сукупність форм, методів, інструментів управління, що забезпечують підвищення ефективності виконання

завдань і прозорості процесу управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів, а також розробки заходів щодо їх вирішення.

Механізм управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів формується на основі взаємної відповідальності суб'єктів управління «влада-бізнес-громада» з метою підвищення ефективності реалізації завдань і прозорості процесу управління фінансовою стійкістю механізму, ідентифікації проблем функціонування механізму і розробки заходів щодо їх вирішення [1]. Органи місцевого самоврядування недостатньо використовують потенційні можливості упровадження положень соціальної відповідальності, зокрема внаслідок того, що система управління бюджетним процесом на місцевому рівні не пристосовані до розв'язання відповідних завдань, а форми, методи та процедури діяльності не спрямовані на розбудову ефективної співпраці із зацікавленими сторонами [2, с. 245]. Тому виникає необхідність розвитку соціальної відповідальності як влади (органів місцевого самоврядування) як основи гарантування взаємної відповідальності у трикутнику «влада-бізнес-громада» під час формування та реалізації політики і громадських ініціатив, спрямованих на забезпечення сталого розвитку території.

Метою управління бюджетом є реалізація бюджетної політики, яка здійснюється за допомогою бюджетного механізму. При функціонально-управлінському підході до бюджетного механізму в його складі виділяють блоки: бюджетного планування та прогнозування, оперативного управління (виконання бюджету) і бюджетного контролю.

Система управління стійкістю місцевих бюджетів, як і будь-яка інша класична система управління, складається з двох підсистем: керованої (об'єкт управління) і керуючої (суб'єкт управління). При цьому суб'єкт управління є багаторівневим. Суб'єкти управління за допомогою різних методів та інструментів в процесі прогнозування, планування, організації та координації діяльності, мотивації, контролю та коригування здійснюють цілеспрямований вплив на об'єкти управління з метою забезпечення стійкості місцевих бюджетів. Об'єктами управління можуть бути кошти місцевих бюджетів регіонів (або їх частин), міст, сіл, селищ, об'єднаних територіальних громад. Об'єктом управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів є грошові відносини, що виникають у держави та органів місцевого самоврядування з фізичними та юридичними особами з приводу перерозподілу національного доходу при формуванні та використанні фонду грошових коштів, призначеного для виконання функцій та повноважень органів місцевого самоврядування.

Процес реалізації механізму формують три блоки: форми забезпечення, форми, інструменти та методи управління [3]:

– форми забезпечення стійкості дохідної бази бюджету – покликаний формувати інституційні рамки, що сприяють забезпеченню стабільної наповнюваності місцевого бюджету. Його основу складають стратегія розвитку регіону, зокрема, бюджетна стратегія (довгострокова при затвердженні державного бюджету) і галузеві стратегії, державні та цільові державні, регіональні програми, програми і проекти органів місцевого самоврядування, проекти, що стосуються питань управління стійкістю місцевого бюджету;

– методи управління стійкістю місцевого бюджету, які використовуються залежно від характеру управлінського впливу (економічні, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні) і бюджетно-правового інституту управління (власних доходів, міжбюджетних трансфертів, боргової політики, бюджетного ризик-менеджменту);

– інструменти (податкові, неподаткові, трансфертні, боргові інструменти та інструменти бюджетного ризик-менеджменту), поєднання, кількість і ступінь використання яких обумовлюються конкретною ситуацією. Спектр використовуваних інструментів може змінюватися залежно від зовнішніх і внутрішніх факторів, появи нових інструментів, вдосконалення елементів управління системою державних і місцевих фінансів (органів управління, структур, ресурсів, технологій тощо).

Отже, під управлінням фінансовою стійкістю місцевих бюджетів будемо розуміти діяльність органів влади та органів місцевого самоврядування, спрямовану на забезпечення своєчасного і достатнього обсягу надходження грошових коштів для розвитку і виконання всього комплексу зобов'язань (витратних і боргових) органів місцевого самоврядування, за допомогою сукупності управлінських рішень, прийомів, методів, інструментів [3].

Реалізація цілей управління фінансовою стійкістю місцевих бюджетів – забезпечення надходжень своєчасного і довгострокового обсягу грошових коштів для виконання витратних зобов'язань здійснюється через вплив органів влади і управління з використанням зазначених форм, методів і інструментарію механізму.

Реалізація зміцнення фінансової бази розвитку територій і підвищення бюджетної забезпеченості громадян є результатом забезпечення стабільної наповнюваності місцевих бюджетів за рахунок результативного управління власними доходними джерелами бюджету, ефективних міжбюджетних взаємовідносин місцевих органів влади з державними органами влади, результативності заходів та інструментів, які застосовуються для стимулювання розвитку дохідного потенціалу.

Список використаних джерел

1. Бондарук Т. Г. Місцеве самоврядування та його фінансове забезпечення в Україні : монографія. Київ : Експрес, 2009. 608 с.
2. Управління стратегічним розвитком об'єднаних територіальних громад: інноваційні підходи та інструменти : монографія / за заг. та наук. ред. С. М. Серьогіна, Ю. П. Шарова. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2016. 276 с.
3. Bondaruk T., Bondaruk I., Dubyna M, Methodological modes in evaluating the financial stability of local budgets under the conditions of budget decentralization. *Global problems of national economics development : collective monograph*. Kraków : Drukarnia Unidruk ul. Bronowicka, 2018. P. 183–193.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Гаврилова Н. В., к. е. н., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

Сучасні трансформаційні та глобалізаційні процеси вимагають дослідження такого важливого аспекту як управління стратегічним розвитком на підприємстві. Відповідність сучасної парадигми знань з управління стратегічним розвитком підприємства, наявному стану соціально-економічних відносин у нашій країні та врахування закономірностей та особливостей їх розвитку суттєво впливає на ефективність системи стратегічного управління та розвиток вітчизняних підприємств.

Концептуальні погляди на управління стратегічним розвитком підприємства є предметом пильної уваги зарубіжних та вітчизняних науковців і практиків. Теоретичні, методичні та практичні засади проблем розвитку, стратегічного вибору і досягнення успіху компаній та організацій в західних країнах присвячені розробки вітчизняних та зарубіжних науковців економістів, серед яких особливо слід виділити роботи: О. Алімова, О. Виханський, В. Герасимчука, Д. Демченко, Л. Довганя, О. Корнух, І. Смолін, В. Пономаренка, З. Шершньової.

Основною позицією, яка відображає сутність концепції стратегічного управління, є ідея необхідності врахування взаємозв'язку та взаємовпливу зовнішнього та внутрішнього середовища при визначенні цілей підприємства. Стратегії в цьому випадку виступають як інструменти досягнення цілей, а для реалізації стратегій необхідно, щоб усе підприємство функціонувало у стратегічному режимі [1].

Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними

можливостями та потенціалом підприємства та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій [5].

Стратегічне управління розвитком підприємства – це процес, довгострокового управління з виокремленням специфічних цілей діяльності, з метою розробки стратегії для досягнення цих цілей, з врахуванням найсуттєвіших зовнішніх та внутрішніх умов, та постійним контролем за виконанням розроблених планів, які швидко оновлюються та змінюються.

Стратегічне управління розвитком підприємства – багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що призводять до збалансованих взаємовідносин на підприємстві, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей діяльності підприємства [3].

Стратегічне управління розвитком підприємства – це постійний, стрімкий, динамічний процес аналізу, вибору стратегій, планування, забезпечення і здійснення розроблених планів підприємством, що полягає в повторюваному циклі розв'язання п'яти основних завдань:

- 1) визначення майбутнього бізнесу компанії, формування стратегічного бачення напрямку розвитку організації;
- 2) перетворення стратегічного бачення і місії у вимірні цілі і завдання виконання;
- 3) розробка стратегії для досягнення бажаних цільових результатів;
- 4) реалізація і виконання обраної підприємством стратегії якісно та ефективно;
- 5) оцінка рівня досягнень поставлених цілей, розгляд нових напрямків розвитку і пропозицій з коригуванням довгострокових напрямків, цілей, стратегії чи виконання вже поставлених з врахуванням досвіду, умов, нових ідей і нових можливостей [3].

Стратегічне управління розвитком підприємства має будуватись на наступних засадах:

1. Кожне підприємство являє собою відкриту соціально-економічну систему, що змінюється, розвивається та змінює структуру в стрімкому та динамічному середовищі.

2. Новостворені підприємства мають високий рівень гнучкості та креативності, що дає змогу деяким з них забезпечити виживання.

3. Стабільний розвиток підприємства пов'язаний з формулюванням ясних, простих і досяжних цілей, які знаходять своє втілення у системі техніко-економічних, кількісних та якісних показників, а також у системі стратегії їхнього досягнення.

4. Механізм функціонування підприємства має містити стратегічні підсистеми, і має бути спрямований на складання, аналіз і перегляд зовнішніх та внутрішніх факторів, формування цілей і стратегій розвитку, які в подальшому передбачають розробку та корегування заходів щодо формування середовища та пристосування до нього підприємства.

5. Створення виробничого потенціалу та системи зовнішніх зв'язків, які в подальшому стануть сприятливими до змін і дадуть змогу досягти майбутніх цілей.

Враховуючи засади стратегічного управління розвитком підприємства, можна стверджувати, що доцільність формування стратегії, на підприємстві, полягає в наступному:

– стратегія відображає систему цінностей, погляди вищого керівництва організації, його бачення майбутнього, яке допомагає зорієнтувати персонал в потрібному форматі;

– сформована стратегія є інструментом координації, який забезпечує узгодження цілей, а у випадку виникнення конфліктів чи протиріч сприяє досягненню компромісів, допомагає здійснювати діагностику діяльності організації, визначаючи причини відхилень між цілями та результатами.

– наявність сформованої стратегії підвищує готовність підприємства швидко реагувати на непередбачені зміни, демонструє зв'язок між функціями посадових осіб, сприяє ґрунтовному управлінню [2].

Отже, стратегічне управління розвитком підприємства, спрямоване на створення конкурентних переваг підприємства утвердження ефективної стратегічної позиції, що забезпечить майбутню його життєздатність в умовах стрімких змін. Вибір стратегії в стратегічному управлінні пов'язаний зі станом ключових факторів, до яких відносяться сильні сторони галузі і підприємства, мета, місія, інтереси вищого керівництва, кваліфікація працівників.

Список використаних джерел

1. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Гардарики, 2011. 296 с.

2. Демченко Д. М., Петухов О.М. Управління стратегічним розвитком підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5388> (дата звернення: 07.05.2019).

3. Корнух О.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 12 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2607> (дата звернення: 07.05.2019).

4. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації : монографія. К.: КНТЕУ, 2014. 344 с.

5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Підручник. К.: КНЕУ, 2014. 700 с.

СИСТЕМА ДЕРЖАВНИХ ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Гаман П. І., *д. н. держ. упр., доцент*

Український науково-дослідний інститут цивільного захисту,

м. Київ, Україна

Гаман Н. О., *к. н. держ. упр.*

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

м. Умань, Україна

Основними характеристиками сучасної економічної системи є її динамічність та непередбачуваність. Кожен господарюючий суб'єкт повинен повною мірою дбати про стан своєї фінансової безпеки. Для досягнення цієї мети повинна функціонувати відповідна система забезпечення та підтримки фінансової безпеки.

В основі системи забезпечення фінансової безпеки покладено взаємозв'язок базових компонентів: фінансові інтереси підприємства, середовище підприємства, як чинник загрози реалізації інтересів, резерви забезпечення фінансової безпеки та підсистеми забезпечення, яка направлена на усунення загроз, їх прогнозування, своєчасне попередження і профілактику.

В залежності від ситуації, в якій опинилось підприємство, зазнає змін і стратегія забезпечення фінансової безпеки. Завдяки цьому досягається інтенсивний шлях економічного розвитку і відбувається забезпечення стійкості й стабільності, як основи безпеки. До складових елементів системи фінансової безпеки належать також об'єкт та суб'єкт, механізм забезпечення, а також моніторинг її забезпечення [1].

Суб'єктами фінансової безпеки підприємства є ті особи, підрозділи, служби, органи, відомства, установи, що безпосередньо забезпечують фінансову безпеку. Об'єктом, відповідно, виступає все те, на що спрямовані зусилля щодо забезпечення фінансової безпеки, а саме – процеси, що її забезпечують та основні фінансові інтереси підприємства. Структура системи забезпечення фінансової безпеки підприємств України відображена на рис. 1.

Наявність резервів і спроможність швидко забезпечити мобілізацію фінансових ресурсів із різних зовнішніх і внутрішніх джерел дає можливість підприємству ефективно функціонувати в періоди зменшення обсягу надходжень вхідних грошових потоків від інвесторів, замовників, клієнтів. При цьому можливими є декілька ситуацій: підприємство має достатньо резервів та може швидко забезпечити акумулювання фінансових ресурсів з різних джерел, зокрема внутрішніх; підприємство практично не має резервів, але може забезпечити акумулювання фінансових ресурсів з зовнішніх та частково

внутрішніх джерел; підприємство не має резервів та не може забезпечити акумулювання фінансових ресурсів з внутрішніх та зовнішніх джерел.

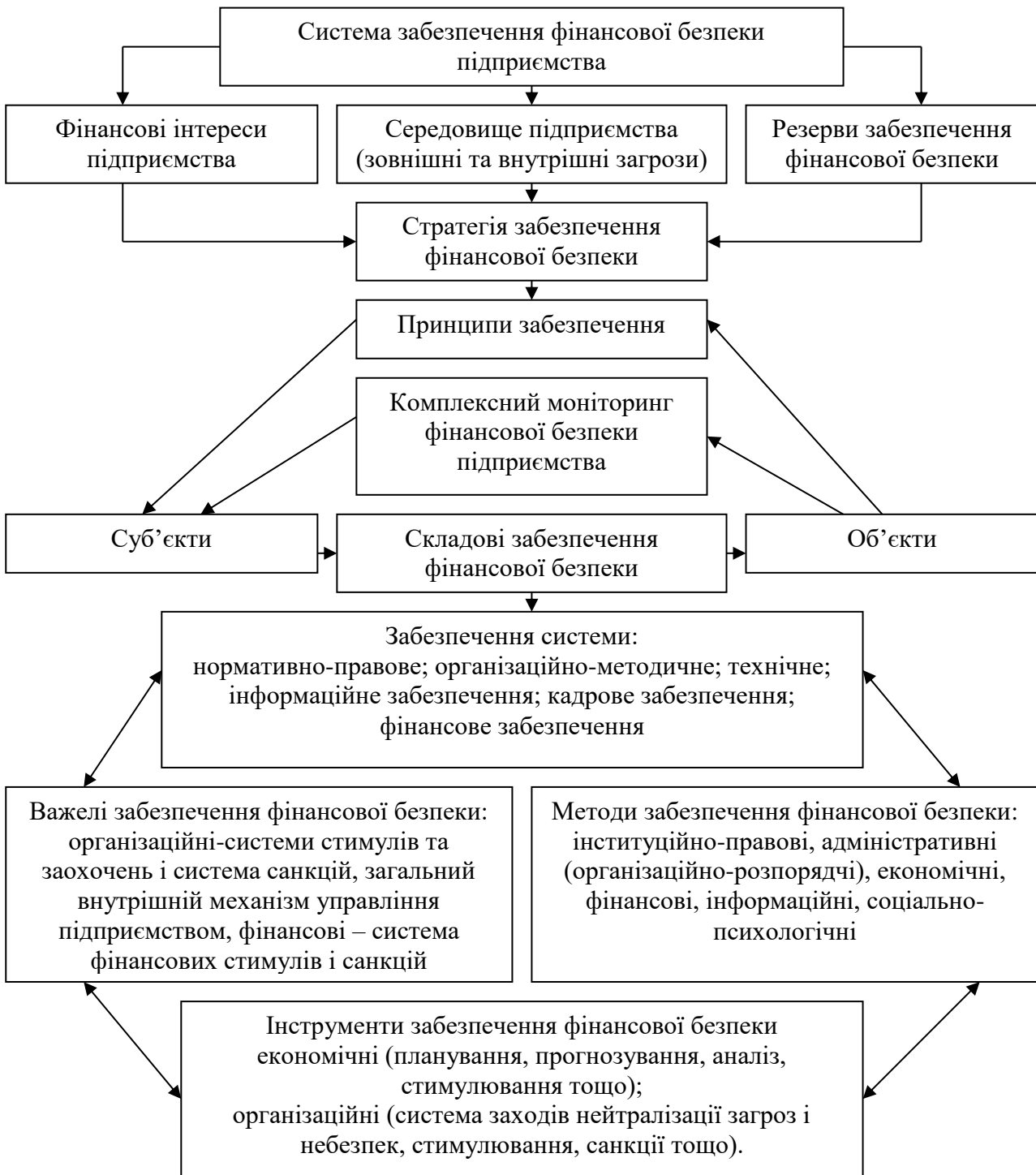


Рис. 1. Структура системи забезпечення фінансової безпеки підприємств України

Джерело: складено автором на основі [2-4].

Наявність сформованої системи ще не забезпечує ефективність її діяльності, оскільки необхідно мати напрям, у якому система повинна рухатись – саме таким напрямом і є стратегія. Під стратегією фінансової

безпеки розуміють сукупність найбільш важливих рішень, направлених на забезпечення запланованого рівня фінансової безпеки функціонування підприємства [5].

В основі складових забезпечення фінансової безпеки підприємства знаходиться системне поєднання певних інструментів, методів, важелів та відповідне забезпечення, засноване на базі принципів забезпечення фінансової безпеки для досягнення і захисту фінансових інтересів суб'єкт господарювання. Підсистема забезпечення фінансової безпеки підприємства не буде ефективно функціонувати без власне забезпечення.

Проведені дослідження показують, що механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства повинен включати такі методи, як: інституційно-правові, адміністративні (організаційно-розпорядчі), економічні, інформаційні, соціально-психологічні. На основі інституційно-правових методів відбувається створення відповідної організаційної структури, дослідження загроз, ризиків та розробка заходів щодо їх нейтралізації; коригування показників діяльності у контексті забезпечення безпеки; моніторинг законодавства тощо.

Застосування інформаційних методів передбачає відображення впливу зовнішніх і внутрішніх чинників і є базою для забезпечення фінансової безпеки.

До складу інструментів забезпечення фінансової безпеки, на нашу думку, слід віднести систему заходів нейтралізації загроз і небезпек (диверсифікації, локалізації, нормативний, компенсації, уникнення тощо), що обумовлюється метою функціонування даного механізму. Фінансові важелі забезпечення фінансової безпеки підприємства, у даному випадку, це система стимулів та заохочень і система санкцій за негативні наслідки їх дій у сфері фінансової безпеки, а також загальний внутрішній механізм управління підприємством, заснований на його власній фінансовій філософії.

Функціонування запропонованої системи забезпечення фінансової безпеки має бути направлено на досягнення фінансових інтересів суб'єкта господарювання (табл. 1).

Отже, на нашу думку, система забезпечення фінансової безпеки підприємства представляє собою різномірну ієрархічну структуру основних взаємопов'язаних між собою елементів та їх типових груп (суб'єктів, об'єктів, принципів, методів та інструментів), поєднаних автоматизованою системою моніторингу, а також спосіб їх взаємодії, у ході і під впливом яких, підприємство стає захищеним від будь-яких негативних впливів як ззовні, так і зсередини.

Основні фінансові інтереси підприємств України

Фінансовий інтерес	Фінансове забезпечення
Зростання ринкової вартості підприємства	зростання ринкової ціни акцій суб'єкта підприємництва; покращання іміджу суб'єкта підприємництва і його торгової марки; збільшення інвестицій в основні засоби; зниження вартості залучення капіталу; оптимізація грошових потоків.
Максимізація прибутку підприємства	мінімізація відрахувань до бюджету; оптимізація дивідендних виплат; своєчасне і повне повернення кредитів; зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції; раціоналізація джерел фінансування розвитку виробництва; інноватизація суб'єкта підприємництва; досягнення поточної та стратегічної конкурентоспроможності суб'єкта підприємництва; задоволення інтересів власників і працівників суб'єкта підприємництва.
Забезпечення підприємства основним і оборотним капіталом	ефективне ведення комерційної діяльності; зростання ліквідності; корегування коефіцієнту фінансового левериджу; визначення найбільш ефективних джерел формування коштів; дотримання золотого правила фінансування через максимізацію коефіцієнта покриття.
Забезпечення підприємства інвестиціями	розвиток виробництва продукції (товарів, робіт, послуг); впровадження науково-технічних досягнень у господарську діяльність.
Оптимізація відрахувань підприємства до бюджету	зниження відповідно до чинного законодавства обсягів сплати податків до бюджету; зниження обов'язкових платежів до спеціальних державних фондів; зменшення податкового навантаження та збільшення результату фінансової діяльності суб'єкта підприємництва.

Джерело: складено автором на основі [6].

Крім того, система забезпечення фінансової безпеки підприємства представляє собою сукупність способів організації економічних відносин, застосовуваних суб'єктами забезпечення фінансової безпеки з метою захисту системи від зовнішніх та внутрішніх загроз в умовах обмеженості ресурсів.

Таким чином, використовуючи вищеперераховані заходи, підприємство зможе підвищити рівень своєї фінансової безпеки, тим самим забезпечуючи більш ефективну та стабільну фінансово-господарську діяльність та досягнення високого рівня захисту фінансових інтересів власників підприємства.

Список використаних джерел

1. Тимошенко О. В. Методичні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки держави. *Бізнес Інформ*. 2014. № 6. С. 32-37.
2. Федотова Т. А., Дмитренко Е. Е. Економічна безпека як прояв національних економічних інтересів України. *Економічний часопис ХХІ*. 2012. № 3-4. С. 6-9.
3. Ревак І. О. Механізм забезпечення фінансової безпеки України: Теоретичний аспект. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економіка*. 2009. №2. С.1-10.

4. Кириченко О. А., Кудря І. В. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 10. С. 22-26.

5. Загарій В.П. Монетарні важелі досягнення фінансової безпеки: досвід розвинених країн. *Бізнес Інформ*. 2014. №4. С. 400-405.

6. Дацків Р. М. Економічна безпека у глобальному вимірі. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. №7 (37). С. 143-153.

РИНОК ДЕРИВАТИВІВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Даниліна С. О., к. е. н., доцент

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна*

Трансформація фінансового сектора України на протязі останніх років і перехід до вільного курсоутворення сприяли розширенню використання похідних інструментів як з метою хеджування ризиків, переважно валютних, так і з метою отримання додаткового доходу. Однак, стрімкий розвиток фінансового сектора і необхідність впровадження нових інструментів з метою стимулювання ринку капіталів і запобігання фінансових ризиків вимагають подальшого вдосконалення використання похідних інструментів і методів регулювання цього сегмента ринку.

Світовий ринок похідних фінансових інструментів (ПФІ) на сьогоднішній день за обсягами торгів перевищує обсяг ринків основних фінансових інструментів і має досить динамічні темпи розвитку. Причини популярності строкового ринку – широкі можливості ринку похідних інструментів для інвесторів, що переслідують зовсім різні цілі на фінансовому ринку. Крім того, операції на терміновому ринку є більш вигідними порівняно з операціями на ринку базового активу. Це пов'язано не тільки з «ефектом важеля», а й з відсутністю транзакційних витрат, що виникають при проведенні операцій на ринку базового активу. Завдяки процесу глобалізації світової економіки, ПФІ з'являються в усе більшій кількості на регіональних і національних фінансових ринках країн, що розвиваються і країн з перехідною економікою.

Але, в той же час, у багатьох країнах, і Україна не є винятком, в досвіді впровадження ПФІ має місце недостатня послідовність і відсутність системного підходу як в спробах формування ринків похідних цінних паперів, так і в спробах впроваджувати окремі види деривативів.

У міжнародній практиці деривативи є важливим елементом функціонування фінансових, грошових і товарних ринків. Однак, через їх комплексність та зв'язок з іншими активами та фінансовими інструментами

використання деривативів є складною сферою діяльності фінансових інститутів, яка вимагає особливих форм регулювання і нагляду з боку регуляторів. Незважаючи на поширення практики використання деривативів, цей сегмент ринку ще залишається недостатньо врегульованим, що сприяє розвитку «тіньового банкінгу» і може піддавати фінансові установи на значні ризики.

Перші торги ф'ючерсами відбувалися ще в 1730 роках в період Едо (1600-1867 рр.) в Японії. В цей час феодали створювали склади для зберігання та продажу рису, яким їм платили земельний податок. Першою організованою біржою був Рисовий Ринок Доджма, який заснували феодали для свого захисту від цінних флуктуацій між врожаями. У 1848 році в США були засновані сучасні біржі товарних ф'ючерсів і опціонів шляхом створення Чиказької торгової біржі. Її заснувала група з 82 осіб, що представляють широкі бізнес-інтереси, для полегшення торгівлі зерном. На ній були розроблені стандартизовані договори, які назвали ф'ючерсними контрактами, і створена маржинальна система для елімінування ризиків покупців і продавців. Фінансові ф'ючерси та опціони вперше котирувалися в 1970-х рр., коли колапс Бреттон-Вудської системи призвів до безпрецедентного зростання волатильності фінансових ринків. Найбільш активно похідні інструменти почали застосовуватися в світовій практиці в 1980-х роках після лібералізації фінансових ринків. Згодом ці інструменти отримали самостійну форму і використовуються в основному вже не як інструменти хеджування, а як інструменти фінансового і грошового ринків.

У вітчизняній практиці фінансові деривативи, зокрема форвардні угоди і ф'ючерси, вперше почали використовуватися в кінці 1990-х років на грошовому ринку з ініціативи НБУ як інструменти хеджування валютних ризиків. Однак, через наявність в цей час фактично фіксованого валютного курсу і відсутність потреби в хеджуванні валютних ризиків вони не набули поширення. В кінці 2000-х і на початку 2010-х років проблеми використання похідних інструментів, особливо фінансових, знову актуалізувалися, однак через відсутність законодавчої та нормативної бази ці процеси також не набули поширення. Незважаючи на це, вітчизняні банки активно підтримали використання фінансових деривативів і в 2018 р. їх обсяг в банківському секторі перевищив 400 млн. грн. [1, с. 289]

Деривативи дозволяють торгувати базовими активами навіть при високому рівні ринкових ризиків. Корпоративні та фінансові інвестори використовують ПФІ для захисту від змін на ціни комплектуючих, матеріалів, валютних курсів, процентних ставок тощо. Згідно з даними Міжнародної Асоціації свопів і

деривативів 92% з числа 500 найбільших компаній в світі використовують похідні фінансові інструменти в системі фінансового менеджменту [2].

У світовій практиці ринок ПФІ ділиться на два основні сегменти: угоди, які здійснюються на біржах і регулюються міжнародними стандартами; позабіржові деривативи. У країнах з розвинутою ринковою економікою співвідношення обсягів угод на біржовому і позабіржовому ринках становить не менше 30%. Так, в США частка біржового сектора становить близько 70%, в Японії – 99%, в Канаді і Франції – 96-97%. Основними ПФІ сегмента біржових деривативів є ф'ючерси та опціони, серед яких важливе значення відіграють індексні опціони і ф'ючерси. Контракти на індекси пов'язані з конкретними інструментами і можуть включати вторинні характеристики, такі як волатильність або дивіденди. Ключовими гравцями на ринку біржових ПФІ є країни Північної Америки (59,5%), Європи (31,9%) та Азії (7,1%). [3, с. 24]

Іншим сегментом ринку деривативів є позабіржовий сектор, який, за оцінками експертів, становить приблизно 95% ПФІ. Варто зазначити, що вказаний сектор є більш прибутковим, а значна кількість операцій знаходиться поза наглядом офіційних регуляторів. В Україні тільки 0,11% контрактів здійснюються на позабіржовому ринку.

Протягом останніх десятиліть частка позабіржового ринку зросла з 60% до 90%. Обсяги ж ринку в абсолютному вимірі зросли за цей час в 133 рази з 5740 до 762908 млрд. дол. При цьому обсяги біржового ринку виросли приблизно в 30 разів, позабіржового – в 200.

Український ринок похідних цінних паперів є досить молодим і в значній мірі відрізняється від аналогічних ринків країн, які мають розвинену фінансову систему, і кількісно, і якісно. Так, обсяг світового ринку деривативів досяг рівня 710 трлн. дол. Частка ВВП України в світовому ВВП становить 0,24%. На противагу цьому частка українського ринку деривативів в світовому обсязі становить лише 0,0003% [4, с. 784].

Першою істотною особливістю українських деривативів є відмінність від зарубіжних деривативів по базисних активів. В Україні існують численні обмеження кількості базових активів. Наше законодавство дозволяє тільки три види базових активів: цінні папери, товари або кошти, відповідно виділяється три види деривативів: фондові, товарні та валютні. Другою важливою особливістю деривативів, дозволених до випуску в Україні, є обмеження по емітентам. Це стосується всіх видів деривативів. Третьою особливістю деривативів в Україні є наявність обмежень за місцем торгівлі цими цінними паперами. Українське законодавство забороняє непокриті (незабезпечені активом) деривативи. На відміну від світового ринку, де основна кількість операцій здійснюється на позабіржовому ринку, в Україні практично всі

операції з деривативами здійснюються на біржовому ринку. Причиною цього, безумовно, є нестабільна політична та економічна ситуація в країні, яка спонукає учасників ринку торгувати на більш надійних біржових майданчиках, сподіваючись таким чином захистити себе від можливих ризиків. З одного боку, операції з похідними цінними паперами дозволяють мінімізувати ризики, дозволяють підвищувати ефективність фінансової та виробничо-господарської діяльності учасників фінансового ринку. З іншого боку, операції з деривативами в країнах з перехідною економікою досить ризиковані для всіх суб'єктів ринку цінних паперів.

Починаючи з 1995 року і до цих пір, ринок капіталу в Україні розвивається періодами і не послідовно. Ринок цінних паперів України відноситься до групи граничних, незначних ринків, в число яких, крім України, за різними класифікаціями входять ще близько двадцяти країн. Однак якісні характеристики вітчизняного фондового ринку знаходяться на низькому рівні, що перешкоджає йому ефективно виконувати функції, пов'язані з залученням і перерозподілом інвестиційних ресурсів для забезпечення стабільного економічного розвитку. В останні роки вітчизняний фондовий ринок функціонує в умовах адаптації до нових правил гри, пошуку нових технологій, підходів, фінансових інструментів.

Основними проблемами, що стримують використання деривативів в Україні, є низький рівень розвитку фінансового ринку, фінансова нестабільність і недосконалість законодавчої та нормативної бази. Специфіка використання похідних інструментів полягає в тому, що вони можуть комбінуватися між собою, утворюючи надзвичайно складні структуровані продукти, регулювання обігу яких часто виходить за межі регуляторного поля.

Список використаних джерел

1. Міщенко В.І. Використання похідних фінансових інструментів в практиці українських банків. *Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization*. 2017. № 7. С. 283-286.
2. International Swaps and Derivatives Association URL: <http://www2.isda.org/> (дата звернення: 06.05.2019).
3. Пономаренко І.В., Віннікова І. І. Глобальний ринок деривативів: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 14. Ч. 3. С. 22-26.
4. Забоєнко В. О., Трудова М. Є. Перспективи розвитку ринку деривативів в Україні. *Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського*. 2018. №. 10. С. 783-786.

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ БАНКІВ

Коваль Я. С., к. н. держ. упр., доцент
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
м. Київ, Україна

Заходи безпеки банків обмежуються діяльністю безпосередньо підрозділів безпеки без поширення функцій безпеки на інші підрозділи банків. Головним же недоліком організації систем банківської безпеки є зосередження зусиль на виявленні порушень у банках, а не на їх попередженні, недотримання принципу цілеспрямованості безпеки, особливо в питаннях захисту економічних інтересів банків.

При формуванні форми управління комплексною системою економічної безпеки буде доцільним виходити з функцій та призначення даної системи в діяльності банку. Тобто управління комплексною системою економічної безпеки має спочатку забезпечити вплив на функціонування самої системи, а через неї – на діяльність банку та стан його безпеки. Крім того, зазначений вплив має здійснюватися не лише загальноприйнятими методами, а й з використанням специфічних методів, притаманних саме безпеці банківської діяльності. Під управлінням комплексною системою економічної безпеки банку можна розуміти цілеспрямований вплив органів управління банку на його стан та діяльність за допомогою заходів безпеки [1].

Державне управління комплексною системою економічної безпеки банку здійснюється на основі формування, реалізації і захисту корпоративного інтересу в сфері безпеки. Враховуючи, що інтереси безпеки притаманні банку, його працівникам і клієнтам, і в цьому є зацікавленість держави, то на рівні банку формується корпоративний інтерес з безпеки. Вплив банку на формування, реалізацію і захист даного інтересу і буде складати основу управління безпекою, а оскільки реалізація всіх завдань безпеки здійснюється через комплексну систему економічної безпеки банку, то такий підхід буде притаманним і до управління даною системою [2].

«Стратегічний набір» економічної безпеки банку пропонується формувати з таких стратегій: загальної для всього банку; загальних конкурентних за окремими бізнес-напрямами чи сферами діяльності; для кожної з функціональних складових економічної безпеки банку; ресурсних – для забезпечення досягнення стратегічних цілей загального та функціонального напрямків [3].

Створення зазначеного «стратегічного набору» є особливою діяльністю банку, що відбувається на всіх рівнях управлінської ієрархії. Умовою цього є

обов'язкове залучення всіх фахівців, що знаходяться на тих рівнях, які розвиватимуться на основі відібраних стратегій. Саме в такій постановці питання забезпечується найбільша ефективність координації різних стратегій «стратегічного набору» в досягненні поставлених цілей.

Як правило, до загальних стратегій банку можна віднести: стратегії зростання: експансії, диверсифікації (входження в нову галузь, диверсифікації в родинні галузі, диверсифікації в неспоріднені галузі, реструктуризації відновлення та економії, багатонаціональної реструктуризації), інтеграції, глобалізації діяльності, диференціації ринку; стратегії підтримки; стратегії реструктуризації; стратегії скорочення (згортання) діяльності; стратегії ліквідації [4].

Їх переважно використовують при формуванні загальних стратегій управління банку, що стосується саме стратегії управління економічною безпекою банку то доцільніше використовувати такі види стратегій, як:

1. Стратегія протидії, що попереджає – дана стратегія є логічним наслідком обраної банком стратегії росту, що впливає з її агресивної конкурентної стратегії.

Вона передбачає досить високий рівень фінансової безпеки та повне забезпечення своєї діяльності усіма видами ресурсів, а також припускає можливість використання службою безпеки найбільш активних методів профілактики й протидії можливим загрозам. Основними критеріями вибору служать максимальна ефективність того або іншого методу, при чому питання етичності його застосування відходять на другий план та проблеми зовнішнього середовища. При реалізації розглянутої стратегії допускаються, зокрема, банківське шпигунство, не завжди легітимні методи контролю над лояльністю власного персоналу, тощо.

Переваги: можливість ефективного рішення виникаючих у банку проблем, пов'язаних із забезпеченням власної безпеки, практично без участі держави; забезпечення пріоритету методів профілактичної протидії потенційним загрозам; можливість забезпечення ефективної підтримки інших напрямків внутрибанківського менеджменту, наприклад, маркетингу й управління персоналом.

Недоліки: висока ймовірність адекватної відповіді з боку потерпілих від подібної політики конкурентів; неминучі протиріччя із чинним законодавством, отже, потенційні проблеми із правоохоронними, судовими й наглядовими органами; необхідність більше високого рівня ресурсної підтримки – фінансової, кадрової, матеріально-технічної.

Рекомендації із застосування: для великих банків, орієнтованих на обслуговування високорентабельних підприємств (галузей) або працюючих в умовах твердого пресингу з боку конкурентів або кримінальних структур.

2. Стратегія пасивного захисту - дана стратегія є логічним наслідком раніше обраної банком стратегії скорочення та пасивної конкурентної стратегії, що з неї випливає. Вона передбачає досить низький рівень безпеки основних складових економічної безпеки банку та припускає пріоритетну орієнтацію банку на захист з боку держави в особі правоохоронних і судових органів. Це дозволяє різко обмежити функції власної служби безпеки, зберігши в її інструментарії лише мінімально необхідну номенклатуру методів профілактики й відбиття потенційних загроз.

Переваги: мінімальні витрати на її практичну реалізацію; відсутність загроз застосування до банку відповідних санкцій з боку держави в силу його повної законопослушності як господарюючого суб'єкта по розглянутому напрямку діяльності.

Недоліки: повна залежність безпеки банку від ефективності діяльності правоохоронних органів держави; орієнтація на методи протидії вже реалізованим загрозам, які є менш ефективними в порівнянні із профілактичними та тими, що присікаються.

Рекомендації із застосування: для невеликих банків, що працюють або на найменш конкурентних ринках, або під безпосереднім патронажем органів державного керування.

3. Стратегія внутрішнього зростання – дана стратегія є логічним наслідком раніше обраної банком стратегії реструктуризації, відновлення та економії, що застосовується, коли керівництву банку, в якого показники основних складових економічної безпеки банку погіршуються, потрібно змінити становище на краще. Вона припускає пріоритетну орієнтацію банку на захист операційної діяльності банку та її забезпечення, підтримуючи достатній рівень взаємозв'язку із зовнішнім середовищем.

Переваги: можливість ефективного рішення виникаючих у банку проблем, пов'язаних із забезпеченням ефективної діяльності банку; забезпечення пріоритету методів профілактичної протидії потенційним загрозам; можливість покращення своїх позицій на ринку банківських послуг.

Недоліки: тривалий час реалізації, через необхідність покращення багатьох показників діяльності банку; необхідність постійної підтримки достатнього рівня взаємозв'язку із зовнішнім середовищем; вплив великої кількості банківських ризиків.

Рекомендації із застосування: для банків, що зазнали спаду своєї діяльності і потребують негайного вирішення своєї проблем.

4. Стратегія адекватної відповіді – дана стратегія є логічним наслідком раніше обраної банком стратегії обмеженого росту й наступальної конкурентної стратегії, що неї впливає. Вона передбачає досить високий рівень економічної безпеки і припускає можливість використання службою безпеки всього комплексу легітимних методів профілактики й відбиття потенційних загроз. Як виняток допускається використання й не повністю легітимних методів, але лише відносно тих конкурентів або інших джерел загроз, які першими застосували подібні методи проти конкретного банку.

Таким чином, варіант є компромісним між першою й другою стратегіями, зм'якшуючи їхні радикальні недоліки (однак, не дозволяючи в повному обсязі використати й переваги). У сучасних умовах застосовується більшістю кредитно-фінансових організацій. Для розв'язання наявних проблем, які перешкоджають ефективному розвитку банків, для забезпечення конкурентних переваг та належного рівня економічної безпеки банку необхідно вдосконалювати процес формування та реалізації стратегії державного управління економічною безпекою банку. Запропонована стратегія державного управління економічною безпекою банку є однією з умов успішної реалізації його загальної стратегії розвитку.

Список використаних джерел

1. Сумець О. М., Тумар М. Б. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: навч. посіб. Київ : «Хай-Тек Прес», 2008. 400 с.
2. Побережний С. М. Організація діяльності підрозділів банківської безпеки в сучасному комерційному банку: монографія. Суми : Мрія-1, 2004. 56 с.
3. Мельник С. І. Формування системи економічної безпеки банку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 29. С.149-152.
4. Мандзюк Г. В. Фінансова безпека банківської системи України: стан та тенденції. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2006. Вип. 24. С. 123-129.

ПРОБЛЕМИ КРЕДИТІВ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Кравченко В. П., к. е. н., доцент

*Центральноукраїнський національний технічний університет,
м. Кропивницький, Україна*

Збільшення проблемної заборгованості в структурі кредитних портфелів банків може призвести до погіршення їх фінансового стану та втрати платоспроможності.

У 2017 році банки зробили ставку на масовий продаж споживчих кредитів. За даними НБУ, відсоток проблемної заборгованості за такими кредитами найнижчий, і за рік частка проблемних кредитів навіть зменшилася на 5,06 п.п.

(з 27,2% до 22,14%). Але цей сегмент у перспективі двох років стає ризиковим [1].

За даними НБУ, в грудні 2018 року процентні ставки за новими кредитами банків для населення в національній валюті становили 33,1% річних, що на 3,9 п.п. вище, ніж в грудні 2017 роки (29,2%), а у березні 2019 року процентні ставки за новими кредитами банків для населення в національній валюті становили 29,5% річних, що на 2,0 п.п. нижче, ніж в лютому (31,5%).

Ризик неповернення боргу полягає у тому, що зберігається достатньо висока відсоткова ставка за кредитами, незважаючи зниження на 2,0 п.п. у 2019 році, але населення яке кредитувалося у 2018 році на декілька років, буде платити по 33,1%. Так, загальна сума виданих кредитів на 1 травня 2018 року в Україні становить близько 1 трлн. грн., а сума резервів під проблемні кредити – близько пів трильйона, а обсяг непрацюючих кредитів банківської системи в серпні виріс на 24,682 млрд грн., і станом на 1 вересня обсяг проблемних кредитів досяг 655,913 млрд грн. (+ 3,9%) – рекордний показник в поточному році.

Також, спостерігаються зміни відсоткових ставок за новими кредитами для населення в іноземній валюті які знизилися за березень 2019р., з 8,5% до 8,2% річних. Ставки за гривневими кредитами для підприємств у березні зросли з 17,9% до 18,0% річних, за валютними виріс – з 5,7% до 6,2% [2].

Кредитний портфель банків за березень виріс на 1,5% до 1 152 млрд грн, в т. ч. для населення на 1,0% до 199 млрд грн, підприємств – на 1,7% до 850 млрд грн.

Разом із збільшенням загального обсягу наданих кредитів підвищується рівень простроченої заборгованості, зростає кількість неповернених позичальниками кредитів, що, як наслідок, призводить до підвищення відсоткових ставок за кредитами.

Банки змушені формувати достатні резерви під кредитний портфель, вони намагаються зменшити частку проблемних кредитів, але радикальних змін немає.

На збільшення проблемних кредитів впливає необґрунтована кредитна політика банків, економічна нестабільність та низький рівень платоспроможності населення. У результаті банківські установи усе гостріше відчувають проблему високих ризиків банківського кредитування.

Найбільший приріст проблемних кредитів був зафіксований в портфелі банків іноземних банківських груп – на 6,4% або 10,705 млрд грн. (до 179,043 млрд грн.) [2].

У ПриватБанку цей показник зріс лише на 1,5% – на 3,382 млрд грн. (до 235,46 млрд грн.), в інших держбанках – на 4,3% або 8 млрд грн. (до 195,885 млрд гривень).

Банки з приватним капіталом погіршили в серпні свої NPL на 7,4% або 2,363 млрд грн. (до 34,18 млрд грн.).

З точки зору структури проблемного портфеля, то найбільше зріс портфель непрацюючих кредитів юр. осіб (на 20,9 млрд грн.). Борги фіз. осіб зросли на 3,624 млрд грн., проблемний міжбанк збільшився на 1,372 млрд грн., а держустанов зменшилася на 1 млн. грн.

Ланцюгові темпи приросту проблемної заборгованості банків України мали такі показники: у 2015 р. – 93,6%, у 2016 р. – 57%, у 2017 р. – 44,3%, у 2018 р. – 93,3%. Загалом за 2014–2018 рр. обсяг проблемних кредитів збільшився у 8,5 разів, що свідчить про низьку якість кредитного портфеля вітчизняних банків та високий ризик неповернення коштів [3].

В результаті проведеного аналізу можна виділити чинники які впливають на кредитування та нарощують проблемні кредити:

1. Вартість кредитів для населення буде збільшуватися. Тому, що коли НБУ збільшив облікову ставку з 13,5% до 17%, міжбанківські позики стали дорожчими.

2. Збільшиться сегмент інших гравців на ринку споживчого кредитування. Банки відчують конкуренцію на ринку короткострокових позик з боку дрібних фінансових установ (ломбардів, кредитних спілок). Наприклад, за III квартал 2017 року банки видали споживчих кредитів на 7,4 млрд грн, а ломбарди – на 3,9 млрд грн.

3. Помилки в оцінці ризиків і неефективна робота з портфелем проблемної заборгованості.

4. Надмірне зростання кредитування банками.

Рекомендовано напрями управління проблемними кредитами банків в Україні:

- комплекс заходів з метою зменшення обсягів проблемних кредитів.
- недопущення надмірного зростання кредитування;
- недопущення дефіциту ліквідності;
- обмеження концентрації ризиків;
- посилити стійкість банків до можливої кризи.

Список використаних джерел

1. Обсяг проблемних кредитів виріс до рекордного показника – НБУ. *Економічна правда*. 2018. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/10/3/641231/> (дата звернення: 08.05.2019).

2. Ставки за кредитами для населення впали нижче 30% річних – НБУ. Економіка. 2019. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/stavki-kreditam-naseleniya-upali-nizhe-30-1554895890.html> (дата звернення: 08.05.2019).

3. Звіт про фінансову стабільність НБУ. 2018. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=83816603> (дата звернення: 08.05.2019)

ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Мельник В. В. к. е. н., доцент

*Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Державні фінанси – це регульовані у визначеному правовому полі потоки коштів, які циркулюють у національній економіці держави через створювану на макрорівні систему централізованих грошових фондів, забезпечуючи її вплив на економічний та соціальний розвиток країни через взаємозв'язок державних фінансових ресурсів з формуванням, розподілом, перерозподілом ВВП, національного доходу і національного багатства [1, с. 184].

Важливо відзначити, що в розвинених країнах світу державні фінанси є чи не головним об'єктом державного управління відповідних інститутів та національної економіки зокрема. Що ж до України то після здобуття незалежності у 1991 році розпочався процес реформування системи управління державними фінансами.

Однак, в загальному ракурсі цей процес, як раніше так і сьогодні, характеризується проблемним та неефективним. Підстави висвітлено й науково обґрунтовано в наукових дослідження багатьох вітчизняних вчених [7, с. 56].

Так на думку Ю.Д. Радіонова, Україні необхідно посилювати фінансову дисципліну, особливо в теперішніх складних фінансово економічних умовах, і забезпечувати раціональне та ефективне використання бюджетних коштів [5, с. 84]. Як наслідок з метою ефективного проведення бюджетної політики першочерговим завданням має стати зменшення видатків.

Таким чином управління державними фінансами передбачає оптимізацію результатів відповідної діяльності за умов використання ефективного механізму управління, як певного інструмента для досягнення мети з відповідними об'єктами, суб'єктами, завданнями, функціями, нормами, методами, засобами тощо.

Як зазначив П. Юхименко, з позицій сучасних критеріїв аналізу, весь історичний процес її формування і зміни не можна подавати однозначно – як розвиток по висхідній бо як розвиток циклічного характеру [8, с. 108].

Таким чином державна фінансова політика в сучасних інтеграційних умовах має забезпечувати відповідну ефективність та економічну сталість, зокрема в контексті стимулювання та регулювання інвестицій. Іншими словами для досягнення стратегічних цілей подальшого розвитку суспільства вище згадана політика передбачає взаємодію різних державних інституцій, як головного інструмента подальшого соціально-економічного розвитку.

Для визначення ролі цієї політики у сталому розвитку інвестиційної діяльності потрібно чітко розуміти її сутність і складові, цілі й методи їх реалізації [4, с. 18].

За визначенням вітчизняних науковців, фінансова політика – це цілеспрямована діяльність держави з використанням фінансової системи, що спрямована на мобілізацію фінансових ресурсів, їх розподіл і використання для виконання державою своїх функцій [6, с. 30].

Побудова ефективної фінансової політики буде виходити з тих реалій, які існують на макрорівні, а отже державна фінансова політика фактично є первинною, на якій будуть базуватись і генеруватись фінансові рішення інших суб'єктів [3, с. 290]

При цьому фінансова політика буде мати особливий вплив при формуванні відповідних положень як на місцевому, так і на регіональному рівні. Відповідно має місце твердження про безпосередній зв'язок поняття фінансової політики держави в цілому її муніципальних одиниць та окремих підприємств, організацій тощо.

З метою стабілізації національної економіки та оптимального перерозподілу фінансових ресурсів органами державної влади, перш за все, слід врахувати особливості виникнення кризових явищ [2, с. 64].

Зокрема необхідно:

- застосовувати антикризові заходи;
- обґрунтовувати відповідні категорії забезпечення безпеки;
- визначати можливі наслідки кризи в економіці України та здійснювати ефективну профілактичну політику.

Список використаних джерел

1. Василик О. Д., Павлюк К.В. Державні фінанси України: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 608 с.
2. Голик М. М. Особливості реалізації стабілізаційної фінансової політики в Україні. *Young Scientist*. 2015. №3. С.63-66.
3. Литвиненко А. О. Литвиненко О. Д. Напрями реформування фінансової політики України. *Економіка XXI сторіччя: проблеми та шляхи їх вирішення* : монографія. Харків, 2014. С. 288-295
4. Озерчук О. В. Сутність, роль та напрями державної фінансової політики регулювання інвестиційної діяльності в Україні. *Наукові праці НДФІ*. 2015. Вип.1.С.16-25.

5. Радіонов Ю. Д. Оцінка ефективності державних видатків. *Економіка України*. 2013. № 12. С.76-87.
6. Сіташ Т. Д. Фінансова політика держави: прагматика та проблематика. *Академічний огляд*. 2015. № 1. С.29-34.
7. Форкун І. В. Управління державними фінансами в контексті реалізації стратегії економічного зростання. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 7. С. 56-60.
8. Юхименко П. І. Сучасні тенденції і стратегія фінансової політики України. *Фінанси України*. 2005. № 10. С.101-110.

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Мельник Т. А., канд. екон. наук, доцент
*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна*

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку ринку добровільного медичного страхування в Україні, даний сегмент страхового ринку не можна вважати достатньо розвинутим, як у європейських країнах.

У свою чергу, населення не зацікавлене в купівлі полісів добровільного медичного страхування, тому що вони залишаються досить дорогими. Тому розвиток добровільного медичного страхування гальмується через низький рівень доходів населення [1, с. 86].

На сьогодні ринок добровільного медичного страхування розвивається, як правило, за рахунок корпоративного напрямку, де одночасно страхують 100-500 працівників, серед яких чимало тих, хто взагалі не звертається до лікарів.

Добровільне медичне страхування в зарубіжних країнах має певні недоліки:

- охоплення страхуванням окремих видів медичної допомоги;
- відбір страхувальників за критерієм імовірності здійснення виплат;
- витратний порядок фінансування;
- залежність обсягу медичної допомоги від платоспроможності клієнта або фінансового становища роботодавця [2, с. 269];
- поглиблення соціальної нерівності громадян;
- послаблення контролю з боку держави;
- збільшення кількості випадків корупційних проявів у галузі [3, с.156];
- підвищення вартості найманих працівників;
- додаткові витрати на формування структури системи добровільного медичного страхування;
- недостатня кількість фахівців у сфері страхового менеджменту;

– ускладнена система розрахунків з лікувально-профілактичними закладами [4, с. 67].

Вивчення досвіду окремих країн Європи показує, що добровільне медичне страхування є додатковим джерелом фінансування охорони здоров'я та позитивно сприймається населенням цих країн. Отож впровадження добровільного медичного страхування в Україні є доцільним, проте потребує широкої роз'яснювальної роботи серед юридичних і фізичних осіб [1, с. 87].

Науковці виокремили низку проблем, які стримують подальший ефективний розвиток добровільного медичного страхування в Україні:

– Недосконалість нормативно-правової бази. Розробляючи нормативні акти, слід, передусім встановити чіткі вимоги до ліцензування страхових компаній, які працюватимуть у системі добровільного медичного страхування. Це дасть можливість підвищити фінансову надійність та платоспроможність таких компаній і зацікавити застрахованих осіб. Крім того, необхідно через законодавчу базу регламентувати діяльність сектору платних медичних послуг [2, с. 271].

– Страхові компанії не мають реального механізму контролю за якістю наданих страхувальнику послуг та важелів впливу на поліпшення якості обслуговування саме в закладах охорони здоров'я державної і комунальної форм власності [5, с. 23].

– Намагаючись максимізувати прибуток, страхові медичні організації уникають страхування осіб, які належать до групи ризику, а саме літніх, хронічно хворих, інфікованих вірусними захворюваннями, дітей тощо [6, с.159].

– Недостатній попит населення на страхові продукти, спричинений низькою платоспроможністю, високою вартістю страхових програм, відсутністю стимулів вкладення коштів у медичну страховку та невисоким рівнем страхової культури.

– Недостатність та відсутність статистичних даних, необхідних для актуарних розрахунків для добровільного медичного страхування.

Крім зазначених вище проблем, існують ще й загальнодержавні проблеми: політична та економічна нестабільність, низький рівень доходів населення, непослідовний підхід до реформування соціального сектору, відсутність оптимальної податкової політики, яка б стимулювала розвиток медичного страхування, недооцінка ролі недержавних фінансових інститутів тощо [2, с. 271].

Система медичного забезпечення населення має бути збалансованою, для цього держава повинна сприяти розвитку добровільного медичного страхування, шляхом:

- визначення основних медичних послуг, безоплатне надання яких має бути гарантоване державою для кожного громадянина;
- вдосконалення законодавчої бази щодо охорони здоров'я;
- сприяння фінансовій надійності страхових компаній шляхом ефективного контролю за діяльністю та публічності фінансової звітності;
- підвищення страхової культури населення з надання медичної допомоги;
- посилення мотивації роботодавців щодо запровадження добровільного медичного страхування;
- забезпечення ефективного контролю медичних установ, що працюють у системі добровільного медичного страхування, незалежно від їх відомчої підпорядкованості та організаційно-правової форми;
- підвищення вимог до якісного складу персоналу страхових компаній;
- створення конкурентного ринку добровільного медичного страхування шляхом надання ліцензій іноземним страховим компаніям;
- створення системи податкових пільг для потенційних страхувальників.

Такі заходи дадуть змогу підвищити доступність і якість медичних послуг, створять умови для найповнішого задоволення потреб населення в них, допоможуть зменшити навантаження на державний і місцеві бюджети [1, с. 87].

Однак таких заходів недостатньо для пошлявлення участі господарюючих суб'єктів у охороні здоров'я своїх працівників, тобто потрібна ефективніша система податкових стимулів.

На думку, науковців [6, с.161] у більшості випадків податкові пільги можна надавати за такими напрямками:

1. Для юридичних та фізичних осіб, які діють у сфері охорони здоров'я, – у вигляді зниження податкових ставок або звільнення від сплати окремих податків і зборів. У багатьох країнах медичні послуги звільнені від ПДВ (Іспанія, Італія, Данія), а ліки оподатковують або за пониженими ставками (у Франції – 5,5%, Іспанії – 4%) або взагалі не оподатковують (Великобританія).

2. Для фізичних осіб, які витрачають кошти на охорону здоров'я, діє пільговий порядок оподаткування їхніх доходів. Так, в окремих країнах приватним особам надають можливість звернутись у податкові органи з проханням не обкладати податком частину доходу, витрачену на страхові внески або прямі платежі за медичні послуги. Наприклад, для громадян США встановлені податкові субсидії у вигляді вирахувань із персонального оподаткованого доходу фізичної особи вартості медичних послуг, якщо вона перевищує певний рівень. В Україні також платник податку на доходи фізичних осіб має право на податкову знижку відповідно статті 170.7.4. Податного кодексу України [7]. Однак згаданою законодавчою пільгою на практиці дуже

складно скористатися через те, що нема чіткого механізму реалізації фінансових взаємовідносин між пацієнтом і медичним закладом.

3. Для юридичних осіб-роботодавців, які витрачають кошти на медичне обслуговування своїх робітників нерідко при сплаті окремих податків чи внесків надається пільга щодо зменшення об'єкта оподаткування на суму медичних витрат. Зокрема, для роботодавця у США, який сплачує суму медичної страховки за свого працівника, такі витрати не розглядають як оподатковуваний дохід найманого працівника, і, відповідно, на них не нараховують внески на соціальне страхування.

Необхідно на рівні держави стимулювати розвиток добровільного медичного страхування та сприяти популярності окремих видів медичного страхування серед населення та роботодавців, оскільки це може значно зменшити навантаження на державний сектор охорони здоров'я і одночасно покращити якість медичних послуг в країні.

Список використаних джерел

1. Полозенко Д. В., Парій В. Д. Добровільне медичне страхування та лікарняні каси — складові реформи охорони здоров'я України. *Фінанси України*. 2012. № 3. С. 83-89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2012_3_8 (дата звернення: 13.05.2019).
2. Ляховченко Л. Розвиток добровільного медичного страхування як позабюджетного джерела фінансування галузі охорони здоров'я в Україні. *Вісник Національної академії державного управління*. С. 265-272. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2010-1-36.pdf> (дата звернення: 13.05.2019).
3. Сіташ Т. Медичне страхування та фінансове забезпечення охорони здоров'я: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2014. № 10. С. 149-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_10_16 (дата звернення: 13.05.2019).
4. Тлуста Г. Медичне страхування в реформуванні системи охорони здоров'я України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. Вип. 3. С. 65-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2014_3_15 (дата звернення: 13.05.2019).
5. Черешнюк Г. С., Сергета І. В., Пилипчик В. Л., Краснова Л. І. Проблеми впровадження добровільного медичного страхування та шляхи їх розв'язання. *Фінансові послуги*. 2006. № 2. С. 22-26.
6. Карпишин Н. І. Медичне страхування у контексті модернізації фінансового забезпечення охорони здоров'я в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 11. С. 156-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2013_11_34 (дата звернення: 13.05.2019).
7. Податковий кодекс України від 2.09.2010р. № 2755-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/Laws/show/2755-17> (дата звернення: 13.05.2019).

METHODS OF ASSESSING THE BANK'S PERFORMANCE IN CONDITIONS OF REGION FINANCIAL INDEPENDENCE

Melnychuk Yu. M., Ph. D. (Economics)

*Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University
Uman, Ukraine*

The main indicator of the status of a bank institution in accordance with the legislation is to ensure its solvency, due to a set of indicators, the limit values of which are set separately for companies that carry out banking activities, as well as other types. Under the solvency of banking operations understand the constant balance or excess of income over costs in general. At the same time, the factors that provide solvency include: sufficient equity, insurance reserves, positive investment policy results, the use of reinsurance in necessary cases, and effective tariff policy.

The bank with an appropriate level of solvency is financially stable, that is, that at the expense of its own funds covers the funds invested in assets (fixed assets, intangible assets, working capital), does not allow unreasonable receivables and payables and is calculated on the liabilities in the specified term. Financial support, in this case, is also a guarantee of financial stability of the bank.

The analysis of the bank's operations should be carried out in three stages:

1. Analysis of financial support of the bank;
2. Analysis of investment activity;
3. Evaluating the effectiveness of such companies.

Disclosure of the results of banking institutions, namely indicators of financial security, plays an important role in customer decision-making, in choosing a bank and advertising nature for the company itself. Such indicators are: the level of authorized capital, the level of equity, the level of insurance reserves, deposit payments, bank assets and the number of clients. All these indicators in the complex reflect the financial security of the bank and its position in the market of banking services.

In the conditions of financial independence of the region, the analysis of the bank should be carried out in three stages.

The first stage of the analysis is the analysis of financial support of the bank in two directions:

1. Comparative and structural analysis of indicators of financial provision of the bank;
2. Analysis and definition of indicators of financial support of activities, namely:
 - growth rate;
 - coefficient of deposit coverage of insurance reserves;
 - coefficient of deposit with authorized capital;

- coefficient of liquidity of deposit proposals.

All composite indicators reflecting the provision of activities are considered in a dynamics, for the financial reflection, the coefficients of increment of data elements that characterize the increase or decrease their size are used. Such a coefficient is calculated as the ratio of the difference between the size of the indicator at the end and the beginning of the analyzed period and its size at the beginning of the period. After considering the well-known economic performance of business, we think it is necessary to adapt some of them to the banking sector. Taking into account the specifics and peculiarities of the banks' activity, we received new indicators that can be used in analyzing the financial support of the bank: the coefficient of coverage of deposit deposits with insurance reserves; coefficient of provision of deposit with authorized capital; coefficient of liquidity of deposit deposits.

All composite indicators reflecting the provision of activities are considered in a dynamics, for the financial reflection, the coefficients of increment of data elements that characterize the increase or decrease their size are used. Such a coefficient is calculated as the ratio of the difference between the size of the indicator at the end and the beginning of the analyzed period and its size at the beginning of the period.

After considering the well-known economic performance of business, we think it is necessary to adapt some of them to the banking sector. Taking into account the specifics and peculiarities of the banks' activity, we received new indicators that can be used in analyzing the financial support of the bank: the coefficient of coverage of deposit deposits with insurance reserves; coefficient of provision of deposit with authorized capital; coefficient of liquidity of deposit deposits.

The third stage – the assessment of the effectiveness of banking institutions should be carried out in the following areas:

1. Analysis of the bank's income;
2. Analysis of expenses of the bank;
3. Comprehensive assessment of the financial condition of the bank:
 - liquidity and solvency of the bank;
 - financial stability of the bank;
 - financial attractiveness;
 - profitability;
 - calculation of the bankruptcy probability of the banking institution.

The assessment of the financial condition of the bank is carried out using indicators that reflect:

1. Liquidity of the bank:
 - coefficient of general liquidity;
 - ratio of current liquidity;
 - absolute liquidity ratio.

2. Financial stability of the bank:
 - coefficient of concentration of equity capital;
 - coefficient of concentration of debt capital;
 - correlation coefficient;
 - coefficient of financial dependence;
 - coefficient of maneuverability of own capital.
3. Profitability.
4. Probability of bankruptcy.

Information sources for calculation of indicators and analysis of income and expenses of the bank are annual and quarterly statements: F-1 "Balance sheet", F-2 "Statement of financial results", F-3 "Statement of cash flows", F-4 "Equity Statement", F-5 "Notes to the Annual Financial Statements".

Specialists know that the financial reliability of the bank is determined by calculating a number of indicators: the ratio of own and attracted capital, liquid assets and short-term receivables, and others. But for such a calculation, financial statements are required. In many developed countries, rating agencies are involved in the calculation of indicators.

References

1. Garmatyuk O. V., Melnychuk Yu. M. Factors of influence on sales activity of insurers on life insurance. *Economic horizons*. 2018. №1(4). p. 60–66.
2. Melnychuk Yu. M., Shkolenko O. B., Gumeniuk A. V., Melnik V. V. Bank deposit as a direction of investment activity's activation of insurers in life insurance. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. University of banking. Kharkiv. 2018. p. 41–48.

БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Мовчанюк А. В., к. е. н.

*Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна*

Сьогодні однією з найуспішніших реформ в Україні по праву можна вважати реформу децентралізації. Основні її принципи та алгоритм імплементації визначено Концепцією реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (2014 р.) [1], Планом заходів щодо її реалізації та комплексом наступних законодавчих новацій.

Децентралізація як системний процес має власні чинники успішності, які можна чітко означити. Успіх обумовлений синтетичним характером децентралізації, оскільки вона проводиться одночасно у сфері управління, у

сфері фінансів та у сфері надання послуг громадянам. Такі складові реформи децентралізації підсилюють одна одну, дозволяють виявити сильні і слабкі сторони децентралізації та реформ, що проводяться, а в кінцевому підсумку сприяють посиленню демократичних інститутів, ліквідації нерівності доступу до суспільних благ, підвищенню якості суспільних послуг та рівню життя населення.

Головним інструментом сприяння якісним змінам на місцевому рівні є провадження бюджетної децентралізації, під якою розуміють процес передачі повноважень управління доходами та видатками з метою збільшення ефективності реалізації даних повноважень та ретельніше управління бюджетними коштами громад.

Своєрідним стартом до бюджетної децентралізації стало внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів України, які фактично стали основою для стимулювання громад до об'єднання та посилення їхньої спроможності шляхом встановлення механізму переходу об'єднаних територіальних громад (ОТГ) на прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом.

Згідно реформи бюджети об'єднаних територіальних громад наділяються додатковими повноваженнями та відповідними фінансовими ресурсами, як міста обласного значення, в яких залишається: 60% податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), 100% податку на майно (нерухомість, земля, транспорт), 100% єдиного податку, 100% акцизного податку з роздрібною торгівлі (тютюн, алкоголь, нафтопродукти), 100% податку на прибуток установ комунальної власності ОТГ, 100% платежів за надання адміністративних послуг, 25% екологічного податку, інші збори та платежі, міжбюджетні трансферти та надходження в рамках програм і допомог [2].

Ці заходи сприяли зростанню частки місцевих податків та зборів у доходах місцевих бюджетів з 2,5 % у 2012-2014 роках до 30 % у 2018 році, за рахунок передання окремих податків та зборів до місцевих бюджетів. Частка доходів місцевих бюджетів у зведеному бюджеті становить понад 50 %, для порівняння, у 2014 році ця частка складала 42 %.

Частка власних доходів місцевих бюджетів (загальний фонд) у ВВП у 2018 році становить 7,1 % (у 2014 році – 5,1 %), а власні доходи місцевих бюджетів зросли з 68,6 млрд грн. у 2015 р. до 234,1 млрд грн. Частка місцевих бюджетів (з трансфертами) у зведеному бюджеті України зросла з 45,6 % у 2015 році до 51,5 % у 2018 році. Власні доходи на одного мешканця зросли з 3010,5 грн у 2015 р. до 6032,9 грн. у 2018 р.

Бюджети ОТГ беруть участь у горизонтальному вирівнюванні. Вирівнювання здійснюється за одним податком – ПДФО. Для підвищення їх фінансової спроможності бюджетам ОТГ, які мають рівень надходжень нижче

0,9 середнього показника по Україні, надається базова дотація. Із бюджетів ОТГ, які мають рівень надходжень вище 1,1 середнього показника по Україні, передається реверсна дотація. Бюджети громад, що не об'єдналися, не беруть участь у горизонтальному вирівнюванні податкоспроможності, базова дотація їм не надається. Прямі відносини з державним бюджетом мають 665 громад, а доходи їхніх бюджетів за 2018 рік склали 18,9 млрд грн.

Протягом 2018 року доходи місцевих бюджетів зросли на 21,5 %, або на 41,4 млрд грн. порівняно з 2017 роком та склали 234,1 млрд грн. Власні доходи місцевих бюджетів ОТГ у 2018 році зросли на 62,1 % (+8,0 млрд грн.).

Обсяг фінансування розвитку територій з Державного бюджету зріс з 0,5 млрд грн. у 2014 році до 19,37 млрд грн. у 2018 році. Порівняно з 2014 роком у 39 разів зросла державна підтримка на розвиток територіальних громад та розбудову їх інфраструктури. Обсяг коштів субвенції на формування структури ОТГ у 2018 р. склав 1,9 млрд грн., на 2019 рік обсяг субвенції заплановано у розмірі 2,1 млрд грн.; кількість фінансованих проектів збільшилася з 1451 до 2456. Обсяг Державного фонду регіонального розвитку зріс з 2,9 млрд грн у 2015 році до 6,0 млрд грн. у 2018 році, а кількість проектів – з 676 до 806.

Зазначені здобутки у сфері бюджетної та загалом фінансової децентралізації не лише значно розширюють фінансову спроможність громад, створюють потужне підґрунтя для реалізації регіонами своїх цілей розвитку, але й надають громадам позитивний імпульс для розвитку економічної сфери, розширюють та чітко окреслюють перспективи їх розвитку на довготривалий період, надають громадам змогу планомірно будувати стратегію свого розвитку.

Таким чином, на сьогоднішній день бюджетна децентралізація є найбільш ефективним та дієвим способом забезпечення фінансової автономії та стійкості місцевих органів влади через передачу їм потужних джерел бюджетних надходжень, раніше закріплених за центральним урядом, та розширенням фінансової бази адміністративно-територіальних формувань. Тобто запровадження нової моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів полягає у розширенні прав місцевих органів влади, джерел їх формування, наданні їм повної бюджетної самостійності та створення реального підґрунтя для виконання своїх повноважень.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. №333-р. *Верховна Рада України*. <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p> (дата звернення: 08.05.2019).

2. Фінансова децентралізація в Україні. Перший етап успіхів. *Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України*. URL: [http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Buklet_finansova_decenrt_\(21.03.17\).pdf](http://old.decentralization.gov.ua/pics/attachments/Buklet_finansova_decenrt_(21.03.17).pdf) (дата звернення: 08.05.2019).

3. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. URL: <http://decentralization.gov.ua/mainmonitoring#main-info> (дата звернення: 08.05.2019).

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Подплетній В. В., *к. е. н., доцент*
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

В сучасних умовах господарювання одним із важливих чинників розвитку ринкової економіки є ефективна банківська система, основу якої складають комерційні банки. Від надійності банківської системи залежить не тільки подальший ефективний розвиток економіки країни, а й добробут кожного клієнта банківської установи. Запропонована Національним банком України програма реформ фінансового оздоровлення банківської системи призвела до кардинальних змін у функціонуванні найбільш важливих системних банків та значного скорочення їхньої кількості. З огляду на вищезазначене, вважаємо за необхідність провести аналіз сучасного стану банківської системи України з тим, щоб виявити чинники, які негативно позначаються на її розвитку та гальмують впровадження реформ у вітчизняній банківській системі.

Банківський сектор країни відіграє вагомий роль у розвитку та функціонуванні економіки. Він є основним посередником на ринку фінансових ресурсів та пов'язує між собою різні ланки господарської діяльності. Банківська система України є досить молодою, але вже встигла пережити чотири серйозні кризи: 1998 р., 2004 р., 2008 р. та 2013-2015 рр. Основними каталізаторами цих криз є зовнішні чинники, зокрема світові фінансові кризи. Проте не слід забувати про внутрішні об'єктивні причини, які роблять банки більш уразливими, а також про особливості функціонування вітчизняної банківської системи [1, с. 97].

Політико-економічна криза, що розпочалася наприкінці 2013 року, погіршила фінансовий стан вітчизняних банків. Як окремі банки, так і вся банківська система України сьогодні функціонують у складних умовах з високими ризиками. Внаслідок кризи на фінансовому і фондовому ринках комерційним банкам доводиться працювати в умовах різкого зниження обсягів фондування, що зумовлено значним відтоком коштів клієнтів, обмеженням

доступу до міжнародних ринків капіталу, падінням курсу акцій, зниженням обсягів фінансової підтримки, яку українським дочірнім компаніям надавали іноземні материнські банки. Низький рівень ресурсної бази та переважання коротких пасивів робить банківський сектор надто вразливим до ризику втрати ліквідності, підвищення кредитного та ринкового ризиків. Негативний вплив на банківську діяльність мають низькі доходи населення, а незадовільний фінансовий стан позичальників вимагає створення значних резервів, що в умовах відсутності відносно стабільних джерел надходження ресурсів ускладнює формування ресурсної бази комерційних банків [2]. Відповідно до частини першої ст. 31 Закону «Про банки і банківську діяльність», мінімальний розмір статутного фонду банку на момент його реєстрації не може бути меншим, ніж 500 млн. гривень, в той же час така норма вступила в силу лише з 4 липня 2014 року, і багато банків раніше створювалися з набагато меншим статутним фондом. Тому Національний банк зобов'язав комерційні банки поетапно збільшити статутний фонд до 500 мільйонів гривень в період до 11 липня 2024 року [3]. Кількість банків, розмір статутного капіталу яких становить 500 млн. грн. та більше складає 30 од. або 24,6 % від усієї кількості банків України, а кількість банків, розмір статутного капіталу яких становить менше 500 млн. гривень складає 75,6% [4]. Отже, банків зі статутним капіталом меншим ніж 500 млн. грн. в банківському секторі в 3 рази менше кількості банків зі статутним капіталом, визначеним НБУ. Тому в подальшому можемо очікувати поступове скорочення кількості діючих банків, які не в змозі виконати такі вимоги регулятора.

Починаючи з 2014 року під впливом девальвації гривні та спаду в економіці, а також політичної нестабільності в країні значна кількість банків зіткнулася з проблемами, у багатьох з них згідно рішення НБУ була розпочата процедура ліквідації, тому вже станом на 01.01.2018 р. кількість діючих банків становила 82 од., що на 93 фінансові установи менше у порівнянні з 2008 р.

Враховуючи затверджений НБУ графік збільшення мінімального обсягу статутного капіталу банків, в подальшому можна очікувати нових випадків самоліквідації комерційних банків в Україні. Адже, згідно з Постановою правління НБУ № 242 від 07.04.2016 р. станом на 11.07.2017 р. мінімальний обсяг статутного капіталу банку має бути не меншим за 200 млн. грн. До 11.07.2018 р. його обсяг має бути збільшений вже до 300 млн. грн. Збільшення мінімального обсягу статутного капіталу банківських установ триватиме щорічно до 500 млн. грн. станом на 11. 07. 2024 р. Постановою Правління НБУ від 16 червня 2017 року № 56 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України», НБУ визначив процедуру спрощеної капіталізації банку та порядок припинення банківської діяльності

без ліквідації юридичної особи [5]. Це дає можливість банкам, які не можуть виконати вимоги НБУ щодо капіталізації, залишити банківський ринок без навантаження на Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

Зазначимо, що проблемні банки становлять певну загрозу для банківської системи, тому до них вживаються відповідні заходи впливу. В разі віднесення банку до категорії неплатоспроможних, Національний банк України приймає рішення про впровадження тимчасової адміністрації. За результатами аналітичних досліджень департаменту НРА «Рюрік» [6] в Україні ведеться пошук та проводяться дослідження щодо вирішення проблемних питань, пов'язаних з банкрутством вітчизняних банків, вирішенням яких є необхідність розроблення заходів для зменшення негативних наслідків фінансової кризи у вітчизняній банківській системі, відновлення ефективної роботи банків. Вважаємо, що з метою підвищення фінансової стійкості банків України та забезпечення стабільності у вітчизняній банківській системі, НБУ, як основному регулятору всієї банківської системи, у подальшому необхідно вжити ряд заходів щодо:

- проведення щорічного стрес-тестування банків та аналізу якості їхніх активів незалежними аудиторами. В подальшому НБУ повинен забезпечити повну прозорість діяльності та фінансового стану банківських установ;

- сприяння подальшому зменшенню кількості банків на ринку завдяки їхній консолідації. Так, за оцінкою провідних аналітиків, рівень концентрації в банківській системі зараз перебуває на комфортному середньоєвропейському ринку;

- вирішення питань із проблемними кредитами. Не дивлячись на те, що ця проблема тягнеться ще з кризового 2008 року ринок «поганих» боргів не з'явився. Відновлення кредитування – ключ до підвищення прибутковості банківського сектора і залучення нових грошей акціонерів, зокрема зарубіжних. Активізація процесів кредитування – поштовх до економічного зростання, а прибуток банків за рахунок кредитування з низькими ризиками – основа фінансової стабільності в країні;

- активізації інвестування у інноваційний розвиток комерційних банків. Дві фінансові кризи (2008-2009 і 2014-2015 років), високий рівень проблемної заборгованості й низька прибутковість призвели до того, що банки останні десять років мало інвестували в нові технології. За винятком ПриватБанку і ще декількох банків, автоматизація банківського бізнесу перебуває на рівні середини 2000-х.

Вважаємо, що вищенаведені пропозиції щодо підвищення фінансової стійкості, конкурентоспроможності банків України та подальші кроки з реалізації комплексної програми реформування фінансового сектора

призведуть до зниження рівня проблемної заборгованості за кредитами, активізації інноваційної діяльності та стабільності у вітчизняній банківській системі.

Список використаних джерел

1. Рилова К. О. Менеджмент проблемних банків у процесі стабілізації банківської системи України (на прикладі санаційного банку). *Магістеріум. Економічні студії*. 2014. Вип. 56. С. 97-101.
2. Коваленко В. В. Управління проблемними банками в системі забезпечення фінансової стійкості банківської системи. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2010. Вип. 4(2). с. 67-72. URL: <http://www.vestnikdnu.com.ua> (дата звернення: 15.05.2019).
3. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2019).
4. Ганзюк С. М., Лінькова А. В. Особливості функціонування проблемних банків в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 8 (35). С. 11-14.
5. Фатюха В. В. Аналіз фінансових результатів банківського сектору України. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2018/73.pdf. (дата звернення: 15.05.2019).
6. Національного рейтингового агенства РЮПІК : веб-сайт. URL: <http://rurik.com.ua> (дата звернення: 15.05.2019).

SOURCES OF FINANCIAL PROVISION FOR FARMING DEVELOPMENT

Svitlana Popova,

*Lecturer of the Department of Finance, Banking and Insurance
Central Ukrainian National Technical University
Kropyvnytskyi, Ukraine*

Farms are an integral part of the Ukrainian agro-industrial sector. They play a vital role in ensuring food security. The dynamic development and efficiency of the functioning of farms results to a significant extent from the quantity of financial resources provided for them. However, the lack of own resources and unavailability of external sources of funding is a major problem for small and medium agricultural enterprises, in particular, farmers in Ukraine.

Scientists L. Vasil'ieva, P. Hajduts'kyj, O. Hudz', M. Dem'ianenko, O. Kyrychenko, V. Mesel'-Veseliak, R. Slav'iuk and others paid considerable attention to the issues related to the functioning of farms and the formation of financial resources for their development.

The financial provision of an enterprise is carried out at the expense of its own financial resources (the most liquid assets) of the enterprise (its monetary resources and their equivalents, finished goods) as well as at the expense of external credit resources, budget financing and investment funds [1].

The methods of financial provision of farms should include as follows: self-financing, lending, state financing, insurance, investment.

Self-financing is carried out at the expense of own savings of farmers, through proceeds from sales of products, etc. Seasonal shortage of own financial resources encourages farmers to use such loan instruments as agricultural receipts (commodity or financial).

Lending is carried out through the system of banks, credit unions and through execution of contracts on the installment of payments with suppliers of seed material and plant protection products. The use of bank loans is not possible for many farms due to current high interest rates in Ukraine.

Nowadays, the state support to farms is carried out mainly through the Ukrainian State Farmers Support Fund of Ukraine, which is a state-financed institution that performs its functions of the implementation of the state policy on financial support for the establishment and development of farms.

Farmers, in accordance with the Law of Ukraine “About features of insurance of agricultural products with the state support” [2], have the opportunity to insure, for example, crops, perennial plantations, domestic animals, poultry, bee colonies, fish, and, in case of insured event, to claim compensation for 50% of the incurred extraordinary expenses. However, insurance compensations for agrarian insurance products are at a rather low level, which does not encourage farmers to insure their property.

Investment processes can be launched by issuing securities (bonds, stocks) and entering financial markets.

The fixed assets of many farmers are characterized by an unsatisfactory state of technical equipment, for example, a significant proportion of obsolete equipment, low efficiency of its use, insufficient provision of spare parts, etc. Implementation of the mechanism of leasing, which combines all elements of foreign trade, credit and investment operations, may become a solution to these problems.

Scientists of the National Scientific Center “Institute of Agrarian Economics” have developed a strategy for the promotion of agriculture in Ukraine until 2020 [4]. Among main priority measures of the state credit, tax and insurance policy for agricultural producers, in particular farmers, one can distinguish the following: to expand the market of bank lending through the creation of the State Land Mortgage Bank; to implement the mechanism of mortgage of agricultural land plots and rights to lease them during mortgage lending; to amend the legislation in order to regulate the activity of credit cooperatives in rural areas and to expand micro-crediting in those areas; to introduce new financial instruments for farmers in order to obtain additional loans secured by future harvest (or future livestock products); to develop a system of guaranteeing of loans repayment by creating a special guarantee fund; to establish at the state level the reinsurance protection against catastrophic risks; to take into account the reduction of the number of budget support programs for agriculture,

to improve their composition and structure, observing the logical consistency of their implementation according to their content, priority, sequence, terms of implementation and amount of financing; to strengthen the determination at the legislative level of the stimulating role of budget support in order to increase the volume of production of domestic competitive agricultural products and to promote it on the domestic and foreign markets.

According to the State Statistics Service of Ukraine [3] the share of small-scale farms (up to 100 hectares) is 70% of the total number. Their functioning is characterized by low profitability, lack of collateral, non-transparency of financial activities, low quality level of management. Therefore, the most suitable instruments for their financing are as follows: loans from banks and regional credit unions, financing under state support programs, leasing, franchising, agricultural receipts.

Consequently, the development of farms is impossible without sufficient financial resources coming from all possible sources of funding. However, due to the seasonal nature of the activities of such enterprises, the most acceptable source of their own financial resources is the profit derived from economic activity, and short-term and medium-term loans are the most reasonable sources of outside funds. The high level of obsolescence of fixed assets and the low availability of new equipment make it impossible to perform fieldwork efficiently, and the depreciation and profit as the main components of internal sources of financial security are insufficient. Therefore, farmers can not do without external financial resources or state financial support.

References

1. Hudz', O.Ye. Provision of agricultural enterprises with financial resources during the period of change and stabilization. *Ekonomika APK*, 2007. №3. P. 46-53.
2. On peculiarities of insurance of power enterprises from the state subprimecai: Law of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4391-17> (Accessed: 13.05.2019).
3. Statistical Collection. Agriculture of Ukraine for 2017. 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_sg2017_pdf.pdf (Accessed: 13.05.2019).
4. Stratheny direction of solving the strong economy of Ukraine for the period till 2020 / ed. Yu. O. Lupenko, V.Ya. Mesel-Veseliak. 2012. K.: NSC "IAE" URL: <http://agroua.net/docs/strateg.pdf> (Accessed: 13.05.2019).

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГРОМАДСЬКОГО БЮДЖЕТУ У М. ЧЕРКАСИ

Станіславчук Н. О., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна

В умовах децентралізації актуальним є питання ефективного використання коштів бюджетів з урахуванням думки громадськості, тому виникає потреба в застосуванні нових механізмів управління державними фінансовими ресурсами. Бюджет участі має високий потенціал підвищення ефективності та відкритості бюджетної політики.

З 2015 року у місті Черкаси, за допомогою Фондації ПАУСІ, запроваджено модель так званого «партиципаторного» бюджету, яка отримала назву громадський бюджет. Правовою основою запровадження громадського бюджету в місті Черкаси стало розпорядження міського голови від 16.06.2015 №112-р «Про утворення Координаційної ради з питань партиципаторного бюджету» [7]. Новостворена Координаційна рада розробила нормативний документ щодо запровадження моделі партиципаторного бюджету. В підготовчому процесі було визначено, що основним документом впровадження партиципаторного бюджету має стати програма. Під час роботи ради категорично не було прийнято поняття «партиципаторний бюджет», тому в результаті було прийнято рішення Черкаської міської ради від 20.08.2015 №2-1453 «Про затвердження міської цільової програми «Громадський бюджет міста Черкаси на 2015-2019 роки» [6] та відповідно замінено визначення «партиципаторний бюджет» на «громадський бюджет» та Координаційна рада отримала відповідну назву.

У програмі «Громадський бюджет міста Черкаси на 2015-2019 роки» визначено фінансовий ресурс на реалізацію проектів громадського бюджету в сумі 5 млн. грн. на рік (з 2016 року), розроблено необхідні бланки для подання проектів, проведення аналізу та голосування, визначено основні вимогами до проектів.

Загалом за 2015-2017 рр. жителі Черкас запропонували на впровадження 288 проектів, з них 34 проекти – переможці (табл. 1).

Таблиця 1

Результати впровадження бюджету участі у м. Черкаси

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Кількість поданих проектів для голосування	39	108	141
Кількість проектів-переможців	6	17	11
Фінансові ресурси для реалізації проектів (тис. грн)	-	2404,659	9863,7

Джерело: складено автором на основі даних [2, 3, 4]

Пріоритетні напрямки проектів: 52% – інше, естетичне облаштування міста – 22%, облаштування зон відпочинку – 11%, ремонт тротуарів – 7%, вуличне освітлення – 6%, дороги – 2% (рис 1).



Рис 1. Розподіл пріоритетних напрямків проектів

Інформацію про реалізацію громадського бюджету учасники проекту дізнались від друзів, колег (48%), чимало дізнались через інтернет (32%), менше – з друкованих ЗМІ (11%) та з телебачення і радіо (9%) (рис 2).

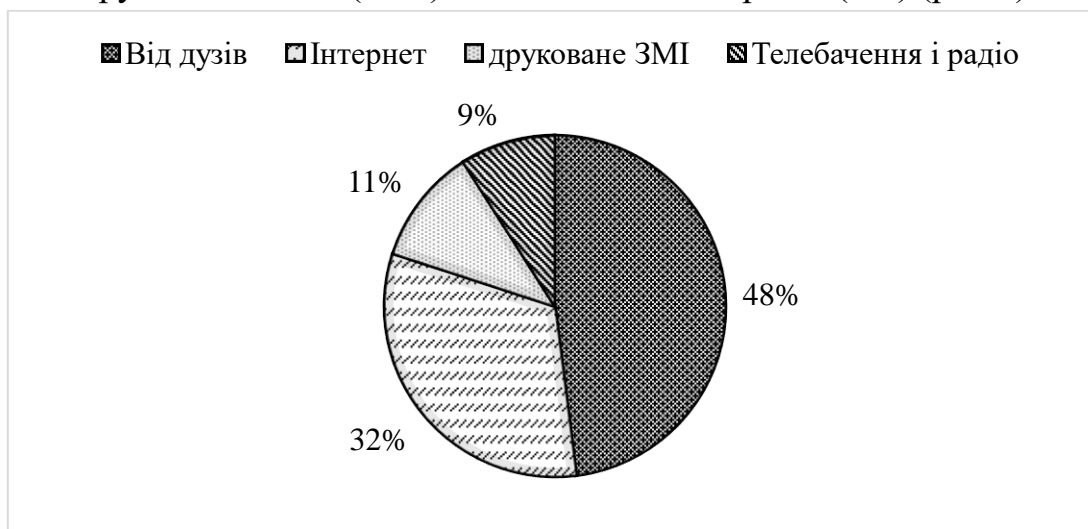


Рис 2. Джерела інформації про реалізацію громадського бюджету в місті Черкаси

Черкаська модель громадського бюджету дозволяє жителям самостійно розподіляти напрями використання частини коштів із міського бюджету та вирішувати актуальні соціально-економічні проблеми громади. Основні характеристики черкаського громадського бюджету:

– вартість 1 проекту – до 1 млн. грн (2016 р.) [2], нижня межа вартості проекту 30 тис. грн, верхня межа до 2 млн. грн (2018 р) [3];

- підтримка – не менше 10 осіб (2016 р) [2], не може бути визнано переможцем проект, який набрав менше 100 голосів (включно) (2018 р.) [3];
- період реалізації – впродовж року;
- повноваження щодо реалізації – виконавчі органи Черкаської міської ради;
- автор проекту – вік від 18 років, має проживати в м. Черкаси (zareestrovaniy, працювати, навчатися, служити чи ін.) [2,3];
- автор може подавати апеляцію у випадку непогодження з позицією структурного підрозділу, який заповнював карту аналізу проекту [3].
- проекти, які не стають переможцями, але набирають велику кількість голосів, беруться на контроль профільними департаментами.

Черкаська практика запровадження моделі громадського бюджету показала типові фактори успіху та існуючі пастки впровадження громадського бюджету. Громадський бюджет в місті Черкаси став першим кроком розвитку фінансової прозорості та відкритості бюджетного процесу для громадскості. За допомогою впровадження механізму громадського бюджету в м. Черкаси вдалося:

- ознайомити громаду з поняттям «партиципаторного» бюджету;
- визначити найбільші проблеми міста та залучити громадян до їх вирішення;
- покращити діалог між громадськістю та посадовцями місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1. Васильєва Н. В. Залучення громадскості в українських містах (на прикладі бюджету участі). *Публічне урядування*. 2016. № 4. С. 125-133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pubm_2016_4_14 (дата звернення: 17.03.2019).
2. Громадський бюджет м. Черкаси. 2016. URL: http://chmr.gov.ua/upload/ZYSTRICHI_2016_1.pdf (дата звернення: 17.03.2019).
3. Громадський бюджет м. Черкаси. 2018. URL: http://chmr.gov.ua/upload/GB_2018.pdf (дата звернення: 17.03.2019).
4. Громадський бюджет. URL: <http://chmr.gov.ua/ua/sections.php?s=34> (дата звернення: 17.03.2019).
5. Громадський проект. URL: <http://ibser.org.ua/gromadskyu-proekt> (дата звернення: 17.03.2019).
6. Про затвердження міської цільової програми Громадський бюджет міста Черкаси на 2015-2019 роки : Рішення від 13.05.2016 № 2-556 про внесення змін до рішення Черкаської міської ради від 20.08.2015 №2-1453. URL: <http://chmr.gov.ua/ua/files.php?s=34&s1=377> (дата звернення: 17.03.2019).
7. Про утворення Координаційної ради з питань партиципаторного бюджету : Розпорядження міського голови від 13.05.2015 № 62-р. URL: <http://chmr.gov.ua/ua/files.php?s=34&s1=377&s2=0&p=2> (дата звернення: 17.03.2019).

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ

Чвертко Л. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Високий рівень ризиків сільськогосподарського виробництва в Україні зумовлює необхідність пошуку ефективних інструментів управління ними. В економічно розвинених країнах для забезпечення стабільності розвитку сільського господарства широко використовується страхування.

По суті страхування є формою попереднього резервування ресурсів, призначених для компенсації збитку від очікуваного вияву різних ризиків. На думку дослідників, економічна сутність страхування полягає у створенні резервного (страхового) фонду, відрахування до якого для окремого страхувальника встановлюються на рівні, значно меншому, ніж сума ймовірного збитку і, як наслідок, страхового відшкодування [2, с. 87].

Страхування є одним з найефективніших способів захисту майнових інтересів сільськогосподарських товаровиробників, що дозволяє мінімізувати негативні наслідки від несприятливих природно-кліматичних та інших ризиків, обумовлених особливостями організації виробничо-господарської діяльності підприємств аграрного сектора економіки.

Розглядаючи страхові механізми захисту сільгоспвиробників, науковці крім терміну «сільськогосподарське страхування» послуговуються таким поняттям, як «агрострахування», при цьому часто ототожнюють їх. На наш погляд, з цим можна погодитись, оскільки під поняттям «сільське господарство» розуміють одну з головних галузей матеріального виробництва; вирощування сільськогосподарських культур та розведення сільськогосподарських тварин із метою одержання продовольства й сировини для промисловості [4, с. 70; 17, с. 1203]. Слово «аграрний» латинського походження і в перекладі українською мовою дослівно означає «земельний». Однак у доробках вітчизняних учених-економістів аграрні відносини розглядаються не як земельні відносини, а ширше – як економічні відносини [10, с. 4]. Проте таке твердження, на думку В. Курила, не зовсім точно відображає увесь спектр перекладу з латини слів, які мають корінь «агро» [7, с. 90]. Сучасне розуміння аграрних відносин як відносин у сільському господарстві має під собою тверду лінгвістичну основу: зустрічається такий переклад із латини: «agricola» – селянин, землероб; «agricultura» – землеробство, рільництво, сільське господарство [4, с. 244]. Певною мірою ототожнення категорій «сільськогосподарське страхування» й

«агросстрахування» пов'язано й з тим, що переклад обох термінів на англійську мову є однаковим – agricultural insurance.

З огляду на зазначене, непереконливими вважаємо твердження науковців, зокрема О. Остапенко [14], за яким аграрне страхування охоплює всіх суб'єктів господарювання в аграрній галузі (як юридичних, так і фізичних), а сільськогосподарське страхування – лише сільськогосподарських товаровиробників у вигляді юридичної особи (товариства різного типу на кшталт сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю та інші організаційно-правові форми господарювання).

Різні підходи щодо визначення вченими понять «сільськогосподарське страхування» та «агросстрахування» представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення понять «сільськогосподарське страхування» та «агросстрахування»

Автор/джерело	Визначення
1	2
<i>Поняття «сільськогосподарське страхування»</i>	
Алескерова Ю. В. [1, с. 42]	сільськогосподарське страхування – це сукупність економічних відносин між конкретними економічними суб'єктами, де однією стороною є страховики, а іншою стороною виступають страхувальники – сільськогосподарські товаровиробники, які за обумовлену плату передають свої потенційні ризики, які можуть настати в сільськогосподарському виробництві, задля отримання відшкодування під час реалізації страхової події
Бондарчук М. К., Кондрат І. Ю. [3, с. 185]	сукупність добровільних економічних відносин щодо страхового захисту майнових інтересів сільськогосподарських товаровиробників, пов'язаних із володінням, користуванням та розпорядженням їх майном, а також відшкодуванням страхувальниками збитків, заподіяних третій особі або її майну, а також шкоди, заподіяної юридичній особі, за рахунок фондів грошових коштів, що формуються у страховика за допомогою сплати страхувальником страхових платежів самостійно чи з врахуванням державних субсидій
Кравчук О. В. [5, с. 85-91]	сукупність заходів стосовно захисту майнових інтересів громадян, організацій і установ, що займаються сільськогосподарською діяльністю у разі настання певних подій за рахунок страхових резервів організованого спеціалізованими страховими державними і недержавними структурами
Лобова О. М. [8, с. 58]	система економічних відносин між конкретними суб'єктами господарювання, де, з одного боку, виступають страховики – фінансово-кредитні установи, а з іншого – страхувальники – сільськогосподарські підприємства, орендарі, селянські (фермерські) господарства, які за певну плату передають свої ризики майнових, фінансових втрат у сільськогосподарській діяльності з метою отримання відшкодування при настанні страхового випадку
Марич Х. [11, с. 411]	вид аграрно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів страхувальника, що пов'язані зі страховими ризиками у сільському господарстві, під час настання страхових випадків, визначених у договорах страхування або у чинному законодавстві, за рахунок грошових фондів страховика

1	2
Матвієнко Г. А. [12, с. 15]	передбачає передачу ризиків підприємства страховій компанії шляхом створення спеціальних фондів за рахунок внесків страхувальника для відшкодування збитків, спричинених природно-кліматичними та іншими ризиками
Остапенко О. М. [14]	механізм для стабілізації виробництва і доходів сільськогосподарських товаровиробників у вигляді юридичної особи (товариства різного типу на кшталт сільськогосподарського товариства з обмеженою відповідальністю та інші організаційно правові форми господарювання) в разі настання природних катаклізмів, що призводять до потрясінь фінансового та психологічного характеру
Петрук Т. Ю. [15, с. 50-51]	цивільно-правові та фінансово-економічні відносини, які виникають у процесі забезпечення страхового захисту майнових інтересів сільськогосподарських товаровиробників у разі настання певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових фондів, що формуються у страховика (перестраховика) за допомогою сплати страхувальником страхових платежів (премій)
<i>Поняття «агросстрахування»</i>	
Краківський Ю. С. [6, с. 55]	механізм управління усіма сільськогосподарськими ризиками, який забезпечує баланс інтересів усіх сторін або учасників
Самойлик Ю. В. [16, с. 345-354]	вид цивільно-правових відносин, щодо захисту майнових інтересів фізичних і юридичних осіб, задіяних у сільськогосподарському виробництві, у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством

Страховий захист майнових інтересів у сільському господарстві має ряд особливостей, пов'язаних із сезонністю виробництва, високою залежністю продуктивності від природно-кліматичних та погодних умов, великою територіальною розосередженістю основного засобу виробництва – землі, чутливістю об'єктів страхування до хвороб та епідемій у тваринництві, а також шкідників у рослинництві. З огляду на це, сільськогосподарське страхування розглядають як комплексний вид майнового страхування, до складу якого відносять: страхування урожаю сільськогосподарських культур та багаторічних насаджень, страхування тварин та земель сільськогосподарського призначення. Ці види страхування, як зазначає С. Навроцький, «опосередковано охоплюють страхування доходу сільськогосподарських товаровиробників» [13, с. 153]. Адже, коли відбувається страхування кожного з об'єктів, страховий захист спрямовується на убезпечення фінансового стану сільгоспвиробника в цілому.

Х. Марич, класифікуючи сільськогосподарське страхування за об'єктами страхування, виокремлює такі його види: страхування посівів сільськогосподарських культур; страхування врожаю сільськогосподарських культур; страхування врожаю багаторічних насаджень; страхування багаторічних насаджень; страхування сільськогосподарських тварин, птиці,

кролів, хутрових звірів, бджолосімей, риби та інших водних живих ресурсів; страхування тваринницької продукції; страхування землі; страхування сільськогосподарських будівель; страхування сільськогосподарських техніки, обладнання, устаткування тощо [11, с. 410]. Деякі науковці, до сільськогосподарського страхування відносять також особисте страхування підприємців; страхування цивільної відповідальності сільськогосподарських виробників та страхування відповідальності сільськогосподарських виробників за забруднення навколишнього середовища, відзначаючи при цьому їх приналежність відповідно до галузей особистого страхування та страхування відповідальності [8, с. 59].

На агростраховому ринку є чимало пропозицій із надання страхових послуг через реалізацію різноманітних страхових продуктів і програм страхового захисту (приміром, найпоширенішими для галузі рослинництва є традиційне (класичне) та індексне страхування). Основні відмінності між ними полягають у захисті від переліку страхових ризиків, формуванні відповідних умов страхування для їх покриття, в процедурі фіксації та визначення збитків, деталях щодо виплати страхового відшкодування. Сільгоспвиробник, ознайомившись зі специфікою цих продуктів, може обрати найактуальніший для свого господарства та розраховувати на прийнятні умови страхування.

Отже, сільськогосподарське страхування зазвичай трактують як сукупність економічних відносин між конкретними економічними суб'єктами, де однією стороною є страховики, а іншою стороною виступають страхувальники – сільськогосподарські товаровиробники, які за обумовлену плату передають свої потенційні ризики, які можуть настати в сільськогосподарському виробництві, задля отримання відшкодування під час реалізації страхової події. Це комплексний вид є майнового страхування, до складу якого відносять: страхування урожаю сільськогосподарських культур та багаторічних насаджень, страхування тварин та земель сільськогосподарського призначення.

Список використаних джерел

1. Алескерова Ю. В., Гуцаленко О. О. Особливості та різновиди сільськогосподарського страхування. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 30-2. С. 42-45.
2. Базилевич В. Д., Базилевич К. С. Страхова справа. Вид. 2-ге, переробл. і допов. К. : Т-во «Знання», КОО, 2002. 203 с.
3. Бондарчук М. К., Кондрат І. Ю. Особливості розвитку сільськогосподарського страхування в Україні на засадах державно-приватного партнерства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.1. С. 182-188.
4. Гриценко С. П. Латинська мова й основи римського права: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 336 с.
5. Кравчук О. В. Становлення аграрного страхування: світовий та вітчизняний досвід. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Сер. «Фінанси і кредит»*. 2011. №

2. С. 85-91.

6. Краківський Ю. С. Особливості системи страхових послуг для суб'єктів аграрної сфери. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2013. Т. 18, Вип. 3(2). С. 54-56.

7. Курило В. І. Про зміст та співвідношення деяких аграрних дефініцій. *Економіка АПК*. 2014. №2. С. 87-92.

8. Лобова О. М. Теоретичні основи сільськогосподарського страхування. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2011. № 126. С. 58-65.

9. Лупенко Ю. О. Розвиток аграрного сектору економіки України: прогнози та перспективи. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія економіка*. 2015. Ч. 2. С. 30-34.

10. Майовець Є. Й. Теорія аграрних відносин : навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 276 с.

11. Марич Х. Сільськогосподарське страхування: поняття, ознаки, види. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: юридичні науки : збірник наукових праць. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. № 865. С. 405-412.

12. Матвієнко Г. А. Управління страховими ризиками при вирощуванні культур в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Дніпропетровськ, 2009. 22 с.

13. Навроцький С. А. Формування перспективної моделі страхового захисту сільського господарства України. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. : Економіка. 2014. Вип. 1. С. 149-155.

14. Остапенко О. М. Цілеспрямованість категорії «сільськогосподарське страхування». *Modern problems and ways of their solution in science, transport, production and education*. 2012. № 29. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer29/826.pdf> (дата звернення: 05.05.2019).

15. Петрук Т. Ю. Економічний зміст та значення сільськогосподарського страхування. *Агросвіт*. 2017. № 4. С. 46-52.

16. Самойлик Ю. В. Агростраховання як інструмент управління ризиками в сільському господарстві. *Таврійський державний агротехнологічний університет*. 2012. №18. С. 345-354.

17. Современная украинская энциклопедия. Харьков: Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2005. Т. 13. 1294 с.

СЕКЦІЯ 4

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН НА СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Балазюк О. Ю., к. е. н., доцент

Сисоєва І. М., к. е. н., доцент

*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ
м. Вінниця, Україна*

Поширення у світі цифрових технологій та розвиток кібереконіміки привели до появи нового цифрового активу – криптографічної валюти, яка швидко набирає популярності. Технологія «блокчейн», що лежить в основі валюти Bitcoin, за твердженням експертів, матиме такий великий вплив на світ, як Інтернет, обіцяючи радикально змінити фінанси, інвестиційну сферу та державну політику. Менш революційний, але більш безпосередній, вплив ця технологія може спричинити на систему бухгалтерського обліку.

Блокчейн, по суті, працює як глобальна і громадська книга. Інформація зберігається в розподіленій мережі комп'ютерів, немає центральної бази даних, яка може бути підроблена або зламана. Кожні кілька хвилин всі транзакції записуються у віртуальний блок, і створюється новий блок, пов'язаний з усіма попередніми блоками в ланцюжку. Блоки видно усім сторонам, які беруть участь у транзакції. Все це може бути використано для побудови облікової системи для зберігання та спільного використання реєстрації господарських операцій.

В кінці серпня 2018 р консалтингова компанія «Pricewaterhouse Coopers» опублікувала результати дослідження ринку блокчейн-технологій і сфер їх використання. В рамках дослідження у 600 керівників з 15-ти країн питали, чи застосовують вони блокчейн і в чому бачать його потенціал. 84% респондентів відповіли, що вже так чи інакше залучені в роботу з блокчейном, причому чверть з них вже запустили пілотні (10%) або навіть робочі блокчейн-проекти (15%). [1]

Окрім того, у січні «PwC» оголосила, що сформувала команду з 15 експертів, які надають консультації клієнтам, фахівці компанії очікують зростання такої групи до 40 до кінця року.

Сьогодні бухгалтерські операції ведуться кожною компанією окремо, і потрібен час та людський ресурс, щоб звірити дані. Блокчейн вирішує цю

проблему: інформація про транзакції, договори, тощо буде записуватись у спільний реєстр у режимі реального часу, тож перевірка відповідності правовим нормам відбуватиметься автоматично. Це значно підвищить операційну ефективність організацій.

Метт Спик, консультант «Deloitte Canada», компанія яка працює у сфері аудиту, управлінського та фінансового консультування, управління ризиками, оподаткування і супутніх послуг, так прокоментував можливість використання технології блокчейн у системі обліку: «Це рішення може істотно зменшити залежність компаній від аудиторів для перевірки фінансових операцій» [2].

Достовірні та актуальні бухгалтерські записи між контрагентами роблять процес аудиту більш прозорим, значно скоротять час його проведення. Замість перевірки величезних обсягів щоденних транзакцій аудиторі зможуть приділяти більше уваги дійсно складним та суперечливим питанням.

За прогнозами корпорації Oracle, рішення на базі блокчейну становитимуть 10% глобального ВВП вже до 2027 року. Сьогодні очевидно, що можливості технології, яка раніше асоціювалася передусім з криптовалютами, сягають далеко за межі фінансової індустрії. Навіть державні установи замість того, аби заважати розвитку блокчейну – символу децентралізації – починають впроваджувати технологію на локальному та національному рівнях [3].

Незважаючи на точну швидкість та масштаб перемін, блокчейн без сумніву змінить відносини між компаніями та їхніми бухгалтерами й аудиторами. У майбутньому бухгалтери й аудиторі будуть більше працювати з питаннями, що вимагатимуть їхнього власного професійного судження, наприклад, складні операції, внутрішні механізми контролю, аналітика, прогнозування, IT-аудит і контроль, оцінка та інші питання, у яких вони можуть надавати реальну експертну допомогу. Фінансовим спеціалістам та власникам бізнесу вже час уважніше придивитися до можливостей, які пропонує ця технологія. Її популярність, що все більше зростає, уже спричинила появу таких послуг, як блокчейн-консалтинг та аудит блокчейн-рішень.

Список використаних джерел

1. Blockchain is here. What's your next move? URL: <https://www.pwc.com/blockchainsurvey> (дата звернення: 15.05.2019).
2. Could blockchain cut accounting costs? URL: (дата звернення: 15.05.2019).
3. Цифрова довіра. Навіщо впроваджувати блокчейн-проекти в державному секторі. URL: <https://unitcitizen.com/post/2141/> (дата звернення: 15.05.2019).

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПРОГРАМ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Барвінок М. В., старший викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Бухгалтерський облік є інформаційною базою, на основі якої приймаються найважливіші управлінські рішення керівництвом організації, що є внутрішніми користувачами інформації, і здійснюється оцінка діяльності підприємства зовнішніми користувачами, такими як державні контролюючі органи, акціонери, інвестори, кредитори та ін. [7].

Розвиток інформаційних технологій у бізнес-управлінні в останні роки йде високими темпами. Сучасний бухгалтер сьогодні вже не може уявити собі процес ведення бухгалтерського обліку без широкого використання засобів автоматизації. Саме тому однією з основних прикладних проблем формування бухгалтерської звітності є процес її автоматизації і сполучення з останніми тенденціями у світі комп'ютерних технологій.

Однак сьогодні актуальними продовжують залишатися проблеми автоматизації бухгалтерського обліку.

Однією з актуальних сучасних проблем бухгалтерського обліку є мало розроблена методологія автоматизованої форми бухгалтерського обліку. Так, алгоритми, використовувані програмним забезпеченням, є досить складними, а тому підказки від розробника із використання програмного забезпечення більш ніж корисні. Але водночас необхідний розвиток методології автоматизованої форми бухгалтерського обліку, яка сьогодні розроблена дуже мало. При цьому автоматизована форма ведення бухгалтерського обліку має не тільки загальні принципи побудови з бухгалтерським обліком загалом, але і свої специфічні принципи, без усвідомлення яких неможлива раціональна побудова автоматизованої форми ведення бухгалтерського обліку [7].

Іншою важливою проблемою сучасної автоматизації бухгалтерського обліку стає питання забезпечення надійності зберігання даних, тому що інформація стає одним зі стратегічних ресурсів організації та набуває все більшого значення в її діяльності.

При цьому має місце низка проблем застосування хмарних методів зберігання даних. Головною з них є проблема забезпечення інформаційної безпеки. Натепер не існує спеціальних нормативно-правових актів, а також технологій, які гарантували би стовідсоткову конфіденційність даних.

Також актуальними проблемами є питання цілісності даних, оскільки для отримання послуг хмари необхідно забезпечити постійне з'єднання з мережею Інтернет, а у зв'язку з цим можуть виникати проблеми з коректним і своєчасним оновленням інформації в сховищах даних [8].

Крім цього, незважаючи на зниження витрат, які пов'язані з технічною підтримкою програмного забезпечення, користувач стикається з обмеженнями у використуваному забезпеченні, і часом у нього відсутня можливість повністю налаштувати його під свої власні цілі. Всі ці проблеми можуть стати причиною збільшення витрат на впровадження автоматизованої системи ведення бухгалтерського обліку та відсутності економічного ефекту від її впровадження.

Автоматизація бухгалтерського обліку має низку переваг перед традиційним способом ведення бухгалтерського обліку. Бухгалтерські інформаційні системи дають змогу підвищити продуктивність праці співробітників бухгалтерії, знизити вплив «людського фактора», підвищити швидкість складання звітів і ведення документації, дають можливість паралельного ведення обліку в декількох стандартах [2].

Прозорість і якість фінансової звітності є необхідною умовою розвитку окремих підприємств і економіки загалом. Тому можна стверджувати, що перспективи автоматизації ведення бухгалтерського обліку однозначні – вони є необхідною умовою розвитку [3].

У сучасних умовах проблема автоматизації бухгалтерського обліку на підприємствах України залишається однією з актуальних і складних. Насамперед це пов'язано з необхідністю значних витрат на програмне забезпечення та наявністю кваліфікованого персоналу, який вільно володіє комп'ютерною технікою, а також процесом ведення бухгалтерського обліку.

Впровадження бухгалтерської програми – це комплекс заходів, спрямованих на організацію бухгалтерських, статистичних, звітних та інших процесів обліку на підприємстві. Повна автоматизація процесу обліку організації, створення автоматизованих робочих місць бухгалтерії та інших підрозділів є результатом упровадження бухгалтерських програм [5].

Процес упровадження бухгалтерських програм, як правило, складається з декількох етапів:

Попередній. Якщо розглядати цей етап, то можна відзначити, що саме на ньому починається вивчення поточної ситуації з бухгалтерського обліку в організації замовника. Цей етап дозволяє оптимізувати всі запропоновані послуги і не допустити непередбачених витрат.

Складання технічного завдання. Технічне завдання складається на основі попереднього етапу, тобто попереднього вивчення. Як правило, пункти

технічного завдання для підприємств різного рівня, тобто малих, середніх і великих, однакові, але також слід враховувати й обсяг інформації.

Роботи зі впровадження бухгалтерських програм. Виконання цього виду робіт включає в себе всі ті заплановані заходи, які прописані в технічному завданні.

Отже, встановлюються і налаштовуються бухгалтерські програми. Якщо з'являється необхідність доопрацювання стандартних конфігурацій бухгалтерських програм, всі ці роботи виконуються на цьому етапі [6].

Наступний етап передбачає проведення заходів із перевірки працездатності бухгалтерських програм та введення програмних продуктів в експлуатацію.

Створення добре функціонуючої автоматизованої системи бухгалтерського обліку неможливе без залучення і відповідальності бухгалтера. Під час впровадження нових бухгалтерських програм на нього лягає велике навантаження [1].

В автоматизації бухгалтерії на підприємстві активну участь повинні брати не тільки головний бухгалтер, але і всі співробітники управління.

Для того щоб автоматизувати облік, необхідно заздалегідь привести у порядок і вдосконалити його, що вимагає великих витрат не тільки часу, а і сил. Необхідно проаналізувати всі форми первинних документів, які використовуються в бухгалтерському обліку, перевірити всі реквізити тощо [3].

Керівному персоналу слід пам'ятати, що простіше працювати за наявності інформаційної системи не стане. Тому співробітникам у галузі управління потрібно правильно реагувати на майбутні вимірювання і приймати відповідні управлінські рішення для подальшого покращення діяльності підприємства.

Під час удосконалення бухгалтерського обліку велика увага приділяється оперативності й аналітичності. Відповідно, необхідно впорядкувати, уніфікувати і стандартизувати процес документування з урахуванням вимог автоматизованої обробки на ЕОМ [1].

Ще одна важлива проблема впровадження бухгалтерських програм на сучасних підприємствах виникає через постійні зміни законодавства. Щоб усунути цю проблему, розробнику слід підлаштовувати свій програмний продукт під відповідні зміни. Як правило, автоматизація відбувається за допомогою залучення фахівців ззовні, отже, підприємство у подальшому потребуватиме консультацій та оновлення програмного продукту [4].

Список використаних джерел:

1. Сусіденко В. Т. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 224 с.
2. Байдибекова С. К. Проблеми і ефекти від впровадження автоматизованих інформаційних систем. URL: <http://vestnik.uapa.ru/en/issue/2013/02/16/>.

3. Впровадження бухгалтерської програми 1С. URL: <http://flsamara.ru/1chtml/1c-introduction/vnedrenie1c.html>.
4. Садикова Л. Г. Проблеми і перспективи автоматизації бухгалтерського обліку в умовах трансферу нових технологій, знань. URL: <http://www.1c.ru/rus/partners/training/edu/theses/?y=2013&s=72&t=1937>.
5. Сафіна З. З. Бухгалтерський облік в умовах автоматизації і переходу на МСФЗ. *Міжнародний бухгалтерський облік*. 2010. № 9. URL: <http://www.fekon.ru/content/view/365/3/>.
6. Тамбовцева Е. Е., Макарова Л. М. Стан, тенденції та перспективи розвитку автоматизованих інформаційних технологій. *Технічні та природничі науки: проблеми, теорія, практика: міжвуз. зб. наук. пр. Саранський: Ковилк. тип., 2011. С. 30–34.*
7. Слободняк И.А., Пискунов И.В. Актуальные проблемы автоматизации бухгалтерского учета. *Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях*. 2014. № 7. С. 29–34.
8. Дружиловская Э.С. Современные проблемы бухгалтерского учета с точки зрения аналитиков. *Международный бухгалтерский учет*. 2015. № 10. С. 54–64.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Бержанір І. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Дефіцит грошових коштів, неплатоспроможність значної кількості підприємств в Україні зумовлюють необхідність здійснення контролю за станом і рухом зобов'язань. Для цього потрібні детальні облікові дані за кожним їх видом у розрізі сум, термінів погашення тощо. Тому правильна організація та побудова обліку й аналізу зобов'язань у структурі внутрішньогосподарського контролю суттєво впливають на успішність діяльності підприємств.

На сучасному етапі діюча система розрахунків з контрагентами ще не відповідає вимогам прискорення грошового обігу і зміцнення фінансового стану підприємства, що, в свою чергу, веде до нестабільності у постачанні основних товарно-матеріальних цінностей. Недотримання договірної та розрахункової дисципліни, несвоєчасне висування претензій щодо боргів, які виникають, призводять до значного зростання невиправданої дебіторської заборгованості, а отже, до нестабільності фінансового стану підприємства.

Для вдосконалення ведення обліку зобов'язань Г. В. Власюк пропонує ввести документ – «Реєстр документів до сплати», який, на її думку, є дуже ефективним, оскільки показує реєстр рахунків за кожним постачальником і підрядником та надає інформацію про те, за що платить підприємство, які строки оплати та найголовніше – показує залишок за кожним рахунком на кінець дня і має накопичувальну інформацію на кінець місяця [1]. До того ж

цей документ дає змогу контролювати кредиторську заборгованість за конкретним рахунком від постачальника та підрядника.

Несвоєчасне або неповне виконання платіжних зобов'язань суб'єктами господарської діяльності призводить до порушення принципу строковості безготівкових розрахунків і потребує удосконалення методів забезпечення виконання договірних зобов'язань.

Наявність простроченої заборгованості на підприємстві створює передумови для утворення безнадійної дебіторської заборгованості. Тому з метою уточнення суми витрат у поточному фінансовому році необхідно враховувати величину прогнозованих збитків за сумнівними боргами.

Процес визначення величини резерву сумнівних боргів, що регламентується П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», є трудомістким. Зазвичай, за умови існування вибору перевага надається найпростішому із запропонованих способів [2]. Із внесенням змін до П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» такий спосіб з'явився (визначення суми резерву сумнівних боргів, виходячи з питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг на умовах наступної оплати). Однак він має власний недолік: для розрахунку коефіцієнта сумнівності беруть показники, які не можна зіставити. Це пояснюється тим, що чистий доход від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) згідно П(С)БО 3 «Фінансові результати» – це дохід за вирахуванням ПДВ та інших непрямих податків, а безнадійна заборгованість, як відомо, включає в себе ПДВ) [3]. Таким чином, існуючі методи нарахування резерву сумнівних боргів потребують удосконалення.

Важливим елементом організації бухгалтерського обліку на підприємстві є створення облікової політики як ефективного інструмента управління, яким забезпечується гнучкість та результативність рішень. В сучасних умовах ступінь свободи підприємства у формуванні облікової політики обмежений державною регламентацією бухгалтерського обліку, яка надана переліком методик і облікових процедур.

Напрямами удосконалення облікової політики підприємства щодо методів обліку та контролю розрахунків можуть бути:

- узагальнення інформації про стан договірних відносин на позабалансових рахунках 031 «Договірні зобов'язання», 032 «Договірні права»;
- доповнення первинних документів, на підставі яких продукція відпускається покупцю реквізитом «Критерії якості», що, по суті, є обґрунтуванням відпускної ціни такої продукції;
- уточнення правил документування фактів реалізації сільськогосподарської продукції в зв'язку із застосуванням уточнених первинних документів на відпуск продукції покупцям;

– підсилення методів контролю розрахунків шляхом систематичного спостереження за достовірністю облікових та звітних даних про наявність та зміни сум дебіторської та кредиторської заборгованості, своєчасності розрахунків з кредиторами та пред'явлення боргових вимог дебіторам.

Підвищення вимог щодо якості фінансової звітності вимагає постійного удосконалення процесу автоматизації обліку, оскільки при наданні інформації у вигляді «застарілих» форм і методів відображення немає можливості досягти необхідної аналітичності, своєчасності, повноти та гнучкості облікової інформації.

Отже, чітка організація і методика обліку нададуть можливість забезпечити отримання об'єктивної інформації для аналізу і контролю зобов'язань, проведення якого сприяє ефективному формуванню, підготовці та прийняттю управлінських рішень щодо діяльності підприємства та підтриманню їх фінансової стійкості та платоспроможності на високому рівні.

Список використаних джерел

1. Власюк Г. В. Шляхи вдосконалення бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2012. № 5. С. 40–44.
2. Чирва О., Демченко Т. Бухгалтерський облік: навчальний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. 170 с.
3. Бержанір І. А. Удосконалення обліку розрахунків з суб'єктами господарської діяльності. *Економіка та управління в XXI ст. : виклики та перспективи розвитку* : матер. Міжнародної. наук.-практ. конф. (18–19 квітня 2017 р., м. Умань). Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2017. С. 131–134.

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВЕНЧУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Демченко Т. А., к. е. н., доцент

Саранюк В. В., магістрантка

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Бухгалтерський облік венчурної діяльності суб'єкта господарювання повинен стати механізмом налагодження системи контролю за всіма етапами венчурної діяльності. Недосконалість існуючої системи бухгалтерського обліку полягає у неврахуванні особливостей венчурної діяльності та відсутності єдиного нормативно-правового акту який би безпосередньо регулював венчурну діяльність і враховував специфіку здійснення на всіх її стадіях.

Бухгалтерський облік є основним способом забезпечення інформацією процесу прийняття управлінських рішень щодо ризикового інноваційного проекту на венчурному підприємстві.

Суб'єктами венчурної діяльності є венчурні фонди, венчурні підприємства та компанії з управління активами венчурних фондів [2].

Венчурні підприємства – це в основному невеликі підприємства, які займаються прикладними науковими дослідженнями і розробками, впровадженням технічних нововведень у галузях виробництва, таких як біохімія, електроніка, біоінженерія, та інші. Вони, зазвичай, спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, упровадження інновацій, організація яких пов'язана з підвищеним ризиком. Венчурні малі підприємства здійснюють пошук принципово нових продуктів, функціонують в умовах високого комерційного ризику, а також займаються експериментальним освоєнням науково-технічних нововведень, які не вимагають великих капітальних витрат.

Діяльність венчурних фондів регламентується Законом України «Про інститути спільного інвестування». Відповідно до цього закону венчурний фонд – це «недиверсифікований інститут спільного інвестування закритого типу, який здійснює виключно приватне розміщення цінних паперів інституту спільного інвестування серед юридичних та фізичних осіб».

Компаніями з управління активами (КУА) є юридичні особи, які здійснюють діяльність з управління активами на підставі відповідної ліцензії на провадження такої діяльності [1].

Процес управління венчурною діяльністю передбачає своєчасне одержання менеджером достовірної інформації для прийняття оптимальних рішень.

Формування та представлення такої інформації є головним завданням обліку в системі управління венчурною діяльністю у задоволенні потреб менеджменту.

Виділяють такі об'єкти бухгалтерського обліку та аналізу венчурної діяльності венчурних підприємств:

- господарські засоби: грошові кошти; інноваційна продукція; поточні фінансові інвестиції; нематеріальні активи; довгострокові фінансові інвестиції;
- джерела утворення господарських засобів: венчурний капітал;
- господарські процеси, доходи, витрати, результати діяльності: доходи від інноваційної діяльності; витрати на інноваційну діяльність (у т. ч. наукову діяльність, дослідження і розробки); фінансові результати від інноваційної діяльності.

Враховуючи особливості венчурної діяльності, потрібно виділити ризик, як окремий об'єкт обліку, оскільки господарська операція в умовах невизначеності щодо якої є ймовірність одержання меншого фінансового результату ніж очікувалося є ризикованою. Отже, ризик, з точки зору відображення в обліку – це ймовірність недоотримання бажаного фінансового результату [2].

Ризиковий капітал – це єдине джерело фінансової підтримки інноваційних компаній на перших етапах їх існування, а саме від зародження ідеї до отримання позитивних результатів і випуску нової продукції.

Таким чином, бухгалтерський облік венчурних інвестицій у діяльність інноваційного підприємства повинен бути інформаційною системою, тобто комплексом взаємопов'язаних компонентів, що визначають способи і прийоми отримання та перетворення інформації про фінансовий стан та ефективність використання вкладень венчурних інвесторів, необхідною для прийняття оптимальних управлінських рішень щодо шляхів використання та необхідності додаткового залучення ресурсів венчурних інвесторів.

Список використаних джерел

1. Литвин І. В. Планування венчурного фінансування інноваційної діяльності машинобудівних підприємств. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/209/1/07.pdf> (дата звернення: 12.05.2019).
2. Фоміна О. В. Концептуальні основи обліку венчурної діяльності. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5835> (дата звернення: 12.05.2019).

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Дем'янишина О. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

За нинішніх умов ведення господарства та високої конкуренції, бухгалтерський облік представлений розгалуженою системою різних видів та напрямів, які є повністю або частково самостійними, або є певними відростками фінансового чи управлінського обліку.

Актуальність і затребуваність інноваційних моделей облікових систем стратегічного управління спричинена розвитком новітніх концепцій управління, орієнтованих на формування вартості та широкою впровадженням відділом менеджменту підприємства принципів управління. Сучасні концепції управління мають потребу в такій інформаційній системі, яка здатна забезпечити наступне:

- розробка методологічних основ стратегії підприємства;
- аналіз і оцінка ефективності рішень з управління капіталом підприємства,
- розподіл ресурсів, обліку і формування звітності за різними аспектах діяльності.

Стратегічний управлінський облік – досить нове поняття в професійній

діяльності та серед напрямів розвитку підприємств, Аналіз останніх досліджень показав, що не існує єдиного визначення цьому поняттю. Основні з них наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні визначення поняття «Стратегічний облік»

Автор	Визначення
Багата І.М. [1]	Стратегічний облік являє собою універсальну модель інформаційної технології, яка з'єднує в цільну систему управлінський і фінансовий облік і є для керівників, фахівців компанії та інвесторів інформаційною базою для прийняття оптимальних рішень;
Сіммондз К. [2]	«Стратегічний управлінський облік», це певний спосіб проведення аналізу бізнесу конкретного контрагента з метою формування і контролю стратегії власного бізнесу
Райан Б. [3]	Стратегічний облік є базою для вивчення економічних і фінансових питань з позиції центральної проблеми – використання вигідних можливостей бізнесу. Стратегічний облік спрямований на прийняття рішень, і в його межах перетинаються різні фінансові функції
Скрипник М.Є. [4]	Стратегічний облік підприємства – це інформаційний потік і методологічний апарат, які в комплексі дають змогу, з одного боку, вибудувати власну лінію ведення бізнесу, а, з іншого – перебувати у взаємодії і взаємній співпраці з іншими підприємствами.

Системи стратегічного управлінського обліку – це засіб, який полегшує процес прийняття рішень. Однак, упроваджуючи стратегічний управлінський облік на підприємстві, необхідно враховувати потенційне нерозуміння між обліковими працівниками і менш орієнтованими на фінансові показники менеджерами, що приймають стратегічні рішення [5].

Стратегічний облік – це інформаційна модель, що поєднує в собі, в рамках певної єдиної системи фінансовий і управлінський облік і забезпечує фахівців підприємства виробничою інформацією для прийняття ефективних управлінських рішень, а також забезпечує контрагентів повними та оперативними даними для аналізу діяльності підприємства [6].

Стратегічний облік ґрунтується на даних ризик-менеджменту, який утворює систему оцінки ризику, управління ним та фінансовими відносинами. У зв'язку з цим важливе значення в сучасних умовах у стратегічному обліку набуває аналіз і облік невизначеності і ризиків, який направлено на відстеження, прогнозування кризових тенденцій, запобігання та зниження ризику виникнення на підприємстві кризових ситуацій, особливо якщо це стосується капіталовкладення та формуванні капіталу і його розподіл на підприємстві [6].

Поєднання стратегічного обліку, аналізу і контролю дає змогу побудувати відповідну інформаційну систему, основою якої є спрямованість на інформаційне забезпечення розроблення та реалізації стратегій, яка дасть змогу побудувати надійду систему по управлінню капіталом і зможе розширити

грошові потоки, цим самим отримати додаткову вартість за допомогою виробничої та економічної діяльності [7].

Динаміка використовуваних методів у стратегічному управлінському обліку потребує відповідності певної зміни об'єкту управління, для забезпечення дієвості управління в реальному часі [8].

Отже, стратегічний управлінський облік, спрямований на управління підприємством, впроваджує дисципліну і підзвітність, необхідні для підвищення оборотності капіталу і зростання вартості компанії. Одночасно поліпшуються системи інформаційного забезпечення стратегічного управління, оскільки процес управління капіталом проходить через всі організаційні рівні компанії.

Список використаних джерел

1. Богатая И.Н. Стратегический учет собственности предприятия. Ростов н/д.: Феникс, 2001. 320 с.
2. Мошковська О.А. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 12 (138). С. 152–159.
3. Райан Б. Стратегический учет для руководителя / Б. Райан; пер. с англ. под ред. В.А. Микрюкова. М.: Аудит, 1998. 616 с.
4. Скрипник М.Є. Організація стратегічного обліку в умовах інноваційної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2016. № 3. С. 543 – 548.
5. Плікус І.Й. Стратегічний облік як інструмент стратегічного управління підприємством. *Вісник Української академії банківської справи*. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/23456789/4041> (дата звернення: 02.05.2019).
6. Шевчук В. Р. Стратегічний управлінський облік як система інформаційної підтримки конкурентної стратегії підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/12559/1/55/281-285> Vis 722 menegment (дата звернення: 02.05.2019).
7. Фатенок-Ткачук А. О. Стратегічний облік у системі управління підприємством. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/12721/241-24> (дата звернення: 02.05.2019).
8. Демянишина О. А. Стратегічний управлінський облік як основа розвитку інноваційного потенціалу підприємства. *Імплементція інновацій обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку сучасного бізнесу: II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф.*, 18 квітня 2019 р. / редкол.: О. І. Черевко [та ін.]; Харківський держ. ун-т харч. та торг. Х.: ХДУХТ, 2019. С. 126 – 127.

РЕЗЕРВЫ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОДУКЦИИ В ОАО "ПИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"

Макарушко Н. Н., студент

Научный руководитель: Малевский Э. З., к. э. н., доцент

Полесский государственный университет

г. Пинск, Республика Беларусь

Основная цель управления затратами на предприятии – оптимизация суммы и уровня затрат, обеспечение достаточных темпов развития производственной деятельности предприятия и достижения нормальных

объемов прибыли. В связи с этим, каждое предприятие стремится снизить уровень затрат на производство и реализацию продукции, что позволит ему получить определенные преимущества на товарном рынке перед конкурентами, а также осуществить свою ценовую политику и получить дополнительную прибыль [1].

Снижение затрат на производство и реализацию продукции представляет собой сокращение себестоимости её производства. Основными источниками резервов снижения себестоимости промышленной продукции ($P \downarrow C$) являются:

1) увеличение объема ее производства за счет более полного использования производственной мощности предприятия ($P \uparrow ВП$);

2) сокращение затрат на ее производство ($P \downarrow З$) а счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, электроэнергии, топлива, оборудования, сокращения непроизводительных расходов, производственного брака и т.д [2].

При постоянном росте стоимости на топливно-энергетические ресурсы на первом месте сейчас находятся мероприятия по экономии энергоресурсов. Для снижения потребления энергоресурсов предлагается заменить технологическое оборудование убойного цеха на более совершенное.

Наименование оборудования, подлежащего замене:

– Шкуроемка РЗ-ФУВ (производительность 65–132 гол/час; мощность двигателя – 22,5 кВт/час.);

– Электропила РЗ-ФРП-2 (производительность 1350 дв. ходов в мин.; мощность двигателя 2,2 кВт/час.);

– Моечный барабан К7-ФМЗ-А (производительность до 1000 кг/час; мощность двигателя 0,75 кВт/час.);

– Машина обрезания рогов В2-ФМ-Н (производительность 700 шт/час; мощность двигателя 0,75 кВт/час);

– Чан шпарильный К7-ФШ2-К (производительность 120 гол/час; мощность двигателя 8,5 кВт/час; расход пара 1600 кг/час; расход воды 12м³);

– Скребмашина К7-ФУА-Щ (пр.120 гол/час; мощность двигателя 3 кВт/час; расход воды 3,5м³/ч);

Планируемые затраты на демонтажные и монтажные работы по внедряемому проекту предполагаются в размере 2,7 % и составят 20,20 тыс. р. (748,86 × 2,7 % = 20,20 тыс. р.).

Итого, капитальные затраты составят: $K = 748,86 + 20,20 = 769,06$ тыс. р.

Ниже покажем разницу в потреблении электроэнергии в час при работе старого оборудования и нового оборудования.

До технического перевооружения, с учетом мощности нового оборудования, количество потребляемой электрической энергии составит 51,7 кВт/ч, после –

36,3 кВт/ч. Всего будет сэкономлено: $\Delta = 36,3 - 51,7 = -15,4$ кВт/ч

Экономия электроэнергии за смену составит: $(15,4 \text{ кВт/час} \times 8 \text{ час}) \times 0,89 = 110$ кВт. Экономия электроэнергии за год составит: $110 \times 256 = 28160$ кВт

Тариф на электроэнергию в 2017 году составляет 0,2520 за 1 кВт/ч. Таким образом, стоимость электроэнергии составит: $28,16 \text{ тыс. кВт} \times 0,2520 \text{ руб.} = 7,1 \text{ тыс. р.}$ Используя новое оборудование в убойном цеху, экономия электроэнергии составит 7,1 тыс. р.

Таблица 1

**Наименование и стоимость оборудования, подлежащего внедрению в
ОАО "Пинский мясокомбинат" в плановом году**

Наименование оборудования	Кол-во	Производительность, гол./час	Расход эл.эн. кВт/ч	Напряжение питания, В	Стоимость за ед., евро
Линия убоя КРС					
Пневматический бокс	1	100	$P_{\text{возд}}=0,6$ МПа	-	33424
Клещи для отрезания ног и рог	1	80	$P_{\Gamma}=22$ МПа $P_{\text{возд}}=0,6$ МПа		13200
Гидравлическая шкуроръемка с площадками	1	80	7,5	400	69082
Пила для разрезания грудины	1	80	1,3	42	7325
Подвижная площадка	1		$P_{\text{возд}}=0,6$ МПа		10549
Рамная пила типа SB 50-08	1		-		12842
Стерилизаторы пилы	1	-	-	-	5175
Защитный экран пилы с доской	1	-	-	-	3120
Линия убоя свиней					
Станция сбора крови – емкости по 65 л	4	260дм. куб. за 1 цикл	0,4	400	14383
Желоб обескровливания S=800 mm	10	-	-	-	5620
Шпарчан горизонтальный	1	100 гол	3	400	101250
Подаватель туш в скребмашину	1	100	1,1	400	5939
Скребмашина воротная Super B	1	100	7,5	400	38237
Стол доочистки трубчатый	1	100	-	-	1379
Мойка сухая бичевая 4-ех валовая	1	150	6,6	400	30620
Мойка бичевая 4-ех валовая	1	150	6,6	400	29843
Рамная пила типа SB 49-08	1	80	2,3	400	12150
Итого в EUR:	-	-	36,3	-	394138
Итого, тыс. р.	-	-	-	-	748,86

Источник: собственная разработка

Определим, насколько возрастет мощность предприятия за счет предложенных мероприятий. Фактическая мощность в 2017 году составила 84,7 %. Определим плановую средневзвешенную рассчитанную производственную мощность: $M_{\text{план}} = (86+89+85) : 3 = 86,7 \%$,

Изменение мощности в плановом году по сравнению с 2017 годом составит: $\Delta M = 86,7 - 84,7 = 2,0$ %.

На единицу производственной мощности приходится в среднем: 139867 тыс. р.: $84,7\% = 1651,32$ тыс. р.

Тогда в плановом периоде объем выпуска продукции составит: $1651,32 \times 86,7 = 143170$ тыс. р.

То есть, увеличив загрузку оборудования, предприятие увеличит выпуск продукции на 3303 тыс. р. ($143170 - 139867$).

Определим сумму маржинального дохода и его долю в общей выручке:

$MД = 6035 + 14232 = 20267$ тыс. р. $Дмд = 20267 : 143170 = 0,14$

Безубыточный объем продаж (сумма покрытия постоянных затрат) составит: $T = 6035 : 0,14 = 43107$ тыс. р.

Срок окупаемости постоянных издержек равен: $t = 12 * 43107 : 143170 = 3,6$ мес. Оставшиеся 8,4 мес. в году предприятие будет получать прибыль. Следовательно, на возмещение постоянных издержек уйдет меньшая часть года.

Таким образом, сделаем вывод: для снижения затрат, для повышения качества выпускаемой продукции и увеличения объемов производства продукции предлагается заменить технологическое оборудование убойного цеха на более совершенное. Используя новое оборудование в убойном цеху, предприятие сэкономит энергии на сумму 7,1 тыс. р., кроме того, увеличив загрузку оборудования, предприятие увеличит выпуск продукции на 3303 тыс. р.

Список использованных источников и литературы

1. Русак Н. А Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / под ред. В.И. Стражева. Минск: Выш.шк., 2011. 398 с.
2. Определение резервов снижения себестоимости продукции. URL: <http://www.bibliotekar.ru/deyatelnost-predpriyatiya-2/155.htm> (дата доступа: 07.03.2019).

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Пилявець В. М. к. е. н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

м. Вінниця, Україна

Для забезпечення нормальної діяльності виробничого підприємства потрібні засоби праці, які відповідають сучасним умовам господарювання. Через обмеженість фінансових ресурсів не всі підприємства мають змогу

самостійно придбати такі засоби праці, а тому змушені шукати альтернативні шляхи забезпечення ними. Одним із таких альтернативних шляхів є лізинг.

Відносини лізингу на законодавчому рівні регулюються основними чотирма документами:

1. Господарським кодексом України;
2. Цивільним кодексом України;
3. Податковим кодексом України;
4. Законом України «Про фінансовий лізинг».

Нормами Господарського кодексу України встановлюється правовий режим лізингу як виду господарської діяльності відповідно до норм глави 30 розділу VI та визначаються особливості регулювання майнових відносин суб'єктів господарювання (ч. 2 ст. 4) [1].

Так, ст. 292 Господарського кодексу України трактує лізинг як господарську діяльність, спрямовану на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Господарський кодекс України (ст. 292) містить положення про види (фінансовий та оперативний) та форми (зворотний, пайовий, міжнародний тощо) лізингу, проте без визначення цих понять.

Крім цього в Кодексі визначено загальні правові ознаки лізингових операцій та особливі ознаки банківських лізингових операцій;

Цивільний кодекс України в статті 806 визначає, що за договором лізингу одна сторона (лізингодавець) передає або зобов'язується передати другій стороні (лізингоодержувачеві) у користування майно, що належить лізингодавцю за правом власності і було набуто ним без попередньої домовленості із лізингоодержувачем (прямий лізинг), або майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов (непрямий лізинг), на певний строк і за встановлену плату (лізингові платежі) [8].

У Податковому Кодексі під лізинговою (орендною) операцією розуміють господарську операцію що передбачає надання основних фондів у користування іншим фізичним чи юридичним особам (орендарям) за плату і на певний термін. Лізингові (орендні) операції здійснюються у вигляді оперативного лізингу (оренди), фінансового лізингу (оренди), оренди житла з

викупом, оренди земельних ділянок та оренди будівель, у тому числі житлових приміщень[6].

Закон України «Про фінансовий лізинг» визначив загальні правові та економічні засади лише фінансового лізингу і залишив поза увагою інші його види. Так, згідно його ст. 1 фінансовий лізинг – це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу [3]. Очевидно дві конструкції лізингу: договірна та операційна. І це при тому, що ці правові відносини оформлюються договором.

Крім зазначених нормативних актів питання лізингу та лізингової діяльності в Україні визначає Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7.12.2000 р. № 2121-III із змінами і доповненнями, що визначає загальні умови та порядок здійснення банківських лізингових операцій.

Закон «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07. 2001 р. № 2664-III із змінами та доповненнями, присвячений, зокрема, питанням державного регулювання фінансового лізингу як однієї з фінансових послуг[4]

Основний масив підзаконних нормативних актів України у сфері лізингових відносин утворюють:

– Положення про порядок видачі банкам банківських ліцензій, письмових дозволів і ліцензій на виконання окремих операцій, затверджене постановою Національного банку України від 17.07.2001 р. № 275;

– Інструкція про порядок здійснення контролю та отримання ліцензій за експортними, імпорнтними та лізинговими операціями, затверджена постановою Національного банку України від 24.03.1999 р. № 136;

– Положення про надання окремих фінансових послуг юридичними особами - суб'єктами господарювання, які за своїм правовим статусом не є фінансовими установами, затверджене розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 22.01.2004 р. № 21;

– Положення про державний реєстр фінансових установ, затверджене розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 28.08.2003 р. №41;

На сьогоднішній день, коли Україна тримає курс на Європу, виникає необхідність розглянути фінансовий лізинг у відповідності до міжнародних правових норм у зв'язку з ратифікацією угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, тому важливим нормативним документом є Конвенція УНІДРУА про міжнародний фінансовий лізинг (ЮНІДРУА, UNIDROIT – з франц. *Institut international pour l'unification du droit privé* – міжнародний інститут з уніфікації приватного права).

Конвенція «Про міжнародний фінансовий лізинг» була розроблена в Міжнародному інституті з уніфікації приватного права (UNIDROIT – УНІДРУА) і прийнята в 1988 р на дипломатичній конференції в Оттаві, в якій брало участь 55 країн. Україна приєдналася до цієї Конвенції в 2006 р .

В конвенції визначено, що - операція фінансового лізингу в якій одна сторона (лізингодавець), на умовах іншої сторони (лізингоодержувача) укладає договір (договір поставки) з третьою стороною (постачальником), згідно з яким лізингодавець одержує виробниче обладнання, засоби виробництва або інше обладнання (обладнання) на умовах, схвалених лізингоодержувачем настільки, наскільки вони стосуються його інтересів, та укладає договір (договір лізингу) з лізингоодержувачем, надаючи лізингоодержувачеві право користування обладнанням за лізингові платежі.

Європейська федерація національних лізингових асоціацій (*Leaseurope*) в свої юридичних документах визначає, що лізинг являє собою договір про оренду заводу, промислових товарів, нерухомості для використання їх у виробничих цілях орендаром, тоді як товари купуються орендодавцем і він зберігає за собою право власності.

Міжнародна фінансова корпорація (*International Finance Corporation (IFC)*) – одна з п'яти інституцій групи Світового банку, членом IFC з 1993 року є Україна) трактує лізинг – як договір, що укладений двома сторонами, відповідно до якого одна сторона (лізингодавець) надає в користування іншій стороні (лізингоодержувачу) об'єкт лізингу на визначений період за певну плату

Важливим нормативним документом для здійснення обліку лізингових операцій в Україні є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», який розроблено на підставі Міжнародного стандарту фінансової звітності 17 [7].

У бухгалтерському обліку операції фінансового лізингу (оренди) відображають за правилами П(С)БО 14. Згідно з п. 4 цього документа фінансовою орендою визначається оренда, що передбачає передачу орендарю всіх ризиків та вигід, пов'язаних з правом користування активом

Облік фінансової оренди (лізинг) за МСФЗ ведеться у відповідності зі стандартом МСБО (IAS) 17 «Оренда». Відповідно до МСБО (IAS) 17 договором фінансової оренди визнається договір, який передбачає передачу практично всіх ризиків та вигод, пов'язаних з володінням активом.

Отже, даний час лізингова діяльність в Україні регулюється багатьма нормативно-правовими актами, в яких визначено загальні правові ознаки лізингової діяльності, механізм державного регулювання фінансового лізингу як фінансової послуги, порядок оподаткування лізингових операцій та правила

здійснення цієї діяльності, але разом з тим спостерігається багато неузгоджених питань в частині обліково-правового регулювання.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України. *Нормативні акти України*. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=156508 (дата звернення 03.05.2019).
2. Гринчук Ю.С. Розвиток лізингу в Україні: обліково-аналітичний та фінансово-економічні аспекти. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 1. С. 120-126 .
3. Про фінансовий лізинг : Закон України. *Нормативні акти України*. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=478587(дата звернення 03.05.2019).
4. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=479407 (дата звернення: 03.05.2019).
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України. URL : http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=478874 (дата звернення 3.05.2019).
6. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.47.2&nobre> (дата звернення 03.05.2019).
7. Оренда : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 14. URL: http://minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?&cat_id=293533&stind=11(дата звернення 03.05.2019).
8. Цивільний кодекс України. *Нормативні акти України*. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?doc_id=2569057 (дата звернення 03.05.2019).

ЕФЕКТИВНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ремішевський А. Л., студент

Гудзенко С. Р., студент

Науковий керівник: Пилявець В. М., к. е. н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Тернопільського національного економічного університету

м. Вінниця, Україна

Основною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Максимальний обсяг продукції забезпечується за допомогою оптимального випуску продукції та її подальшої реалізації.

Готовою продукцією називають створений на підприємстві актив, який пройшов всі стадії технологічної обробки, відповідає технічним і якісним характеристикам і призначений для подальшої реалізації або внутрішнього споживання [1. с. 303].

Головним показником, який характеризує діяльність підприємства, є фінансовий результат. На фінансові результати підприємства впливають багато показників, серед яких вагоме місце посідає собівартість виготовленої продукції.

Система управлінського обліку повинна бути ефективна, так як вона формує дані, які забезпечують можливість прийняття оптимального

управлінського рішення. До даних, які формує управлінський облік, належать: правильність та своєчасність оприбуткування продукції, залишки готової продукції на складі, своєчасності відвантаження та виконання договірних зобов'язань перед покупцями та замовниками, статті калькулювання собівартості продукції тощо. Всі ці дані безпосередньо впливають на фінансовий результат підприємства, щоб контролювати та вчасно приймати правильні рішення потрібно запровадити ефективну систему управлінського обліку.

За даними управлінського обліку готової продукції керівництво підприємства отримує інформацію щодо наявності та руху готової продукції, що дає можливість своєчасно приймати управлінські рішення, щодо зміни обсягу випуску продукції, зміни її ціни, зміни асортименту та інше.

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки управлінський облік набуває все більшого значення. Інформація, яку надає управлінський облік, потрібна не лише керівництву та власникам підприємства, а також можливим інвесторам. Управлінський облік готової продукції дає можливість об'єктивно проаналізувати динаміку випуску продукції та її реалізації, зміни у її ціни та інше. Все це є важливою інформацією для потенційних інвесторів, які готові вкласти власні кошти в підприємство за умови правильного і ефективного управління підприємством.

В Україні управлінський облік лише починає набувати поширення, до сьогоднішнього дня більшість підприємств України не приділяли достатньої уваги управлінському обліку, чим втрачали ймовірні економічні вигоди. Внаслідок чого на підприємстві виникає ряд проблем, до яких відносять: проблеми з обліком продукції та її собівартості, проблеми своєчасності отримання інформації про залишки готової продукції на складі, що впливає на реалізацію продукції. Ведення управлінського обліку зможе мінімізувати ризики прийняття неправильного рішення, що позитивно вплине на фінансовий результат підприємства.

Для ефективного управлінського обліку готової продукції на підприємстві необхідно ведення та складання внутрішньогосподарської звітності підприємства. Дана звітність сприяє прийняттю оперативних та стратегічних рішень, щодо виготовлення готової продукції та її реалізації. Основою для складання внутрішньогосподарської звітності є первинні та зведені облікові документи і внутрішні положення підприємства [2, с. 82].

При передачі продукції з виробництва на склад потрібно дану операцію документально зафіксувати, для цього доцільно складати звітність про виробництво продукції, робіт та послуг у розрізі підрозділів виробництва. Ця

звітність надає інформацію про найменування продукції, одиниці виміру, план випуску, об'єм випуску, відхилення від плану та інше.

Важливим елементом для формування об'єктивної та доцільної інформації про реалізацію продукції є складання звітності про виконання плану постачання. Дана звітність складається на основі первинних документів, які фіксують господарські операції з реалізації готової продукції покупцям. Звітність про виконання плану складається за видами продукції, вона має містити точну інформацію про покупців, види та об'єм відвантаженої продукції тощо.

Також для ефективного контролю запасів готової продукції, необхідно формувати звітність про реалізацію та залишки готової продукції, яка дасть можливість оперативно отримувати інформацію про об'єм реалізації, план реалізації за місяць, дані про залишки продукції на складі та інше. Ця звітність дасть можливість зробити об'єктивний висновок про виконання плану з реалізації продукції та про залишок готової продукції на складі.

Сучасні умови підприємницької діяльності потребують оперативних і достовірних показників про готову продукцію на підприємстві. Тому ефективність управлінського обліку продукції займає вагомe місце у системі обліку будь-якого підприємства.

Список використаних джерел

1. Крупка Я. Д. Фінансовий облік: підруч. 4-те вид. [доп. і перероб.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.
2. Тлущкевич Н. В. Формування системи внутрішньої управлінської звітності в сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2008. № 9. С. 82–88.

АУДИТОРСКИЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА, КЛАССИФИКАЦИЯ И ИСТОЧНИКИ ПОЛУЧЕНИЯ

Тронец И. А., студентка

Научный руководитель: **Галкина М. Н., ассистент**

Полесский государственный университет

г. Пинск, Республика Беларусь

На современном этапе развития экономики почти каждая организация в целях обеспечения своего нормального функционирования нуждается в проведении независимой аудиторской проверки, в ходе которой происходит подтверждение достоверности и соответствия нормам законодательства бухгалтерской (финансовой) отчетности и учета данной организации, выявление различных ошибок и недочетов с целью дальнейшего их устранения. Чтобы результаты данной проверки оказались более достоверными и точными,

аудитор должен получить достаточные для этого процесса аудиторские доказательства.

Анализ отечественных и зарубежных источников позволил выделить основные подходы к пониманию термина «аудиторские доказательства» (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению термина «аудиторские доказательства»

Автор	Сущность
1	2
Национальные правила аудиторской деятельности "Аудиторские доказательства" [5]	Аудиторские доказательства - информация, полученная аудиторской организацией при проведении аудита и используемая при формировании выводов, на которых базируется аудиторское мнение, и включающая информацию, содержащуюся в учетных записях, лежащих в основе бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также иную информацию.
Хохонова, Н.Н. [7, с.118]	Аудиторские доказательства – это информация, полученная аудитором при проведении проверки, и результат анализа указанной информации, на котором основывается мнение аудитора.
Дробышевский, Н.П. [3, с.87]	Аудиторские доказательства представляют собой документальные источники данных, документация бухгалтерского учета и другие сведения, полученные аудитором в ходе аудиторской проверки.
Мельник, М.В.[4, с.142]	Аудиторские доказательства – это информация, полученная аудитором при проведении проверки, и результат анализа указанной информации.
Воронина, Л.И. [1, с.127]	Аудиторские доказательства – информация, полученная аудитором при проведении проверки, и результат анализа указанной информации, на которых основывается мнение аудиторов.
Хмельницкий, В.А. [6, с.213]	Аудиторские доказательства – вся информация, используемая аудитором при формировании выводов, на которых строится аудиторское мнение, включая информацию, содержащуюся в учетных записях, на основе которых составляется бухгалтерская (финансовая) отчетность, а также иную информацию.

На взгляд автора, под аудиторскими доказательствами следует понимать совокупность сведений, которые обладают определенными качественными характеристиками, полученными посредством оценки и анализа информационной системы бухгалтерского учета аудируемого лица для того, чтобы выразить обоснованное мнение аудитора о достоверности отчетных данных.

Наиболее полной классификацией аудиторских доказательств является (рис. 1).

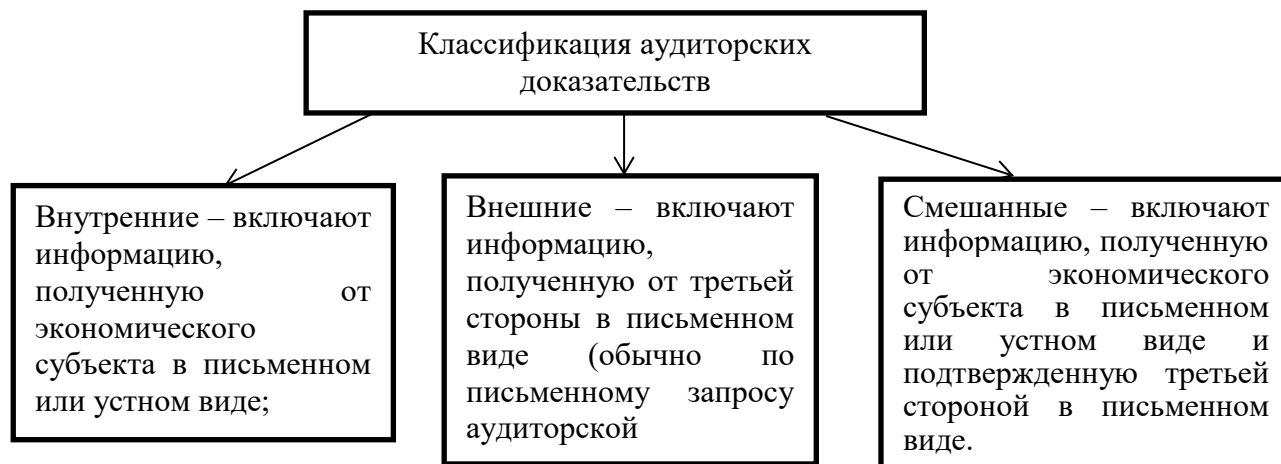


Рис. 1. Классификация аудиторских доказательств

Таким образом, наибольшую важность и достоверность представляют внешние доказательства, далее по степени важности и достоверности следуют доказательства смешанные и внутренние. Самой достоверной считается информация, полученная аудитором непосредственно в результате исследования хозяйственных операций.

В ходе проведения аудиторской проверки аудитор должен собрать и проанализировать такие аудиторские доказательства, которые бы отвечали определенным требованиям. Аудиторские доказательства должны удовлетворять следующим требованиям:

1. Достаточность (количественный критерий).

Количество необходимых аудиторских доказательств зависит от риска существенного искажения информации (т.е. чем выше риск, тем больше аудиторских доказательств требуется собрать), и качества самих доказательств (т.е. чем выше качество, тем меньше требуется доказательств).

2. Надлежащего характера (качественный характер).

Надлежащий характер предусматривает уместность и надежность аудиторских доказательств при подтверждении наличия либо отсутствия искажений на уровне предпосылок подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности в отношении групп однотипных операций, остатков по счетам бухгалтерского учета и раскрытия информации [2, с.157].

Таким образом, достаточность и надлежащий характер аудиторских доказательств взаимосвязаны, однако большое количество аудиторских доказательств не может компенсировать их низкое качество. Надежность доказательства характеризует качество информации и отсутствие в ней ошибок.

Аудиторские доказательства носят накапливающийся характер и могут содержать аудиторские доказательства, полученные как в ходе проведения данного аудита, так и в результате предыдущих аудитов.

Составляя аудиторское заключение, аудитор должен быть уверен в том, что он имеет достаточное количество доказательств надлежащего качества, и они носят убедительный характер.

На рисунке 2 представлены нами источники получения аудиторских доказательств.



Рис. 2. Источники получения аудиторских доказательств

Аудиторские доказательства получают в результате аудиторских процедур. Аудиторская процедура – это определенный порядок и последовательность действий аудиторской организации, направленных на получение аудиторских доказательств [2, с.161].

Аудиторские процедуры можно сгруппировать по различным признакам на две группы (рис. 3).

Исходя из представленной классификации, аудитор может использовать один или несколько видов аудиторских процедур из второй группы. По отдельности или в различных сочетаниях они применяются в качестве процедур оценки рисков, тестов средств контроля или процедур проверки по существу.

В зависимости от объекта	В зависимости от приемов и способов
Процедура оценки рисков	Инспектирование учетных записей и документов
Тесты средств контроля	Инспектирование материальных активов
Процедуры проверки по существу	Наблюдение
	Запрос
	Подтверждение
	Пересчет
	Повторное выполнение
	Аналитические процедуры

Рис. 3. Виды аудиторских процедур

Таким образом, можно сделать вывод, что аудиторские доказательства являются одним из главных элементов во всем процессе осуществления аудиторской деятельности хозяйствующего субъекта. Для более эффективного сбора аудиторских доказательств аудитору важно грамотно спланировать вид, количество, объем необходимых процедур и методы получения нужной информации.

Список использованных источников и литературы

1. Воронина Л. И. Аудит: теория и практика: учебник для бакалавров / Л.И. Воронина - 3-е изд., перераб. М. : Издательство «Омега-Л», 2014. 566 с.
2. Данилкова С. А. Аудит: учеб.пособие. Минск : Новое знание, 2016. 685 с.
3. Дробышевский Н. П. Ревизия и аудит: Учеб. пособие. Мн.: ООО «Мисанта», 2004. 265 с.
4. Мельник М. В. Основы аудита: курс лекций с ситуационными задачами. М: Издательство «Дело и сервис», 2007. 208 с.
5. Национальные правила аудиторской деятельности «Аудиторские доказательства»: утверждено постановлением Министерства финансов Республики Беларусь, 26.10.2000, № 114 (в ред. от 28.12.2009 N 153, от 10.12.2013 № 78).
6. Хмельницкий В. А. Ревизия и аудит: учеб. пособие. Минск : БГЭУ, 2011. 473 с.
7. Хохонова Н. Н. Аудит : учебник. М.: КНОРУС, 2011. 720 с.

ОБ’ЄКТИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ: ОЦІНОЧНИЙ ПІДХІД

Ясишена В. В., к. е. н., доцент

*Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

Важливою умовою формування достовірної інформації у сфері обліку нематеріальних активів (НМА) і відображення їх у фінансовій звітності є достовірність і науково обґрунтована їх оцінка. Залежно від мети проведення оцінки вона поділяється на експертну і бухгалтерську оцінку. Важко визначити об’єктивні методи для достовірної оцінки НМА через велику кількість їх видів і

різні властивості. Опрацьовано основні міжнародні, європейські і національні стандарти експертної оцінки і обліку.

В МСО 210 «Нематеріальні активи» і в Професійних стандартах оцінки RICS представлено аналогічний підхід до класифікації об'єктів НМА з метою їх оцінки. Представлені об'єкти НМА згруповані у відповідні групи, що пов'язані з маркетингом, клієнтами, мистецтвом, контрактами, технологіями і гудвіл. В Standards RICS надаються додаткові коментарі до оцінки НМА та практичне застосування МСО 210. Однак, між цими стандартами відмічено ряд розбіжностей в частині розкриття об'єктів оцінки НМА.

В МСО 210, Standards RICS, EVS TEGoVA і МСБО 38 на відміну від НС 4 і П(С)БО 8 відмічено об'єкти віднесені до НМА, які стосуються обслуговування клієнтів компанії, а саме: списки клієнтів, заборгованість у замовленні чи виробництві, договори з клієнтами та пов'язані з ними відносини, лояльність клієнтів, позадоговірні відносини з клієнтами. В Standards RICS і МСБО 38 разом з клієнтськими відносинами, також до об'єктів НМА віднесено відносини з постачальниками. Але одночасно в МСБО 38 відмічено, що за відсутності юридичних прав захисту або інших способів контролю взаємовідносин з клієнтами чи їхньої лояльності суб'єкт господарювання, як правило, не має достатнього контролю над економічними вигодами від взаємовідносин з клієнтами чи від їхньої лояльності, щоб розглядати ці об'єкти (портфель клієнтів, частку ринку, взаємовідносини з клієнтами та їхню лояльність) як такі, що відповідають визначенню НМА [1].

На нашу думку, категорію «перелік клієнтів» необхідно внести у вітчизняну нормативно-правову базу як об'єкт НМА, що наблизить вітчизняне законодавство до Міжнародних і Європейських стандартів, а також через те, що він має значний вплив на підвищення конкурентоспроможності і ефективності діяльності компанії, а відповідно і на збільшення її вартості.

В Standards RICS на відміну від МСО 210 та інших стандартів, більш деталізовано розкрито права на НМА, що належать до мистецтва і ще перелічені такі НМА, як опери, балет, журнали, газети, картини, фотографії, відео, телевізійні програми. В МСО 210 і Standards RICS є відмінності у НМА пов'язаних з технологіями. В МСО 210 на відміну від Standards RICS відмічено формули, проекти і рецепти. В Standards RICS виокремленні такі об'єкти, як комерційні секрети, дослідження в процесі розробки, ноу-хау. Також в Standards RICS не згадується про права на природні ресурси.

В EVS TEGoVA відмічено інший підхід щодо групування об'єктів НМА на відміну від МСО 210 і Standards RICS. В EVS TEGoVA виокремленні чотири групи об'єктів НМА, як гудвіл бізнесу (нерозподілені НМА), персональний гудвіл, ідентифіковані НМА, інші НМА бізнесу.

В EVS TEGoVA на відміну від інших стандартів оцінки виокремлено в окремий об'єкт НМА «персональний гудвіл». В цьому стандарті зазначено, що персональний гудвіл приєднаний до лица, керуючого бізнесом, не передається при продажу і тому не включається в розрахункову вартість, крім випадків, коли власник продовжує працювати в бізнесі. Необхідно зазначити, що в Standards RICS (VPGA 4) п. 2.9. теж розкривається поняття «персональний (особистий) гудвіл (поточного оператора)», як величина прибутку, що генерується над ринковими очікуваннями, які будуть погашені при продажу торговельної власності разом з фінансовими факторами, пов'язаними конкретно з поточним оператором бізнесу, наприклад як оподаткування, амортизаційна політика, витрати на позики та капітал, вкладений у бізнес [6, с.104]. В п. 20.6 МСО 210 персональний (особистий) гудвіл згадується як той, що не передається третім особам.

Отже, підходи до сутності персонального (особистого) гудвілу по-різному викладено в EVS TEGoVA, Standards RICS і IAS 210. Виникнення персонального гудвілу можливе при продажу бізнесу і він не є тією категорією, що відображається в обліку. В цілому, гудвіл в міжнародних і європейських стандартах оцінки входить до складу НМА, а в МСБО 38 і П(С)БО 8 не відноситься до НМА, а регулюється МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» і П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств». Згідно п. 49 МСБО 38 внутрішньо генерований гудвіл не слід визнавати як актив [1, с.8].

В EVS TEGoVA в групі ідентифікованих НМА виокремлена категорія інформаційні ресурси, що включає системи, процедури, обстеження, прогнози, розрахункові оцінки, списки клієнтів, технічні дані. Також в Європейських стандартах наведено НМА в стадії розробки, цю категорію також можна зустріти в Standards RICS (дослідження в стадії розробки) і в МСБО 38. В МСБО 38 стосовно внутрішньо генерованих НМА наголошено, що не слід визнавати жодного НМА, що виникає в результаті дослідження (чи в результаті етапу дослідження внутрішнього проекту). НМА, який виникає в результаті розробки (чи в результаті етапу розробки внутрішнього проекту), слід визнавати, якщо і тільки якщо суб'єкт господарювання може це довести відповідно до вимог зазначених в цьому стандарті [1].

В EVS TEGoVA на відміну від усіх досліджуваних стандартів до групи – інші НМА бізнесу віднесено такі об'єкти, як «технічні бібліотеки та сховища газет» і «навчена і зібрана разом робоча сила». В IVS 210 «Intangible Assets» у п. 20.8 користь зібраної робочої сили (але взагалі не будь-якої інтелектуальної особи) майно, розроблене членами цієї робочої сили), включено як елемент до складу гудвілу. Подібний об'єкт «навчена і зібрана разом робоча сила» згадано в п. 15 МСБО 38 «група кваліфікованих працівників», але в цьому стандарті

наголошено, що суб'єкт господарювання не має достатнього контролю над очікуваними майбутніми економічними вигодами, отримуваними від групи кваліфікованих працівників і від навчання, щоб вважати ці об'єкти такими, що відповідають визначенню нематеріального активу. З тієї ж причини малоймовірно, що певне управління чи технічний талант відповідають визначенню НМА, крім випадків, коли їх використання та отримання очікуваних майбутніх економічних вигід захищені юридичними правами та якщо вони при цьому відповідають іншим складникам визначення [1]. Отже, з цього виходить, що віднести групу кваліфікованих працівників до НМА дуже проблематично. Але, на нашу думку, при оцінці бізнесу необхідно оцінювати НМА «група кваліфікованих працівників» через те, що цей вид інтелектуального капіталу у сучасному економічному середовищі базується на використанні спеціальних знань, навичок, досвіду, таланту, креативний спосіб мислення кваліфікованих працівників (технологів, інженерів, бухгалтерів, конструкторів, дизайнерів, програмісти тощо), що може мати значний вплив на вартість бізнесу.

В НС № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» на відміну від МСО 210, Standards RICS, EVS TEGoVA, МСБО 38 і П(С)БО 8 включено «раціоналізаторські пропозиції» і «географічні зазначення». Об'єкти прав інтелектуальної власності, що наведені в цьому стандарті аналогічні об'єктам, що викладені в П(С)БО 8.

Досліджуючи структуру НМА, що наведена в МСБО 38 і порівнюючи її з міжнародними, європейськими і вітчизняними стандартами встановлено ряд відмінностей. В МСБО 38 такі об'єкти НМА, як заголовки та назви видань також викладено в Standards RICS (газетні заголовки). Рецепти, формули, моделі, проекти та прототипи відсутні в П(С)БО 8, НС 4, але є в МСО 210 і відповідно в МСБО 38. В МСБО 38 об'єкти НМА викладені у двох частинах стандарту і на нашу думку їх групування є не зовсім вдалим, деякі з наведених об'єктів дублюються в п. 9 і п. 119.

Виявлення об'єктів НМА, які відсутні в облікових стандартах, але існують в компанії дозволить встановити приховані резерви її діяльності. Вартісна оцінка виявленої частини НМА є важливою складовою управління вартістю НМА компанії, що повинна проводитися з метою оцінки достовірної вартості компанії в цілому. На нашу думку, з метою удосконалення управління НМА необхідно виокремити об'єкти НМА, що не відображені у П(С)БО 8, але повинні оцінюватися компанією: списки клієнтів, договори з клієнтами та пов'язані з ними відносини, позадоговірні відносини з клієнтами; контракти на рекламу, будівництво, управління, постачання; договори про відмову від конкуренції; договори про конфіденційність; договори франшизи; договірні або

позадовірні права на формули, проекти, рецепти; заголовки та назви видань; НМА в стадії розробки; права на трансляцію; інформаційні ресурси, включаючи прогнози, розрахункові оцінки, технічні дані; раціоналізаторські пропозиції; навчена і зібрана разом робоча сила; сприятливі трудові договори; сприятливі договори страхування; технічні бібліотеки та сховища газет; гудвіл; персональний гудвіл.

Список використаних джерел

1. Нематеріальні активи : Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку №38. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050/page2 (дата звернення: 12.05.2019).
2. Нематеріальні активи : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №8. Затверджено Наказом МФУ від 18.10.1999р. № 242. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99> (дата звернення: 12.05.2019).
3. Про затвердження Національного стандарту № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»: постанова КМУ від 3.10.2007 р. №1185. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-п>. (дата звернення: 12.05.2019).
4. International Valuation Standards 2017. URL: <http://www.cas.org.cn/docs/2017-01/20170120142445588690.pdf> (дата звернення: 12.05.2019).
5. European Valuation Standards TEGoVA 2003. Guidance Note 8 «Valuations of Intangible Assets». URL: <http://www.tegova.org> (дата звернення: 12.05.2019).
6. RICS Valuation – Global Standards 2017. URL: <https://www.roger-hannah.co.uk/uploads/red%20book-170725-023901.pdf> (дата звернення: 12.05.2019).

СЕКЦІЯ 5

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Бовкун О. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

На сьогоднішній день, в умовах сучасної ринкової ситуації з яскраво вираженою жорсткою конкуренцією, важливе значення для суб'єктів господарювання туристичної галузі України має ефективна реалізація поставлених цілей, завдань, принципів розвитку туристичних підприємств, а також формування успішної системи стратегічно-маркетингового планування. Стратегічне планування маркетингової діяльності нерозривно пов'язано із організаційним розвитком туристичної організації, що вимагає, порівняно із загальною поточною діяльністю підприємства, високий рівень інформаційного забезпечення.

На жаль, існуючим сучасним інформаційним моделям забезпечення системи планування на підприємствах туристичного бізнесу притаманний більш обліковий характер, ніж керуючий. У більшості випадків вони спрямовані на підтримку повсякденної оперативної туристичної діяльності підприємства.

Важливою проблемою є і те, що моделі аналітичного забезпечення на підприємствах туристичної сфери, майже відсутні, або характеризуються значною несистемністю. У зв'язку з цим виникає загроза ухвалення помилкових стратегічних рішень, оскільки вони повинні прийматися ґрунтуючись на своєчасній, достовірній, якісній аналітичній інформації [1, с. 495].

До основних проблем, що пов'язані із інформаційно-аналітичною підтримкою процесу стратегічно-маркетингового планування на підприємствах туристичної сфери можна також віднести те, що:

– якість та ефективність управлінських стратегічних рішень на туристичні підприємствах визначаються лише тією інформацією, якою

володіють відповідальні менеджери;

– процес формування аналітичних звітів носить непрозорий характер, одні й ті ж показники, що представлені в різних документах, можуть містити різні значення, мати різну методику формування і вихідні дані. Найчастіше це пов'язано з тим, що в туристичних компаніях існує декілька слабо пов'язаних один з одним наскрізних інформаційних потоків;

– при виникненні нової оперативної інформації, вона потрапляє лише в деякі документи, тоді як інші звітні форми туристичного підприємства продовжують використовувати застарілі дані.

Отже, базуючись на визначенні проблем даного процесу, можна сформулювати основні передумови виникнення необхідності удосконалення існуючої системи інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічно-маркетингового планування на туристичних підприємствах, що зображено на рис.1.

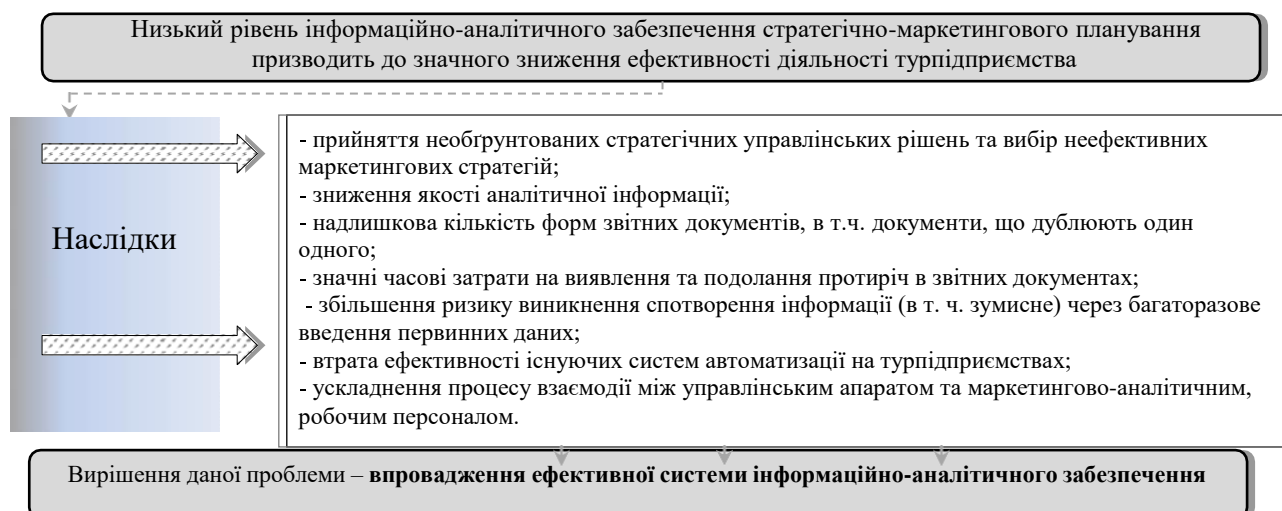


Рис. 1. Передумови виникнення необхідності удосконалення системи інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічно-маркетингового планування на туристичні підприємствах України

Дослідження сучасного стану інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного планування маркетингової діяльності на підприємствах туристичного бізнесу виявило з однієї сторони її низький рівень, з іншої – тенденцію зростання потреби у її формуванні. Проте варто зазначити, що готовність працівників туристичних підприємств до використання сучасних аналітично-інформаційних технологій є досить невисока [2, с. 308].

Враховуючи окреслені основні проблематики в рамках інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічно-маркетингового планування, що були визначені шляхом авторського аналізу діяльності підприємств туристичної

сфери України, ми б хотіли запропонувати ряд рекомендацій щодо удосконалення даного процесу, а саме:

- з метою кращого розуміння базового понятійного апарату інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного планування маркетингової діяльності суб'єктам господарювання туристичної галузі України необхідно визначити суть поняття інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічно-маркетингового планування, а також диференціювати такі дефініції як стратегічна інформація та стратегічні дані;

- структурувати процес інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного планування маркетингової діяльності, що стане запорукою успішної діяльності туристичні підприємства, а саме:

- визначити різновид стратегічної інформації, яка необхідна керівникам, менеджерам та маркетологам для здійснення інформаційно-аналітичної діяльності на підприємстві туристичної сфери;

- встановити основні джерела отримання стратегічно-маркетингової інформації;

- налагодити систему збору, узгодження та використання аналітичної, статистичної, програмно-планової, нормативної та прогнозної інформації з метою ухвалення стратегічних управлінських рішень;

- на основі системного підходу побудувати ефективну систему інформаційно-аналітичної підтримки стратегічно-маркетингового планування;

- сформулювати основні принципи, вимоги, властивості, компоненти, критерії ефективності даної системи;

- окреслити основні причини спотворення даних на етапах інформаційно-аналітичного забезпечення працівників туристичні підприємства маркетинговою інформацією;

- сформулювати чітку систему звітності відповідальних осіб;

- створити інформаційні бази даних стратегічної маркетингової інформації;

- створити робочу комісію, яка б здійснювала систематичний моніторинг та контролювала б процес інформаційної та аналітичної підтримки стратегічно-маркетингового планування на туристичні підприємствах;

- сформулювати систему регулярного інформування працівників туристичної організації про стратегічні орієнтири, що були визначені у процесі стратегічного планування маркетингової діяльності;

- активізувати участь працівників туристичні підприємства у процесі формування інформаційно-аналітичного забезпечення шляхом продуманої мотиваційної політики;

– використовувати прикладні програми-комплексних інформаційних систем, які можуть забезпечити гнучкість і адаптивність систем інформаційно-аналітичної підтримки стратегічного управління.

Отже, подолавши основні бар'єри спотворення стратегічної інформації, використовуючи авторську систему інформаційно-аналітичного забезпечення суб'єкт господарювання туристичної галузі зможе налагодити ефективний процес стратегічно-маркетингового планування. Необхідно зазначити, що використавши запропоновану нами методологію формування даної системи і впровадивши її у діяльність туристичні підприємства, кожен з фахівців стратегічного планування знайде свій набір інструментів і необхідну, максимально доступну, глибинну інформацію для аналізу та формування успішних маркетингових стратегій.

Список використаних джерел

1. Герасименко В. Г. Теоретико-методологічні основи застосування маркетингового підходу до стратегічного планування у діяльності туристичних підприємств України. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2014. Вип. 51. С. 494-500.
2. Кравчук Н. В. Стратегічно-маркетингова оцінка конкурентного середовища туристичного ринку України. *Вісник ДІТБ. Серія : економіка, організація, управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. Донецьк, 2013. Вип. 17. С.306–311.
3. Кравчук Н. В. Формування ефективних стратегічно-маркетингових цілей як ключовий фактор успішної діяльності підприємств туристичної галузі України. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теорія та практика* 30-31 травня 2013р.. К., 2013. С. 83–85.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Гарматюк О. В., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Однією з найважливіших завдань державної політики є охорона здоров'я його громадян шляхом забезпечення ефективного функціонування системи охорони здоров'я, спрямованої на зростання рівня і якості життя населення, збереження його працездатності. Однією з центральних складових системи охорони здоров'я є фармацевтична галузь країни, в зв'язку з чим різні аспекти її функціонування і розвитку є предметом досліджень вчених всіх країн світу.

Стан фармацевтичної галузі впливає на ситуацію в охороні здоров'я, страхування, фінансуванні, зайнятості населення та інших сферах, а також сприяє розвитку взаємодій з різними галузями промисловості (Хімічна,

машинобудування, сільське господарство, біотехнології, військово-промисловий комплекс і ін.)

Фармацевтична галузь – це потужний сектор економіки та одна із найбільш динамічно розвинутих вітчизняних галузей [4].

Фармацевтична промисловість України на сьогодні залишається другим за обсягом серед країн СНД. Структура продажів на ринку, як і в минулі роки, в основному складається з готових лікарських засобів (84% від загального обсягу продажів у 2017 році), виробів медичного призначення, косметики та дієтичних добавок.

Загалом 93% експорту української фармацевтичної продукції спрямовано до країн СНД, однак імпорт фармацевтичної продукції з цих країн становить лише 4,5%. Дослідження стану фармацевтичного ринку України дає підстави охарактеризувати його як такий, що потребує подальшого розвитку, залучення інвестицій, реструктуризації та диверсифікації структури експорту за рахунок збільшення в ньому частки наукоємної, високотехнологічної продукції, що відповідає міжнародним стандартам [3].

Сучасний фармацевтичний ринок України включає виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики та виробів медичного призначення, оптових і роздрібних продажів продукції через аптечні мережі, спеціалізовані продажі та дистрибуцію. Серед ключових економічних характеристик цього ринку можна виділити великий рівень конкуренції за невеликих обсягів продажу та виробництва, велику імпортозалежність, низький рівень маржинальності, відсутність державного фінансування [4].

Структура продажів на внутрішньому ринку, як і в минулі роки, залишається незмінною – 83,7% від загального обсягу продажів у 2018 році припадало на лікарські засоби, 7,6% - на вироби медичного призначення рис. 1.

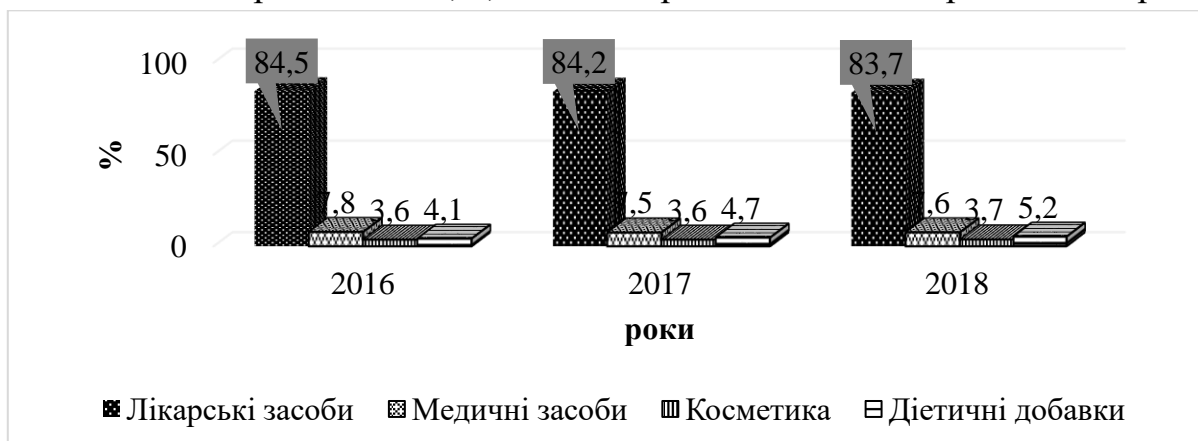


Рис.1. Структура продажів на фармацевтичному ринку різних груп товарів

Джерело: опрацьовано автором за матеріалами [1]

В останні роки на українському фармацевтичному ринку спостерігається тенденція до збільшення частки дієтичних добавок в структурі ринку. У 2018

році цей тренд триває. За підсумками IV кв. 2018 року частка дієтичних добавок в структурі ринку в грошовому вираженні склала 5,5%, в той час як в I кв. 2016 року цей показник знаходився на рівні 3,4% (рис. 4). В цілому за підсумками 2018 року частка дієтичних добавок в структурі роздрібних продажів склала 5,2%. В останні роки темпи приросту продажів дієтичних добавок значно вище середньо ринкового показника.

Найбільший інтерес з точки зору різноплановості діяльності представляють саме компанії-виробники, до яких відносяться такі фармацевтичні гіганти, як: Фармак, Корпорація «Артеріум» «Фармак», і «Teva». Як ми можемо бачити з таблиці 1 незмінним лідером фармацевтичної галузі протягом 2016 – 2018 років залишається Фармак. За підсумками 2018 року рейтинг фармацевтичних підприємств за обсягом продажів товарів «аптечного кошика» в грошовому вираженні очолюють «Фармак», Корпорація «Артеріум» і «Teva» (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг фармацевтичних компаній по обсягу продажів за 2016-2018 рр.

№	Підприємства	2016 р.	2017 р.	2018 р.
1	Фармак (Україна)	1	1	1
2	Корпорація «Артеріум»(Україна)	2	2	2
3	Teva (Ізраїль)	5	5	3
4	Дарниця (Україна)	3	3	4
5	Санофі (Франція)	4	4	5
6	Berlin-Chemie (Нісечина)	6	6	6
7	Юрія-Фарм (Україна)	9	9	7
8	Група компаній «Здоров'я» (Україна)	7	7	8
9	Київський вітамінний завод (Україна)	8	8	9
10	KRKA (Словенія)	10	10	10

Джерело: опрацьовано автором за матеріалами [1]

Необхідно відзначити, що в сфері дистрибуції на українському ринку триває процес консолідації – на найбільші три компанії припадає близько 75-80% від загального обсягу поставок. Це в свою чергу знижує рівень диверсифікації структури покупців і збільшує ризики залежності фармацевтичних виробників від окремих контрагентів.

Всі компанії з топ-10 продемонстрували приріст продажів. При цьому серед них лише компанії змогли 4 збільшити свою частку на ринку, характеризує її зміна, ще для 2 компаній цей показник не змінився в порівнянні з 2017 роком рис.2.

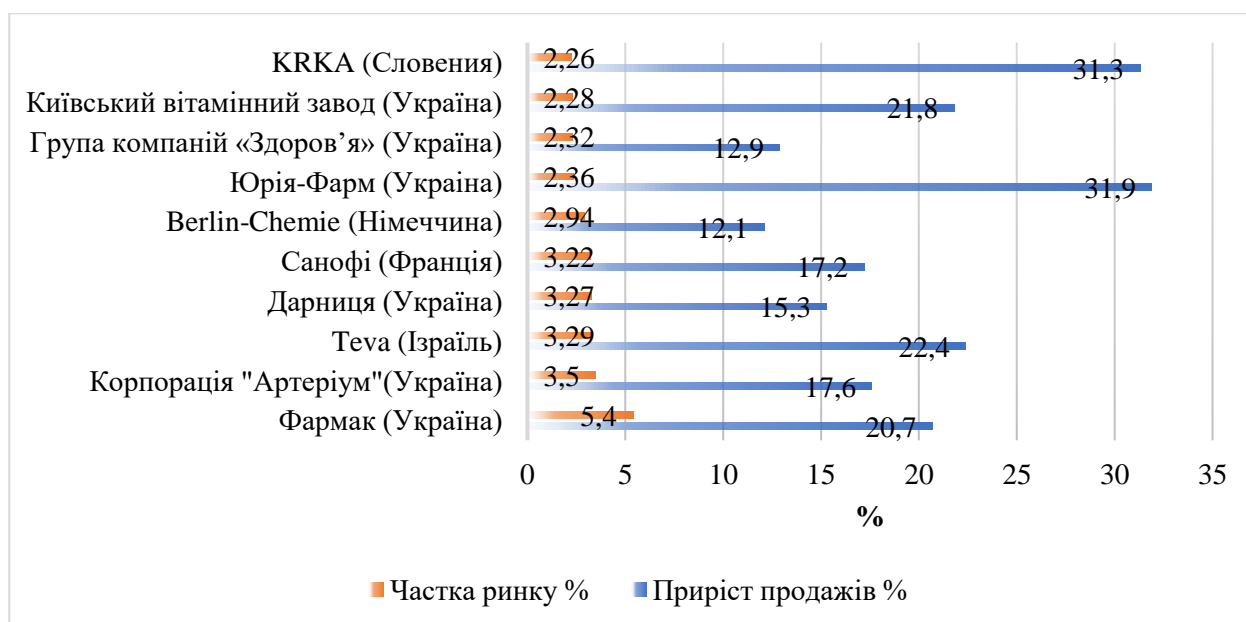


Рис. 2. Частка фармацевтичних підприємств у загальній місткості фармацевтичного ринка за 2018 р.

Джерело: опрацьовано автором за матеріалами [1]

Підбиваючи підсумки аналізу ролі фармацевтичної промисловості в економічному розвитку держави, необхідно підкреслити її важливу соціальну складову, тісний взаємозв'язок з іншими галузями промисловості, а також високу інноваційну та інвестиційну привабливість.

Таким чином, на даному етапі розвитку вітчизняна фармацевтична промисловість має певні труднощі. В той же час, намічена чітка стратегія щодо їх подолання. Необхідно переломити ситуацію по лікарської залежності від зарубіжних виробників, надаючи тим самим високоякісну лікарську допомогу населенню, і поширення позитивного досвіду за межі України. зараз відзначаються темпи спади фармацевтичного ринку. Інновації є, і їх багато, тільки потрібно сконцентруватися на їх впровадженні. Саме фармацевтичний бізнес в будь-якій країні світу, включаючи Росію, один з найбільш пріоритетних і прибуткових, адже незалежно від місця проживання, соціальної та расової приналежності, людям властиво хворіти, а державі піклуватися про здоров'я своїх громадян.

Список використаних джерел

1. Аптечный рынок Украины по итогам 2018 г.: *Helicopter View Еженедельник АПТЕКА*: веб-сайт. URL: <https://www.apteka.ua/article/486600> (дата звернення: 30.04.2019).
2. Гарматюк О. В. Збутова діяльність як важливий фактор розвитку фармацевтичних підприємств. *Міжрегіональна взаємодія логістичних систем в умовах трансформації економіки* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Умань, 18-19 травня 2018 р. / Редкол.: Школьнік О.О. (відп. ред.) та ін. – Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2018. – С. 23-26.
3. Ковінько О. М. Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип.11. URL:

<http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525> (дата звернення: 05.05.2019).

4. Мілюковська О.А. Фармацевтичний ринок України: аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку. *Перший Незалежний Науковий Вісник*. 2015. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/farmatsevtichniy-rinok-ukrayini-analiz-chasnogo-stanu-ta-tendentsiy-rozvitku> (дата звернення: 04.05.2019).

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ – ОСНОВА ЗАПОЧАТКУВАННЯ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

Гуменюк А. В., к. е. н., доцент

Космідайло І. В., к. е. н., доцент

Школенко О. Б., к. е. н., доцент

ПВНЗ «Європейський університет» Уманська філія

м. Умань, Україна

Виробнича діяльність будь-якого суб'єкта підприємництва починається з планування. Раніше плани часом мали формальний характер, зараз підприємці не можуть бути байдужими до свого бізнесу, до свого підприємства. Підприємець повинен знати сильні і слабкі сторони фірми та вміти спланувати її роботу. Неперевершене значення в цьому має бізнес-план.

Бізнес-планування є найголовнішим фактором підприємницького успіху. Воно дозволяє, перш за все, самому підприємцю визначити, яка послідовність дій є оптимальною і які витрати необхідні для того, щоб одержати очікуваний прибуток. Виникнення будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань: хто виступає конкретними споживачами, яким є ринок продукту підприємства, які кошти необхідні для реалізації проекту, чи виправдовує себе проект економічно тощо. Задля отримання відповідей на ці питання і складається бізнес-план.

Саме питаннями бізнес-планування, його функціями, структурою, методологією, логікою та технологією його розробки займалися такі вчені як Л. М. Макаревич, З. С. Варналій, А. М. Ігнат'єв, А. Б. Крутик, В. А. Рубе, та ін.

Бізнес-план – це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи та засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти фінансового бізнесу, а також особливості управління ним. Бізнес-план підсумовує ділові можливості та перспективи, пояснює, як ці можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів.

Іншими словами, бізнес-план – це документ, який включає перелік планових потреб та заходів щодо всіх основних сторін діяльності підприємства: його виробничі, комерційні і соціальні проблеми. Він складається на 3-5 років з

розбивкою по роках, а перший рік – по місяцях. На відміну від директивного плану він не приймає законодавчого характеру, а регулярно коригується в залежності від кон'юнктури ринку і, таким чином, адаптується до непередбачених ситуацій [1, с. 71].

Підготовка всебічного бізнес-плану потребує багато часу та зусиль. На думку З. С. Варналія, в першу чергу, необхідно визначити коло ваших споживачів, описати їх, охарактеризувати як вашого клієнта тих, хто в змозі купити ваш товар. Знаючи свого споживача, можна визначити, що саме йому потрібно – який товар або послугу він хоче отримати і чи спроможний за неї заплатити. Цей товар або послугу і слід виробляти. Таким чином, підприємець визначає можливий попит. (Хоча може мати місце ситуація або стратегія, яка передбачає створення свого споживача). Але тих, хто бажає задовольнити вашого споживача і відібрати потенційно ваші гроші дуже багато. Якщо ви зумієте правильно запропонувати свій товар чи послугу, – отримаєте компенсацію за ваш бізнес. У розвинутому ринку пропозиція визначає попит. В даному випадку під розвинутим ринком розуміється будь-який ринок, де вільно установлюються ціни шляхом торгу між продавцем і споживачем. На вітчизняному ринку багато виключень (які вже стали правилами), тому слід кожному підприємцю виробити власне бачення ринку, власне ставлення до ринку і, перевіряючи початкові свої гіпотези, виробити власний підхід до ведення бізнесу, свою стратегію. Будь-яка формула ринку може стати успішною при правильному наборі інструментів управління бізнесом [2].

Підготувавши бізнес-план, керівнику підприємства необхідно проаналізувати його, щоб знайти допущені помилки і виправити їх на папері. Тобто з'являється можливість уникнути помилки в реальному житті і не знищити почату справу. Таким чином ретельне бізнес-планування дозволяє підвищити шанси на успіх реалізації задуманої справи.

Як показали дослідження, у Сполучених Штатах Америки, де за останній час щорічно реєструється півмільйона малих підприємств, тобто біля півтори тисячі знову створених компаній щоденно, приділяється дуже велика увага бізнес-плануванню. Охочі займатися підприємницькою діяльністю можуть звертатися за індивідуальними консультаціями за всіма аспектами створення і управління малими підприємствами, наприклад, в Центри розвитку малого бізнесу. Або в Інститути малого бізнесу, які за звичай організують при коледжах. Інститути малого бізнесу спеціалізовані по напрямках і дозволяють використовувати більш глибокі професійні рекомендації.

Чисельність працюючих на більшості американських малих підприємствах не перебільшує 20 чоловік. Але вони створюють основні робочі місця, виконують значну частку науково-дослідних та конструкторських робіт, за час

свого розвитку обростають багаточисельними дочірніми фірмами і є в майбутньому фундаментом створення великих виробництв. Малі підприємства допомагають власникам створювати свою фінансову незалежність. Вони дозволяють розробляти і впроваджувати нові ідеї, нові технології і нові способи виробництва. Їх прибуток фінансує розвиток цих підприємств [4].

Формування уявлень про бізнес-план – це наступний крок після визначення сфери діяльності, мети діяльності, мети складання бізнес-плану, визначення назви підприємства або проекту. Бізнес-план повинен бути представлений у формі, що дозволяє зацікавленій особі отримати чітке уявлення про суть справи і ступеня його участі в ньому. Бізнес-план повинен бути написаний просто і ясно, мати чітку структуру. Обсяг і ступінь деталізації розділів визначаються специфікою і галуззю діяльності фірми. Перше уявлення про бізнес-план може дати його структура, яку і потрібно сформулювати [3, с. 140].

У бізнес-плані керівник підприємства формулює перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінює сильні й слабкі сторони бізнесу, наводить результати аналізу ринку та його особливостей, викладає подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначає обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту.

Якщо ви підприємець-початківець або ваша компанія порівняно молода і не планує випуск декількох найменувань товару необхідно скласти бізнес – план у вигляді тезисів, що допоможе вам зацікавити потенційних інвесторів та отримати попередні коментарі від них, які будуть корисні при написанні розгорнутого плану.

Ступінь деталізації бізнес-плану залежить від характеристики фірми незалежно від того, належить вона до сфери послуг чи до виробничої сфери. Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту.

Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії: початкову, підготовчу, основну [5].

Можна стверджувати, що процес розробки бізнес-плану має внутрішню логіку, яка заважає підприємцеві обійти через ключові етапи цього процесу. Наприклад, неможливо досліджувати ринок майбутнього бізнесу, не визначивши спочатку, який конкретно продукт чи послуга будуть продаватися. Доки не будуть проведені дослідження ринку, неможливо скласти реальний маркетинг-план.

Для ведення бізнесу, перш за все, необхідне бажання підприємця робити

бізнес, тобто бажання взяти на себе відповідальність за його результати і розуміння, заради чого він робить бізнес. По друге, ресурси. Розраховуючи лише на власні ресурси, підприємець суттєво зменшує ризики, але в той же час зменшує і можливості бізнесу [6].

З цієї причини, кредитні ресурси, інвестиції потрібні бізнесу і, за певних умов, підприємцю вигідно користуватись позиками. Тому важливо знати, яким чином можливо залучати їх і вміти правильно користуватись ними.

Вміння продемонструвати можливості і реалії бізнесу – це може зробити тільки справжній підприємець. Щоб показати свій бізнес, необхідно приймати участь у виставках, форумах тощо, необхідно створювати мережу контактів. Не останню роль відіграють сучасні засоби комунікацій, наприклад, Internet. Без вміння показати свій бізнес, свій товар – така діяльність залишиться просто витрачанням коштів. Бізнес-план, оформлений відповідним чином, може стати тією візитною карткою, за якою кредитори та інвестори з самого початку оцінюватимуть доцільність подальших контактів з підприємцем.

У формуванні ключових факторів успіху бізнесу та підготовці привабливого і реального бізнес-плану важливу роль можуть зіграти консультанти: консультанти з маркетингу, з фінансів, з управління, з юридичних питань, соціальних і психологічних проблем тощо. Модель ефективної підприємницької поведінки.

Таким чином, в умовах ринкової системи господарювання бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства; це документ, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проекту. Він дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності в процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно корегувати напрямки розвитку бізнесу. А також повинен давати можливість визначити життєздатність фірм за умов конкуренції, прогнозувати процеси розвитку виробництва, конкретизувати шляхи досягнення мети і подолання перешкод, бути чинником, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках вкладання коштів у розвиток виробництва.

Бізнес-планування повинно бути направлене на максимально швидке і ефективне виконання задуманої справи. Інакше кажучи, важливо не тільки розробити ефективний план, але й зробити все можливе для його реального здійснення. З точки зору використання бізнес-план на протязі конкретного проміжку часу, є основним документом для створення підприємства, його розвитку і прийняття основних рішень по керуванню ним.

Отже, ретельно складений бізнес-план не тільки допоможе прокласти курс фірми, але і послужить керівництвом по забезпеченню діяльності. Потенційні

інвестори практично щодня одержують безліч запитів по фінансуванню ризикованих проектів, а тому необхідно надати їм інформацію про фірму і її продукцію професіонально, відповідно до певного плану.

Тільки бізнес-план, підготовлений на основі потреби в інформації, необхідній для передбачуваних джерел фінансування проекту, безумовно, справить враження на власників капіталу з погляду оцінки уміння планувати. За інших рівних умов добре підготовлений бізнес-план завжди підвищить шанси на отримання фінансової підтримки з різних джерел.

Список використаних джерел

1. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: учебник. Москва: ИНФРА-М., 2006. 266 с.
2. Варналій З.С. Основи підприємництва : навч. посіб. - 2-ге вид., випр. і допов. Київ : «Знання-Прес», 2003. 280 с.
3. Липсиц И.В. «Бизнес-план - основы успеха: практическое пособие. Москва: Машиностроение, 2006. 267с.
4. Макаревич Л.М. Бизнес-планирование для малого предприятия. Москва: «Вершина», 2003. 174 с.
5. Муравьев А.И. Малый бизнес, экономика, организация, финансы: учебное пособие для вузов. 2-е изд. перераб. и доп. Санкт Петербург: «Издательский дом «Бизнес - Пресса», 1999. 608с.
6. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. Москва: ТГИС, 2000. 231 с.

РОЛЬ HR-МЕНЕДЖМЕНТА В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ

Ермалович Л. П., к. э. н., доцент

Институт бизнеса Белорусского государственного университета

Бурак Е. М., магистр управления и экономики

Институт бизнеса Белорусского государственного университета,

Туромша Е. П., к. физ.-мат. н., доцент

Белорусский государственный университет

г. Минск, Республика Беларусь

В управлении организацией маркетинг персонала является, пожалуй, одним из важнейших элементов системы управления персоналом, позволяющим влиять на ее эффективность. Так, в функциях HR-менеджера в современных условиях, маркетинг персонала занимает ведущее место, ибо он призван формировать восприятие компании как бренда не только на рынке, но и в сознании работающих сотрудников, формировать положительный имидж компании, как на рынке труда, так и внутри организации.

Изменяющаяся структура рынка труда, связанная с информатизацией экономики объясняет возрастание роли HR-маркетинга, основной задачей которого является правильное позиционирование компании-работодателя. Внимание к имиджу особенно актуализировалось в последние годы в связи с обострившейся проблемой выбора, вставшей перед людьми и обусловлено возрастающей конкуренцией на разнообразных рынках, в том числе и на рынке труда. Негативные последствия стихийного формирования имиджа организации приводят к непредсказуемым результатам. Но многие руководители компаний не всегда понимают глубины понятия имиджа и необходимости управления им. Понимание важности имиджа организации и принципов его построения дает бизнесменам возможность развития своего бизнеса. Являясь важнейшей характеристикой организации, имидж играет значимую роль в повышении её конкурентоспособности и привлечении к ней потребителей и партнёров.

Нельзя забывать, что бренд работодателя – это в первую очередь люди, работающие в компании, а также те, кто мог бы потенциально в ней работать. От того какой видится организация глазами сотрудников, создается или позитивный, или негативный образ. Когда выстроен внутренний HR-бренд, когда сотрудники гордятся тем, что работают в вашей компании, не нужно специально выстраивать внешний бренд, т.к. они сами расскажут во внешнем мире, какая хорошая ваша компания.

Осуществление функции HR-маркетинга позволяет организации не только занять, но и закрепить лидирующие позиции на рынке. Создавая свой бренд, организация раскрывает свои преимущества и возможности и тем самым привлекает определенных людей. Но при этом надо понимать, что бренд не обязательно привлекателен для всех. Следует учесть, что потребители уже разделены на группы благодаря особенностям построения социальных сетей. Следовательно, привлекать внимание желательно строго необходимого сегмента целевой аудитории. Бренд должен ориентироваться на свою целевую аудиторию и отвечать потребительским ожиданиям именно той части аудитории, для которой значимыми будут, например, творческая и сложная работа и т.п. Это могут быть люди с определенным образованием и опытом, или молодежь, или работа, требующая уникальных знаний и навыков. При формировании бренда необходимо учитывать тот факт, что многие методы формирования имиджа реализуются в социальных сетях. Этот канал позволяет донести нужную информацию о компании. Доступность и скорость распространения информации значительно возросла. Часто некорректное поведение персонала может нанести значительный ущерб бизнесу. Недовольный клиент, разместив в социальных сетях видео, или написав пост, формирует восприятие организации потенциальными клиентами, что может

нанести значительный вред вашей компании. Известно, что большая часть кандидатов использует социальные сети для оценки потенциальных работодателей, для определения перспективности работы в компании и отношения к сотрудникам.

Любая компания должна регулярно оценивать состояние HR-бренда. Для этого проводится регулярный мониторинг упоминаний компании в социальных сетях, в блогах и других социальных медиа, что является полезным для формирования как внешнего, так и внутреннего HR-бренда [1].

Создание внутреннего HR-бренда требует от руководителей и HR-специалистов тщательной работы по выстраиванию своей кадровой политики. Мы не можем сегодня рассчитывать на то, что наши сотрудники будут у нас работать всю жизнь. На рынке труда увеличивается количество представителей поколения Y, а они хотят жить здесь и сейчас, и не ориентированы на долгую работу, которая когда-нибудь принесет им свои плоды. Важно организовать системное обучение персонала деловым коммуникациям, правилам общения с клиентами, осуществлять контроль. Положительный имидж фирмы снижает риск морального разочарования в товарах фирмы покупателями, увеличивает удовлетворение, которое сотрудники фирмы получают от работы через чувство принадлежности к ней.

Изменения, происходящие в обществе, меняют содержание труда HR-менеджера. В некоторых компаниях уже появляется должность директора по взаимодействию с сотрудниками и клиентами. Впечатления от компании формируются в процессе взаимодействия с ее брендом, продукцией или услугами, ценностями, стратегией и руководством. Таким образом, идея заключается в том, что клиенты и сотрудники это одни и те же люди [2]. Клиенты будут удовлетворены работой компании, если сотрудники компании вовлечены в работу, гордятся своей компанией и чувствуют ответственность за нее.

Организатором формирования бренда работодателя является, в первую очередь, HR-менеджер. Результатом его деятельности является, во-первых, образ компании как хорошего места работы. Во-вторых, это экономические, профессиональные и психологические выгоды будущих сотрудников компании. И, в-третьих, как доносятся ценности компании до всех заинтересованных лиц.

Именно HR-менеджер способен учесть все факторы, формирующие внутренний имидж среди персонала. Бренд работодателя зависит от уровня лояльности сотрудников, от предоставляемых социальных гарантий, от того насколько открыто руководство, насколько престижна компания, какова моральная атмосфера в организации и есть ли возможность карьерного роста и др.

Практика показывает, что лояльность к компании существенно влияет на качество выполняемой работы, творческий подход к решению

профессиональных задач, способность брать на себя дополнительные функции и ответственность, прикладывать максимум усилий для достижения общих целей. Лояльные работники также готовы мириться с временными трудностями компании, они меньше сопротивляются организационным изменениям. Лояльность сотрудников является условием формирования у них высокой профессиональной мотивации, которая, в свою очередь, отражается на всех сторонах деятельности.

Чем рынок более насыщен, тем более важным становится брендинговая составляющая, тем более важную роль бренд играет в обеспечении приверженности потребителей. Но бренд не рождается по мановению волшебной палочки, бренд – результат вдумчивой аналитической работы. Управление брендом (Brand Management) – это не только процесс управления торговыми марками с целью стратегического увеличения стоимости бренда. Это также персонал, ответственный за создание индивидуальных черт бренда, ценностей бренда, стремящийся творить, изменять бренд для достижения максимальной эффективности деятельности организации.

Компании с сильным HR-брендом выигрывают в конкурентной борьбе. Эти компании имеют более высокую производительность труда, ниже текучесть кадров, больше предложений на заполнение вакансий, высокий уровень лояльности персонала и клиентов, сотрудники проявляют инициативу и меньше сопротивляются изменениям и т.п. И важно при этом понимать, что HR-брендинг это не просто формирование представления о компании, но это целенаправленный процесс формирования реальной рабочей среды, способствующей поддержанию лояльности и приверженности сотрудников компании.

Сотрудники компании это целевая аудитория HR-бренда. Его формирование предполагает реализацию всех функций управления персоналом. HR-менеджеру необходимо сконцентрировать усилия уже на подборе персонала, выявив систему ценностей кандидатов, определить насколько она совпадает с ценностями компании. Далее требуется тщательная работа по адаптации персонала, правильно построенная программа адаптации является основой для формирования корпоративной культуры. Также большую роль в формировании внутреннего HR-бренда играет организация обучения и развития персонала. Частью корпоративной культуры становятся встречи рядовых сотрудников с руководством компании. Такие встречи позволяют учитывать интересы сотрудников, информировать их об основных достижениях и изменениях в компании, мотивировать сотрудников через признание их успехов.

Таким образом, построение сильного внутреннего HR-бренда требует системного подхода, позволяющего обеспечить согласованность процессов на всех этапах, начиная с позиционирования компании на рынке труда до выявления причин увольнения сотрудников. Реальная рабочая атмосфера и процессы в компании должны соответствовать обещаниям, иначе эффект будет отрицательным как в плане восприятия компании сотрудниками, так и на рынке труда.

Список использованных источников и литературы

1. Бруковская О., Осовицкая Н. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании. URL: <https://www.litres.ru/nina-osovickaya/hr-brend-5-shagov-k-uspehu-vashey-kompanii/chitat-onlayn/> (дата доступа: 05.04.2019).
2. Кожевникова Т.Ю. HR как он есть. М.: ООО «Издательство «Эксмо», 2017.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Клименко Л. В., к. е. н., доцент

*Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна*

Однією з ключових умов стійкого соціально-економічного розвитку України, підвищення її конкурентоспроможності, інтеграції у світовий економічний простір, реалізації транзитного потенціалу є наявність розвинутої логістичної транспортної системи. Зміцнення регіональних, міжрегіональних і міжнародних транспортно-комунікаційних зв'язків забезпечує не тільки зростання обсягів перевезень територією країни, але і позитивно впливає на обсяги виробництва ВВП країни, обсяги міжнародної торгівлі, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення рівня життя населення.

Шляхи вирішення проблем стратегічного розвитку логістичних транспортних систем закладені ідеями і вченнями видатних представників різних наукових шкіл, серед яких: Дж. Акерлоф, С. Бубнов, О. Вільямсон, Б. Гільдебрант, Дж. М. Кейнс, Н. Васильків, В. Павлов, В. Перебийніс, Л. Чернюк, О. Ярош. Проте, ускладнення схем міжнародних перевезень і необхідність їх оптимізації, розвиток форм економічної взаємодії суб'єктів господарювання, необхідність формування й управління ланцюгами поставок матеріальних цінностей потребують подальшого розвитку логістичних транспортних систем України.

Існуючий стан логістичних транспортних систем України характеризуються суттєвими проблемами, до яких, у першу чергу, слід віднести

відсутність чіткого стратегічного бачення подальшого розвитку, слабкість теоретико-методологічного підґрунтя й організаційних підходів до державного регулювання і стимулювання розвитку логістики, невідповідність транспортної політики України викликам сучасних глобалізаційних процесів, застарілі форми взаємодії між органами державного, регіонального і галузевого управління у процесі розвитку логістичного простору країни. Залишається незадовільним рівень використання ресурсів і можливостей розвитку, зокрема, щодо формування й ефективності функціонування міжнародних транспортних коридорів, транспортно-логістичних кластерів, інноваційної спрямованості техніко-технологічного оновлення логістичних транспортних систем [1, 2].

Питома вага транспортних послуг у валовому внутрішньому продукті України складає близько 12 %, при цьому зношеність основних виробничих фондів складає біля 85 %, кількість працюючих в галузі – 5,6 % від загальної чисельності працівників, зайнятих в економіці країни [3].

На жаль, характерними рисами сьогоденного стану діяльності вітчизняних логістичних транспортних систем є наступне. Стрімко йдуть на спад обсяги перевезень, критичного рівня досяг фінансовий стан галузі, практично зношений рухомий склад та матеріально-технічна база, їх реконструкція, ремонт та технологічне обслуговування фактично відсутні. Вкрай незадовільно вирішуються питання приватизації, розвитку державно-приватного партнерства, залучення інвестицій, технічних інновацій та технологічної модернізації в галузі, не задовольняються навіть мінімальні соціальні потреби працівників галузі, зруйнована система безпеки та контролю, поставлені в тінь питання встановлення тарифів та ціноутворення, закупівель та використання державного майна, вирішення міжнародних питань паралізоване, що призводить до втрати транзитних перевезень через територію України [3].

Маючи розгалужену транспортну інфраструктуру та знаходячись на перехресті найважливіших напрямів світової торгівлі між Європою, Азією та іншими континентами, Україна має всі передумови для сталого розвитку цієї галузі в рамках виваженої державної політики.

Сучасні стратегічні орієнтири міжнародних логістичних транспортних систем характеризуються наступними тенденціями в напрямку підвищення рівня логістичної агрегації.

1. Працездатність економіки, як потенціал певної системи, зростає, особливо при інтернаціональних зв'язках. Спеціалізація промислового виробництва має тенденцію до поглиблення, передусім в Західній Європі і Північній Америці де, порівняно з Японією, виробничі квоти створення вартості є більш істотними. Перегукуючись із цим поглибленням спеціалізації у виробничому створенні вартості, будуть створюватись нові міжорганізаційні

відносини (в напрямку: «*single sourcing*», «*outsourcing*», типових угод тощо). Отже, постачання, виробництво і збут будуть все більш інтегровані.

2. Розташування. Підприємницька діяльність стає більш просторово розташованою, скорочуються цикли виробництва, розширюються зони обслуговування і сфери збуту. Статистичним виразом цих змін загалом буде збільшення середніх відстаней постачання і поставки, а особливо, якщо в окремих галузях економіки буде прискорення «бідного» (без запасів) постачання. І це також ініціюватиме ефективність факторів розміщення, в т.ч. розміщення промислових підприємств поблизу споживачів.

3. Структура часу. Продовжуються тенденції до скорочення виробничого циклу. Зростають вимоги до надійності, термінів постачання як наслідки впровадження «бідного» (*just-in-time*) постачання і дистрибуції. Нові часові обмеження факторами використання – скорочення часу праці і часу управління, часові заборони перевезення і розвантаження, обмежений час розподілу і т. п. – ускладнюють логістику, обмежуючи наявність необхідних ресурсів для діяльності окремих логістичних галузей [1, 4].

На процес формування системи управління логістичними транспортними системами впливає ряд факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємств-користувачів-послуг. До таких факторів варто віднести наступні: фактори технологічного характеру, внутріфірмові фактори, фактори ринкового характеру, управлінські фактори [3].

Важливим стратегічними пріоритетами розвитку логістичної інфраструктури є дослідження та систематизація глобальних та субглобальних факторів формування сучасних логістичних транспортних систем. До глобальних орієнтирів розвитку можна віднести наступні:

1. Міжнародна експансія промисловості. Цей фактор спонукає фактично всі великі компанії до участі в бізнесі за межами своєї країни. У зв'язку з цим, організації тепер перебувають у постійному пошуку в межах суші і води земної кулі кращих варіантів доставки, збереження, розподілу і збуту своєї продукції.

2. Ріст міжнародної торгівлі та зростаючий дефіцит ресурсів. Даний орієнтир зафіксований Програмою дій «Порядок денний на XXI століття (*AGENDA 21*)», що була схвалена Конвенцією ООН по навколишньому середовищу і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 р.). У даному документі зазначено, що «за останні роки світова торгівля продовжувала зростати більш інтенсивно, ніж світове виробництво. Відкрита, справедлива, надійна, недискримінаційна багатобічна система торгівлі, що погоджується із цілями постійного розвитку, веде до оптимального розподілу глобального виробництва, відповідно до конкурентоздатності, і є вигідною для всіх торговельних партнерів». Зазначена вигода сьогодні багато в чому

підсилюється завдяки логістиці, що інтегрує діяльність міжнародних фірм і компаній для досягнення найбільш високих результатів.

3. Міжнародний поділ праці і кооперація. На світовому ринковому просторі сьогодні йде інтенсивний процес утворення нових і трансформація існуючих транснаціональних компаній, які змушені використовувати в бізнесі глобальні логістичні канали і ланцюги.

4. Необхідність забезпечення конкурентних переваг на світовому ринку збуту продукції. Це може бути досягнуто за рахунок швидкої адаптації товаровиробників до умов ринкового середовища, попиту на продукцію та ефективної системи логістичного менеджменту.

5. Зміна філософії ринку. Сьогодні світова економіка переживає наступну фазу трансформації ринку, а саме перехід від «ринку продавця» до «ринку покупця». Це спричиняє: ускладнення системи ринкових відносин і підвищення вимог до якісних характеристик процесу розподілу, ріст «диктату споживача» стосовно виробників і їхніх партнерів по бізнесу.

6. Зростаюча економічна міць регіонів. Цей процес представляє більш широкі можливості переміщення матеріалів через збільшення споживання продуктів [3, 4].

До субглобальних орієнтирів розвитку логістики можна віднести ріст обсягів виробництва і пов'язане із цим збільшення витрат сфери обігу. Одержання продуктів і послуг пов'язане з величезними матеріальними витратами. Так, у Європейських країнах у промисловості вони, в середньому, становлять до 50 % всіх витрат, а в деяких галузях вони збільшуються до 80 – 90 %. Витрати, що пов'язані зі збереженням сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції на складах, становлять, у середньому, 10 – 15 % для країн Західної Європи і 20 – 28 % для держав СНД. А в Україні питомі витрати на виробництво продуктів і послуг були вищими, ніж у Японії, в 2,8 рази, ніж у США – в 2,7 рази і ніж у Німеччині – в 2,3 рази. Однією з основних причин такого перевищення стало ігнорування принципів логістики [1].

Отже, наведені стратегічні пріоритети дають можливість очікувати зростання значення логістики як в економіці загалом, так і в окремих галузях. Стратегічні завдання будуть ідентифікуватися з погляду окремих підприємств, передусім виходячи з їх двоякої необхідності: по-перше, посиленої підтримки логістичного менеджменту і, по-друге, інтенсивної підприємницької співпраці. В результаті, логістичне агрегування призведе до нових функціональних об'єднань, інституцій, та нових логістичних систем вищого порядку агрегації.

Список використаних джерел

1. Василий Зубков Транспортно-логистическая система Украины и транспортные коридоры. URL: <http://portsukraine.com/node/3709>].

2. Бубнов С.А. Требования к автомобильной логистической цепи (часть 1). URL: <http://www.bestlog.su/public/tr1.pdf>.

3. Перебийніс В.І., Перебийніс О.В. Логістичні транспортні системи підприємств: формування та функціонування: Монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2015. 207 с.

4. Васильців Н.М. Передумови та тенденції розвитку глобальної логістики. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. Логістика. 2014. №69. С. 267-274.

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТАНУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Корнієнко Т. О., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Під впливом економічної та політичної нестабільності перед підприємствами постає необхідність забезпечення економічної безпеки підприємств від різних проявів загроз і небезпек зовнішнього та внутрішнього походження, які суттєво впливають на потенціал підприємства, а також створення системи моніторингу індикаторів безпеки, обґрунтування і встановлення їхніх граничних значень, вживання заходів протидії загрозам і ризикам [1, с. 40]. Основні причини депресивного розвитку вітчизняних підприємств криються в інерції існуючої структури виробництва, його технологічній відсталості та фізичному зносі основних засобів, у відсутності пріоритетів державної науково-промислової політики, визначення яких дозволило б провести необхідну реструктуризацію потужностей, в умовах господарювання, що склалися в результаті неефективних, з погляду реального сектора економіки, перетворень, що не дають змоги підприємствам мати достатній обсяг коштів на проведення модернізації.

Безпека є невід'ємною якісною та кількісною характеристикою будь-якого об'єкта.

Поряд із категорією «безпека» в науковій літературі автори наводять ще кілька узагальнювальних понять: «стійкість», «небезпека», «ризик», «загроза», запозичені з різних галузей і до деякої міри трансформовані. Перелічені категорії розглядаються як базові не тільки для розкриття змісту поняття, виявлення й усунення загроз безпеці на всіх рівнях її забезпечення. Крім того, всі вони взаємозалежні, а тому кожна з них має лише відносну самостійність. Це означає, що розкриття сутності одних понять можливе лише за відповідного змісту інших.

Для поглибленого розуміння категорії «безпека» слід детальніше розглянути види небезпек:

– ризик – це можливе відхилення результатів конкретних дій від запланованих. Ці відхилення можуть бути пов'язані як із додатковими доходами, так і додатковими витратами [2, с. 43–46].

– загроза – це реальна можливість дії навмисного чи ненавмисного характеру, яка порушує режим функціонування підприємства, завдає матеріальної шкоди у формі фінансових втрат, включаючи упущену вигоду [3, с. 28–29].

Підприємство, як і товар, має свій життєвий цикл і проходить кілька стадій: створення, становлення на ринку, зрілості, а, можливо, й занепаду. Кожній стадії притаманні ризики. На стадії становлення переважають ризики хибної цінової і збутової політики, формування статутного капіталу та інші, на стадії зрілості – ризики зменшення розмірів власного капіталу, втрати іміджу, невиконання дебіторських зобов'язань покупців, на стадії спадання ділової активності виникає ризик невиконання зобов'язань за угодами, кадровий, кредитний і ризик неплатоспроможності [4].

Величина впливу ризику залежить не лише від розміру, віку, обсягу фінансових ресурсів підприємства, але і від виду продукції, яку підприємство виробляє. Це не завжди повинні бути нові види продукції. Досить часто підприємство досягає успіху від удосконалення вже виробленої ним продукції. Перш ніж виготовляти продукцію, потрібно ретельно вивчити ринок, а саме: який товар матиме попит, скільки його можна буде продати на даному ринку, за якою ціною і найголовніше, який прибуток в результаті можна отримати.

Дослідивши ризики, можна визначити основні суб'єкти, що є потенційними носіями загроз для економічної діяльності підприємства. До них відносять:

- державу з важелями впливу – законодавча база, податки та кредити;
- держави–партнери по здійсненню експортних операцій з національною законодавчою базою та правилами транспортних перевезень, а також власною податковою та кредитною системами;
- підприємства–конкуренти, здатні виготовляти та реалізувати продукцію аналогічної якості;
- покупці, споживчий попит яких постійно змінюється;
- виробничі партнери, які постачають сировину та матеріали, від своєчасного виконання зобов'язань яких залежить забезпеченість різними видами ресурсів [5, с. 90–126].

Отже, у результаті проведених досліджень було визначено такі способи нейтралізації ризиків: резервування засобів; страхування ризику; пошук та отримання додаткової інформації ухилення від ризику; розподіл ризику між учасниками; передача ризику; диверсифікація і лімітування ризику тощо. Якщо

ризикам не приділяти належної уваги, то вони неминуче стануть реальною загрозою функціонуванню й розвитку підприємства. Тому для виявлення й усунення загроз і ризиків, які впливають на економічну безпеку суб'єктів господарювання, потрібно своєчасно оцінити та діагностувати рівень економічної безпеки підприємств.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства : підручник / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак, О. В. Козирева, П. Д. Латін; за ред. О. В. Посилкіної. Харків : Вид-во НФаУ Золоті сторінки, 2006. 488 с.
2. Власюк О. С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку. *Нац. ін-т пробл. між нар. безпеки і оборони України*. Київ, 2008. С. 43–46.
3. Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенка О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с.
4. Корнієнко Т. О. Особливості оцінки рівня економічної безпеки підприємства. *Фінансове забезпечення стійкого розвитку економіки України*: колективна монографія / за ред. Слатвінського М.А. Умань : ФОП Жовтий О.О., 2016. С. 146–151.
5. Прохорова. В. В., Прохорова Ю. В., Кучеренко О. О. Управління економічною безпекою підприємств : монографія. Харків : УКР ДАЗТ, 2010. 282 с.

ВПЛИВ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мігус І. П., д. е. н., професор
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
м. Київ, Україна

Під терміном «безпека підприємства» розуміється стан захищеності від загроз. З цього визначення випливає, що для забезпечення безпеки необхідно послідовно здійснити кілька кроків, або етапів:

- визначити, що саме загрожує підприємству, тобто види загроз;
- розробити та впровадити систему дій, заходів, заходів, спрямованих на захист підприємства від цих загроз;
- знайти і використовувати надійні критерії або показники захищеності від загроз, тобто критерії ефективності дій, спрямованих на захист підприємства від загроз.

Види загроз підприємству. До зовнішніх загроз відносяться загрози, які виходять від конкурентів, а іноді і партнерів по бізнесу, кримінального середовища (шахрайство, вимагання тощо). Істотним джерелом загрози може бути громадськість: різні рухи, партії, організації. В умовах недосконалої законодавчої бази підприємства, що не порушує законів, можуть завдати значної шкоди цілком законні дії державних структур, зокрема правоохоронних

органів. І, звичайно ж, не можна забувати про природні (повені, зсуви і т. п.) і техногенних фактори (пожежі, хімічне та радіоактивне зараження та інше).

Підприємство схильне також до внутрішніх загроз. Існують внутрішні джерела небезпеки, які можуть бути не менш руйнівними, ніж зовнішні. Проводячи аналогію між живою істотою і організацією, багато вчених називають ці загрози хворобами, або патологіями організацій [1].

Крім того, не слід забувати і те, що між зовнішніми і внутрішніми загрозами існує тісний зв'язок. Вона може полягати в тому, що джерело зовнішньої небезпеки, наприклад конкурент, цілеспрямовано посилює хворобливі тенденції всередині організації суперника, щоб послабити або знищити її цілком.

Як стверджує Е. Берн, крім зовнішньої межі, структура будь-якої організації передбачає наявність головної внутрішньої межі, що відокремлює зону лідерства від зони членства. Таким чином, можна розрізнити три види внутрішніх конфліктів, які відволікають творчу або продуктивну енергію організації і є внутрішніми джерелами небезпеки, а саме:

- конфлікти або напруги в зоні членства організації;
- напруження в зоні лідерства;
- напруги або конфлікти між зоною лідерства і зоною членства.

Прикладом загроз першого виду може бути прихований конфлікт між структурними підрозділами підприємства або працівниками одного і того ж підрозділу.

Особливо руйнівні конфлікти в зоні лідерства. І все ж найбільш часто ми можемо зіткнутися з погрозами третього виду — конфліктами між зоною лідерства і зоною членства організації. Їх частота і інтенсивність прямо залежать від рівня лояльності персоналу. У рамках цього виду загроз нам потрібно протистояти великому спектру хвороб організації, починаючи від демотивуючої стилістики управління (такого, який руйнує лояльність і трудову мотивацію персоналу) до патологічної корпоративної культури, яка призводить до підвищення неблагонадійності персоналу, деградації і загибелі організації. Саме люди, їх талант і здібності, їх зацікавленість в успіху, а не машини та матеріали є головною умовою процвітання бізнесу. Західні фахівці з економічної безпеки вважають, що від правильного підбору, розстановки і стимулювання персоналу збереження фірмових секретів залежить як мінімум на 80%.

Щодо природи благонадійності існують різні точки зору. Наприклад, Т. О. Соломанидина і В. Р. Соломанидин [2] зазначають, що благонадійний у суспільному, соціальному сенсі людина буде надається в будь-якій компанії, незалежно від її культури, норм та цінностей, якщо вони не будуть суперечити

загальноприйнятим і загальнолюдським нормам. На їх думку, такий працівник буде неухильно підкорятися нормам компанії, але не в силу своєї прихильності, а в силу своєї законслухняності. Такий погляд видається дещо ідеалізованим. Справа в тому, що лояльність може чинити істотний вплив на благонадійність співробітників, між ними існує взаємозв'язок.

Отже, підвищуючи лояльність наших працівників, ми захищаємо підприємство від значної частки внутрішніх загроз. Але складність полягає в тому, що причиною значної частини загроз такого характеру є психологічна некомпетентність керівників, менеджерів або їх невідповідність професійно важливим вимогам.

У процесі численних психологічних досліджень встановлено, що більшість людей хочуть працювати добре. Але те, як вони працюють насправді, залежить від керівника. На жаль, дуже часто можна спостерігати організації, в яких персонал працює не завдяки керівництву, а всупереч йому. Некомпетентні керівники руйнують навіть ті залишки мотивації, які були присутні у співробітників на момент найму на роботу.

З метою захисту бізнесу від внутрішніх загроз Олег Королюк, виконавчий директор Київського офісу Internet Securities Inc., рекомендує керуватися наступними правилами:

- створити дієву систему матеріальних стимулів;
- забезпечити кожного співробітника довготривалою роботою;
- ставитися до співробітників як до особистостей, здатним приймати самостійні рішення;
- забезпечити участь у прибутках;
- створити можливості для просування по службі;
- забезпечити участь усього персоналу у виробленні рішень;
- створити гнучку, не травматичну систему звільнень.

Зараз, стверджує О. Королюк, все більше керівників приходять до необхідності створення у фірмі сімейної відкритої, неформальної, чуйною і трохи грайливої — атмосфери. У колективі, де панує повага і довіра, дружні відносини і підтримка, гнучкий графік роботи, можливість роботи «на стороні», корпоративні вечірки, спортивні та інші «сімейні» заходи, бажання зрадити колектив і видати бізнес-інформацію компанії практично не виникає.

На сьогоднішній день діяльність служб безпеки підприємств сфокусована головним чином на захист від зовнішніх загроз. При цьому часто ігноруються внутрішні соціально-психологічні джерела небезпеки. Причиною загибелі підприємств є, як правило, сукупність причин, серед яких внутрішні загрози грають не останню, а іноді й вирішальну роль.

Підприємство може вкладати величезні суми грошей в забезпечення системи зовнішньої охорони, захист комерційної таємниці в інформаційних системах, але загинути в силу внутрішніх причин, наприклад, через відсутність елементарної довіри співробітників до керівництва фірми.

Лояльність персоналу і профілактика крадіжок і шахрайства. Майже всі, хто вивчає проблеми крадіжок та шахрайства персоналу, приходять до висновку, що запобігти їх тільки методами контролю (технічного та іншого), навіть самого ретельного, неможливо. «Дуже неприємно, – зазначає В. Тараненко [3], – коли тебе безперервно в чомусь підозрюють і ти змушений перебувати в ролі вічно виправдувань. Ще нестерпнішими, коли під виглядом безпеки бізнесу відверто втручаються в твої особисті справи. Не дивно, що персонал починає «голосувати ногами». А першими завжди йдуть крадіжки».

В умовах «всепрощення злочинства» в соціальному середовищі, зазначає В. Тараненко, бізнесу не залишається іншого виходу, крім ізоляції своєї корпоративної ідеології від суспільної. Злочинство, на його погляд, починається там, де втрачається сенс служіння своїй справі. Якщо людина отримує справжнє задоволення від своєї роботи, то ймовірність того, що він «польститься» на чуже добро, істотно знижується.

З метою профілактики крадіжок фахівці рекомендують впроваджувати у свідомість персоналу ідеологію загальної справи, заохочувати працівників не тільки за результати праці, але і за сумлінне ставлення до нього, культивувати етику професійної честі, совісті і боргу. Але всі ці дії керівництва, по суті, є кроками до формування лояльності персоналу. «Зробіть будь-яку працю на фірмі почесним і цікавим, і нехай у вас частіше звучать слова вдячності і подяки від керівників усіх рангів на адресу своїх підлеглих» [3].

Щоб поставити надійний заслін крадіжки, вчені рекомендують зробити максимально прозорими фінансові та матеріальні потоки всередині фірми, чітко визначити і строго розмежувати службові повноваження працівників. «Приберіть зайвих людей, і тоді безцільні хитання і пошуки «чогось» припиняться самі собою. Будь-яке неробство розбещує і провокує до крадіжки, адже треба якось покращувати свій матеріальний статус. Аналогічно – невизначеність обов'язків: займаючись «всім потроху», звикаєш до безконтрольності» [3].

Створення атмосфери відкритості, яка є умовою формування лояльності, одночасно виступає одним із засобів профілактики крадіжок персоналу. Безумовно, в деяких випадках не уникнути застосування технічних засобів контролю, але їх використання має бути гласним, «без елементів параноїдальної підозрілості». Вчені відзначають, що якщо в колективі сформувавши ділові відносини, засновані на відкритості, персональної відповідальності та

конструктивної зворотного зв'язку, можна скоротити не лише втрат, пов'язаних з крадіжками, але і витрати на створення систем технічного моніторингу.

Для вирішення завдання запобігання крадіжки персоналом підприємства В. Тараненко пропонує створювати так звану «самоконтролюючу систему». Її основним елементом є максимальна прозорість для всіх працівників фінансових і матеріальних потоків всередині підрозділів фірми, що одночасно є і однією з важливих умов або принципів формування лояльності. Цей автор стверджує, що сучасний бізнес та властиві йому методи менеджменту занадто «затемнюють» механізми розподілу загального прибутку. Саме з цієї причини злочинство і корупція стали бичем сучасного бізнесу в багатьох країнах. Появі цих вад, на його погляд, можна перешкодити допомогою встановлення паритетних договірних відносин між роботодавцями і виконавцями. «Якщо ви хочете кардинально покінчити з крадіжками, введіть на своїй фірмі абсолютно прозорі і чесні правила для всіх без винятку. І ніколи не дозволяйте їх порушувати ні собі, ні кому б то не було і ні за яких обставин. І пам'ятайте також, що сила особистого прикладу керівника з часом породжує стійку культуру і традицію.

Отже, лояльність персоналу є важливою умовою запобігання та усунення багатьох внутрішніх загроз. Лояльність не виступає в якості єдиної панацеї від усіх проблем в організації, але будь-яка організація – це система, в якій взаємодіють безліч елементів. Лояльність виступає одним з таких елементів і впливає на процеси і явища, в т. ч. визначає безпеку та «здоров'я» підприємства.

Список використаних джерел

1. Де Гиус А. Живая компания. Рост, научение и долгожительство в деловой среде. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
2. Соломанидина Т. О., Соломанидин В. Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. *Журнал «Управление персоналом»*, 2005.
3. Тараненко В. Непродуктивная психология, или Бомба для директора. *Визитка: досье на партнера*. К.: Ника-Центр, 2004.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Побережець Н. Б., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Одним з пріоритетних напрямків економічних досліджень у зв'язку з необхідністю адаптації українського агропромислового комплексу у світовому господарстві є розуміння взаємозв'язку конкурентоспроможності, стратегії

диверсифікації, інституційного регулювання. Методи посилення конкурентних переваг та інституційної підтримки повинні бути адаптовані до умов входження України у Світовий економічний простір з використанням традиційних і нових методологічних підходів: аналізу, синтезу, моделювання, інформатизації, експертних оцінок та ін.

Однією із найчастіше вживаних стратегій управління ризиками є диверсифікація, що передбачає участь у більше ніж одному виді господарської діяльності. Диверсифікація за умов української нестабільної економіки є ефективним засобом зменшення ризиків і збільшення прибутків.

Стратегія диверсифікації у сільському господарстві є важливим механізмом економічного зростання. Однак це залежить від того, чи існують можливості для диверсифікації та реагування господарств на них. Сільськогосподарська диверсифікація може бути спрощена технологічним прогресом, змінами споживчого попиту, урядовою політикою або торговими домовленостями, а також розвитком інфраструктури. З іншого боку, це може мінімізувати або попереджати ризики, які можуть виникнути через зміни ринкової кон'юнктури, цін, деградації природних ресурсів тощо.

Диверсифікація виробництва в сільському господарстві, на відміну від інших галузей економіки, має свої ознаки, зумовлені специфікою аграрного виробництва. Серед об'єктивних передумов до застосування диверсифікації варто зазначити наступні: властивості конкретного ґрунту, біологізацію землеробства, розбіжність в цінах на сировину і готову продукцію, що стимулюють власну переробку, сезонність виробництва і використання робочої сили, високі витрати на транспортування продукції, нестабільність господарювання, пов'язану з природними факторами. [1]

Використання стратегії диверсифікації у підприємствах агропромислового комплексу має ряд особливостей:

- відповідно до потреб ринку і попиту на продукцію АПК значно розширюється асортимент сільськогосподарської продукції;

- відповідно до заявок на продаж сільськогосподарської сировини агропідприємства організовують переробку на місці, тобто використовують свою територію для здійснення ще одного виду діяльності;

- для реалізації власної, а іноді і не тільки своєї продукції підприємства створюють торговельні організації, оптові бази, об'єкти соціально-культурного характеру, які також виконують істотну роль з розвитку ринкової економіки і галузей сільського господарства;

- у результаті здійснення диверсифікації виробництва встановлюються зовнішньоекономічні і торговельні зв'язки з підприємствами ближнього і далекого зарубіжжя, з іншими регіонами;

– підприємства, що спеціалізуються на переробці сільськогосподарської сировини, з метою поліпшення своєї діяльності додатково орендують землю, тим самим диверсифікують і розвивають свою інвестиційну діяльність і підвищують ефективність капітальних вкладень;

– для отримання додаткових доходів і участі в управлінні, сільськогосподарські об'єднання придбавають акції та інші цінні папери інших переробних підприємств;

– здійснюється диверсифікація каналів реалізації продукції, ринків, збільшення покупців; організовуються системи торгових підприємств.

Диверсифікація є інструментом ризик-менеджменту, та, відповідно, підтримання сталого розвитку підприємства. Як правило, природно-кліматичні та ринкові ризики мають різнонаправлений вплив на виробництво різних видів сільськогосподарської продукції і, відповідно, їх негативний вплив в одних напрямках компенсується позитивним на інших.

Суб'єкти господарської діяльності обирають стратегію диверсифікації керуючись наступними факторами:

– ринки для господарської діяльності виявляються в стані насичення або ж скорочення попиту на продукцію внаслідок того, що продукт перебуває на стадії спаду;

– поточна господарська діяльність дає фінансові надходження, що перевищують потреби, які можуть бути прибутково вкладені в інші сфери бізнесу;

– нова господарська діяльність може викликати синергічний ефект, наприклад за рахунок кращого використання устаткування, сировини;

– антимонопольне регулювання не сприяє подальшому розширенню бізнесу в рамках даної галузі;

– скорочені втрати від податків;

– спрощений вихід на світові ринки;

– залучені нові кваліфіковані співробітники або ж краще використаний потенціал наявних менеджерів [2].

Головна небезпека застосування стратегії диверсифікації пов'язана з розпорошенням сил та з проблемами управління диверсифікованими підприємствами. Стратегія диверсифікації реалізовується тоді, коли суб'єкт господарювання більше не може розвиватися на даному ринку в рамках даної галузі.

Отже, процес диверсифікації досить трудомісткий, але необхідний підприємствам, які реалізують свою діяльність в галузях сільського господарства. У будь-який час може змінитися як ситуація на основних ринках,

так і загальна політична ситуація: підвищення або встановлення додаткових мит; введення заборон на виробництво і реалізацію тих чи інших товарів, робіт, послуг тощо. Внаслідок цього можливо ускладнення збуту, посилення конкурентного тиску, і виникне необхідність скорочення обсягів випуску або, навіть, ліквідація тієї чи іншої сфери діяльності.

Тому в початковій стадії виробництва потрібно відразу ж планувати нові варіанти діяльності та види продукції. Основна діяльність часто не сприяє підприємцям організувати нові види і напрямки роботи. В результаті, підприємства стикаються з різким спадом обсягів збуту і реалізації продукції, виникає єдина прийнятна міра впливу – це звільнення певного і часом основного числа працівників, на навчання та перекваліфікацію яких були витрачені час і гроші.

Розвиток сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах загострює конкуренцію, що призводить до скорочення зайнятості трудових ресурсів, зниження доходів, рівня і якості життя, відтоку працездатного населення з сільської місцевості. Запобігти масовому безробіттю допоможе розвиток нових видів підприємницької діяльності, а одним з найважливіших напрямків розвитку аграрної сфери економіки України є стратегія диверсифікації.

Список використаних джерел

1. Малік М. Й. Актуальні питання диверсифікації виробництва в аграрній сфері. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1689> (дата звернення: 09.05.2019)
2. Ковінько О. М. Сутність та зміст стратегії диверсифікації підприємств при виході на зовнішній ринок. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 5, т. 2. С. 7-11.

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: РОЛЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ

Подзігун С. М., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Цифрові медіа забезпечують швидке поширення інформації та новин, стають основним засобом реклами та взаємодії з клієнтом. Основне завдання цифрового маркетингу – формування стратегії просування компанії та товару за допомогою цифрових каналів, що передбачає специфіку медіапланування, використання «вірусного» відео та спеціального контенту для залучення уваги мільйонів людей, активну присутність компанії в соціальних мережах.

У сучасному світі від швидкості прийняття рішення залежить перевага над конкурентами. Цифровий маркетинг дозволяє впливати на процес взаємодії зі

споживачем у реальному часі. Така перевага допомагає суттєво збільшити ефективність маркетингу.

Цифровий маркетинг (digital marketing) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу.

Основний тренд сучасного маркетингу – бажання покупців стати частиною бренду. Споживачі не тільки цікавляться продукцією, вони хочуть отримувати цікаву інформацію про бізнес, бренд, керівника компанії. Створити повноцінну двосторонню комунікацію дозволяють цифрові маркетингові медіа канали. Вже сьогодні B2B компанії, які ведуть свої блоги, знаходять на 67% більше потенційних клієнтів, ніж ті, які не публікують матеріали в блогах (дані MarketingTechBlog). Одним з елементів підвищення лояльності до бренду є персональна присутність власника бізнесу, керівників, менеджменту в соціальних мережах. Так, 52% компаній збільшили попит на свої товари і послуги за допомогою Facebook, 43% – завдяки LinkedIn.

Нові технології та стратегії дозволяють значно збільшити ефективність маркетингу, особливо, якщо використовувати їх раніше своїх конкурентів. Нижче запропоновано перелік ключових трендів digital-маркетингу, які є актуальними:

1. *Орієнтація на мобільні пристрої з гео-таргетингом.* Користувачі мобільних гаджетів запускають близько 75 окремих клієнтських сеансів щодня, що дорівнює приблизно трьом годинам екранного часу. Для digital-маркетологів це означає 75 можливостей щодня безпосередньо взаємодіяти із споживачем.

2. *Відео-контент.* Відео у найближчому майбутньому почне виконувати функції пошуку. YouTube вже вважається другою за величиною пошуковою системою у світі. Статистика показує, що до 2020 року 80% інтернет-трафіку буде пов'язано з відео. Створення облікового запису на YouTube і регулярне завантаження контенту не вимагає особливих зусиль, до того ж, воно абсолютно безкоштовне.

3. *Чат-боти* – це програми, які здатні імітувати спілкування користувача з одним або декількома співрозмовниками. Як правило, вони створюються на базі таких додатків, як Telegram, FB Messenger, Skype, Viber та ін. Такий віртуальний співрозмовник може бути розроблений навіть без залучення програмістів. Основна ідея використання чат-ботів полягає в автоматизації повторюваних процесів та інтерактивному спілкуванні з користувачем. У зв'язку з економією ресурсів, використання чат-ботів, за прогнозами, стрімко збільшиться і до 2020 року буде забезпечувати 85% обсягу послуг взаємодії з

клієнтами. Статистичні дані показують, що використання чат-ботів допоможе зберегти більш ніж 8 мільярдів доларів до 2020 року.

4. *Мобільний світ*. На даний час понад 60% користувачів здійснюють пошук в Інтернеті за допомогою мобільних пристроїв: починаючи з використання соціальних медіа і закінчуючи он-лайн покупками, банківськими послугами. Все більше і більше користувачів довіряють своїм мобільним гаджетам, а кількість осіб, які використовують стаціонарні персональні комп'ютери – стрімко знижується. Як результат, Google наближається до впровадження свого Mobile-First Index, який буде вище оцінювати сайти, адаптовані до мобільних пристроїв. Основна мета – спонукати до створення сайтів, які будуть швидко і точно відображатись на різних типах мобільних пристроїв.

5. *Pay per click*. Багато фахівців з маркетингу задаються питанням, що станеться з PPC, особливо з огляду на те, що Google збільшує витрати, порівняно з рекламою в соціальних мережах. Платний пошук продовжує відігравати важливу роль в digital-маркетингу. Тому варто звернути особливу увагу на те, щоб всі PPC-кампанії були ефективно націлені на мобільних користувачів, що дозволить максимізувати результати і збільшити рентабельність інвестицій.

6. *Google Shopping*. Покупки через Google дійсно починають домінувати і цей тренд продовжить зміцнювати свої позиції у 2018 році. Основна перевага Google Shopping в тому, що навіть дрібні продавці можуть конкурувати з великими ритейлерами за ідентичні пошукові запити і супутні товари [2, с. 263].

Переваги цифрового маркетингу полягають у такому:

1. Цифровий маркетинг дає змогу охопити і онлайн-, і офлайн-споживачів, які використовують планшети і мобільні телефони, грають в ігри, завантажують додатки. Так бренд може звернутися до більш широкої аудиторії, не обмежуючись інтернетом.

2. Можливість збирати чіткі і деталізовані дані. Практично всі дії користувача в цифровому середовищі фіксуються аналітичними системами. Це дає змогу робити точні висновки про ефективність різних каналів просування, а також скласти точний портрет покупця.

3. Гнучкий підхід – цифровий маркетинг дає змогу залучити на онлайн-ринок офлайн-аудиторію, і навпаки. Наприклад, за допомогою QR-коду на флаєрі можна спрямувати користувача на сайт. І водночас завдяки email-розсилці можна запросити передплатників на семінар або інший офлайн-івент [1, с. 15].

В узагальненому вигляді цифровий маркетинг включає три складники:

– контент (повідомлення в блогах, статті, публікації, дослідження, електронні книги, копія сторінки продажів, електронні бюлетені, кампанії в соціальних мережах, SEO);

– дизайн (включення фотографій і зображень для контенту, інфографіки, діаграм, фотографій, відео);

– статистику (аналітика, ключові показники ефективності, мета і завдання, конверсійні канали, клієнтський LTV) [3, с. 28-29].

Отже, маркетинг все більшою мірою стає наукою, що потребує навичок роботи з даними в новій цифровій реальності. У час, коли постійно з'являються нові digital-канали й технології, маркетингова діяльність мусить проходити все коротші ітераційні цикли, бо інакше компанії не зможуть адаптуватися до стрімких змін у зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел

1. Матвій М. Я. Вірусний маркетинг на міжнародному ринку банківських послуг. *Журнал Європейської економіки*. 2012. Т. 11. № 3. С. 358-374.

2. Подзігун С. М., Чирва О. Г. Сучасні тренди цифрового маркетингу. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту*: тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. С. 263-264.

3. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.

МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкевич Н. С.

*Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
м. Дніпро, Україна*

Сучасні умови господарювання підприємств потребують пошуку резервів підвищення ефективності розвитку їх організаційної культури, до яких можна віднести стратегічне управління.

На основі узагальнення наукової літератури з менеджменту [1-13 та ін.] встановлено, що між стратегією підприємства та його організаційною культурою простежується стійкий взаємозв'язок. Пропонується стратегічне управління розвитком організаційної культури підприємства розглядати як створення дієвої культури для реалізації стратегічних цілей і завдань підприємства та послідовне формування трудового колективу відповідно до заданих параметрів оргкультури шляхом специфічних управлінських прийомів.

Однією з ключових завдань стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємств є формування її заданого типу (або зміни,

підтримка, посилення, модернізація трансформація). Іншим важливим завданням такого управління є максимізація та поглиблення всіх позитивних характеристик і якостей, які властиві взятому за основу формуванню типу культури. Стратегічне управління має відповідати такому типу стратегії, який кореспондується з його організаційною культурою. У протилежному випадку діяльність підприємства буде неефективною.

Доведено, що для ефективного стратегічного управління підприємствами не є обов'язковою умовою повне співпадіння профілів організаційної культури та організаційних стратегій. Достатньою умовою є співпадіння профілів за домінуючими на підприємстві стратегіями й організаційною культурою.

Суть механізму стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємства полягає у виборі ефективної моделі оргкультури і тих взаємообумовлених методів і функцій стратегічного управління, у результаті яких запускається і підтримується на належному рівні процес створення і життєзабезпечення цієї моделі.

Механізм стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємства являє собою алгоритм взаємодії комплексу методів та інструментів стратегічного управління, спрямованих на формування й підтримання на належному рівні ефективності заданої моделі організаційної культури підприємства.

У результаті дослідження запропоновано функціональну структуру механізму стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємств як складну, багатофакторну систему, що складається з окремих елементів, які взаємодіють один з одним та у своїй динамічній єдності забезпечують функціонування даного механізму.

Функціональна структура такого механізму містить такі елементи: місію організації, стратегічне бачення та головні цілі; організаційну стратегію; стратегічне планування; контроль над виконанням стратегічного плану; адміністративне управління; тип діючої організаційної культури; модель ефективної організаційної культури; організаційну структуру; економічне управління.

Отже, з метою вдосконалення стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємства, яка б відповідала головній меті його функціонування, доцільно запровадити механізм, що включає такі етапи:

- визначення місії підприємства;
- обґрунтування стратегій та оцінювання їх ефективності;
- розробку концепції розвитку організаційної культури;
- розробку науково обґрунтованої стратегії за допомогою маркетингового інструментарію;

- стратегічний аналіз (ідентифікація оточення, внутрішній аналіз підприємства);
- стратегічне планування;
- ідентифікацію та оцінювання ризиків, інформаційне забезпечення реалізації стратегії розвитку організаційної культури за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Цілеспрямована взаємодія стратегії й організаційної культури сприяє одержанню синергетичного ефекту від реалізації інноваційної концепції стратегічного управління розвитком організаційної культури підприємств. Це, в свою чергу, дозволяє підвищити ефективність системи корпоративного менеджменту як чинника забезпечення зростання конкурентоспроможності та капіталізації підприємств.

Список використаних джерел

1. Кэмпбелл Д., Стоунхауз Д., Хьюсток Б. Стратегический менеджмент. М.: Проспект, 2003. 768 с.
2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. 3-е изд. Пер. с англ. под ред. Т.Ю. Ковалевой. СПб.: Питер, 2007. 336 с.
3. Исаев Д.В. Корпоративное управление и стратегический менеджмент: информационный аспект: монография. М.: ИНФРА-М, 2010. 264 с.
4. Довбня С.Б., Найдовська А.О., Хитько М.М. Стратегія підприємства. Дніпропетровськ: Нац. металургійна академія України, 2011. Ч. 1. 71 с.
5. Харчишина О.В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: монографія. Житомир: Вид-во Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка, 2011. 290 с.
6. Пирс Дж., Робинсон Р. Стратегический менеджмент. СПб.: Питер, 2013. 820 с.
7. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка. М.: ИНФРА-М, 2014. 152 с.
8. Ігнатєва І.А. Стратегічний менеджмент. Київ: Каравела, 2015. 464 с.
9. Бергер Р., Бикхофф Н., Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. Пер. с англ. И. Матвеевой. М.: Альпина Паблшер, 2016. 368 с.
10. Стрикленд А. Дж., Питереф М., Гэмбл Дж., Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества. 19-е изд. Пер. с англ. Н. Лавской и Н. Коневской. М.: Вильямс, 2016. 800 с.
11. Агафонов В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: монография. М.: ИНФРА-М, 2017. 276 с. DOI: <http://doi.org/10.12737/25005>.
12. Бутько М.П. Стратегічний менеджмент. Київ: ЦУЛ, 2017. 376 с.
13. Філіппова С., Харічков С., Акулюшина М., Панченко М., Городецька Т., Кобальчинська Є. Механізми та інструменти менеджменту діяльності сучасного підприємства: монографія. Київ: ЦУЛ, 2017. 176 с.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Середняк А. М., аспірант

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

м. Київ, Україна

На сучасному етапі підприємства України працюють в умовах зростаючих вимог різних суспільних груп. У цьому зв'язку особливої актуальності набуває створення ефективної системи стимулювання розвитку найманих робітників. При цьому слід виходити з розроблених у теорії управління й застосовуваних у ринковій економіці принципів комплексності; системності; регламентації; спеціалізації; стабільності; цілеспрямованої творчості.

Важливе значення при організації системи стимулювання має редукція праці, можливість зведення складної праці до простої. Сутність редукції полягає в тому, що розходження між простою й складною працею зводяться до врахування дії двох факторів. Перший з них враховує, що більш складна праця відповідає більш високій кваліфікації працівників й, відповідно, має більшу вартість у порівнянні з простою працею. Другий фактор полягає в тому, що праця різної складності створює в одиницю часу різну вартість. Отже, більш складна праця створює продукцію більшої вартості та має більшу вартість в одиницю часу, ніж проста праця [1].

При створенні системи стимулювання на підприємстві необхідно дотримуватися принципу її гнучкості. Гнучкі системи стимулювання дозволяють підприємцеві, з одного боку, забезпечити працівникові певні гарантії одержання заробітної плати відповідно до його досвіду й професійних знань, а з іншого, поставити оплату у залежність від особистих показників діяльності та результатів роботи підприємства в цілому.

Гнучкі системи стимулювання, що набувають все більшого поширення в країнах з розвинутою економікою, проявляються й в українських підприємствах не тільки у вигляді додаткових індивідуальних доплат до заробітної плати [2]. Спектр таких виплат більш широкий: індивідуальні надбавки за стаж, досвід, рівень освіти тощо; системи колективних премій для робітників; системи участі в прибутках для фахівців і керівників; гнучкі системи соціальних пільг. Застосування комплексу форм стимулювання, що розраховані на усіх працівників організації, можуть дати необхідні економічні та соціальні ефекти.

Основними проблемами у процесі реалізації механізму стимулювання найманих робітників на сучасних підприємствах сьогодні є:

- недостатня гнучкість механізму формування оплати праці, його

нездатність реагувати на зміни в ефективності й якості праці окремого працівника;

– відсутність оцінки взагалі або необ'єктивна оцінка підприємцем індивідуальних трудових показників діяльності найманих робітників;

– відсутність справедливої оплати праці керівників, фахівців і службовців; необґрунтованість, співвідношень в оплаті їхньої праці;

– негативне ставлення персоналу до розміру оплати їхньої праці та до існуючої системи оплати праці взагалі.

Так, недостатню гнучкість в оплаті праці може бути вирішено шляхом введення сучасних форм винагороди, що залежать від результатів трудової діяльності. Такими формами є гнучкі системи оплати, де поряд з постійною частиною заробітку присутня перемінна частина у вигляді участі в прибутках, колективних премій тощо. Оплата керівників, фахівців і службовців також повинна бути заснована на тих же принципах, але із застосуванням специфічних для цих категорій працівників показників, що враховують: складність вирішуваних завдань, рівень відповідальності, кількість підлеглих тощо.

При цьому підприємцеві слід керуватися міркуваннями необхідності залучення й збереження на тривалий термін штату висококваліфікованих працівників, підвищення продуктивності праці й підвищення якості продукції, збільшення віддачі від вкладень у персонал, підвищення зацікавленості працівників не тільки в особистих успіхах, але й в успіхах усього підприємства в цілому, зростання соціального статусу працівників.

Для цього слід застосовувати як матеріальну так і нематеріальні форми стимулювання персоналу, які включають, крім традиційних та описаних вище, також системи індивідуалізації заробітної плати, моральні стимули, заохочення працівників, що займаються творчою працею шляхом застосування вільного графіку роботи, надання соціальних пільг співробітникам.

Відповідно, заходи щодо удосконалення системи стимулювання розвитку працівників можна ранжувати за трьома напрямками:

Перший напрям – це формування заробітної плати шляхом оплати вартості витраченої праці (погодинний внесок) та оплати результатів праці (відрядний внесок). Це треба зробити за допомогою дотримання певних критеріїв: складання прозорої системи оплати праці; встановлення мінімальної та максимальної заробітної плати; врахування результатів праці окремого працівника, підрозділу та усього підприємства.

Другий напрям – це формування системи розвитку персоналу завдяки навчанню, підвищенню кваліфікації та заохоченню раціоналізаторської діяльності.

Третій напрям – це мотивування саморозвитку персоналу. Цей напрям

особливо актуальний в умовах сучасного динамічного світу, коли відбувається прискорення науково-технічного прогресу, що призводить до швидкого оновлення вимог до професійних знань, умінь і навичок.

Впровадження заходів, з приводу удосконалення системи стимулювання працівників, на підприємстві доцільно здійснювати у такій послідовності: діагностика керівників на предмет бажання змін; діагностика персоналу на предмет бажання змін; комплексний аналіз ресурсів підприємства стосовно стимулювання працівників; обговорення результатів досліджень у колективі; розробка нової системи мотивації та стимулювання працівників; впровадження нової системи стимулювання працівників на підприємстві.

Виходячи з наявного вітчизняного та закордонного досвіду, стимулювання розвитку персоналу пропонує власний варіант організації стимулювання найманих робітників, що заснований на застосуванні гнучких систем оплати праці й участі працівників у результатах підприємницької діяльності.

Основними етапами запровадження є:

1. Розробка форм матеріального й нематеріального стимулювання найманих робітників.

2. Укладення колективного договору між підприємцем і найманими робітниками, у якому визначаються всі аспекти стимулювання найманих робітників, а також надання їм соціальних пільг.

3. Розподіл персоналу підприємства за групами оплати праці.

4. Впровадження механізму участі найманих робітників у доходах підприємства.

5. Впровадження програми гнучких соціальних пільг.

Програми гнучких соціальних пільг виконується поетапно.

Отже, ефективна організація системи стимулювання розвитку працівників є важливим чинником прогресу і розвитку підприємства. Дієва система відповідає суспільним умовам. На сучасному етапі розвитку світової економіки, якому притаманні прискорення світової економічної динаміки, часті зміни пріоритетів працівників, поширення самомотивації та трансформація ментальності, варто приділити більше уваги умовам праці людини. Раціональне забезпечення мотивування працівників підприємств у змозі підвищити ефективність діяльності підприємства, що вимагає проведення подальших досліджень у цьому напрямі.

Список використаних джерел

1. Гребінчук О. Стимулювання праці на підприємстві та засоби моделювання. *Економіст*. 2009. № 4. С. 52-55.

2. Олеся Гребінчук Стимулювання праці на підприємстві та засоби моделювання. *Економіст*. 2009. №4 квітень. С. 52 – 55.

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ПРИ АНАЛІЗІ ДІЯЛЬНОСТІ КОНКУРЕНТІВ

Снісарчук І. В., аспірантка

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
м. Вінниця, Україна*

Бенчмаркінг в сучасному економічному середовищі є інноваційним шляхом управління організацією, яка прагне працювати ефективно та швидко адаптуватися до змін. Саме бенчмаркінг взяв на себе функцію аналізу та збору інформації про найуспішніших суб'єктів ринку та надання роз'яснень з приводу імплементації найкращого досвіду у діяльність організації за різноманітними напрямками роботи. Поєднання в собі маркетингу та менеджменту, тобто двох найважливіших аспектів діяльності економічних систем, дозволило стати бенчмаркінгу сучасним інструментом аналізу конкурентів. Тому, його використання в управлінні є нагальною необхідністю при формуванні конкурентоспроможної організації в кожній галузі економіки країни.

Серед науковців, які займалися дослідженням бенчмаркінгу можна відмітити: Р. Кемпа [1], О.П. Пащенко [2], Л.Р. Прус [3], Г.О. Шкляєва [4] та інших.

Метою тез є обґрунтування відмінності бенчмаркінгу від конкурентного аналізу та доцільності його проведення в організаціях на постійних засадах.

Доволі часто в працях науковців зустрічається ототожнення конкурентного аналізу з бенчмаркінгом, що на нашу думку є хибним твердженням. В сучасному економічному просторі вже сформовано новий бенчмаркінговий напрямок досліджень, який вказує на самостійність даного процесу та його відмінність від конкурентного аналізу. На нашу думку, існують ознаки за якими можна відрізнити конкурентний аналіз і бенчмаркінг та їх першочергове призначення. У таблиці 1 ми зазначили основні відмінності між конкурентним аналізом та бенчмаркінгом, які наглядно демонструють особливості кожного процесу й унеможливають їх ототожнення.

Таким чином, внаслідок проведення конкурентного аналізу організація стикається з наявністю інформації, більшість з якої є не потрібною для функціонування системи. Бенчмаркінг можна охарактеризувати як процес, який економить часові та енергоресурси персоналу. Адже, конкурентний аналіз вимагає більше часу, ніж бенчмаркінговий пошук успішних організацій, які мають позитивний імідж, відомий бренд та багато лояльних покупців.

Порівняльний аналіз бенчмаркінгу та конкурентного аналізу

Бенчмаркінг	<i>Ознака</i>	Конкурентний аналіз
Безперервний	<i>Частота проведення</i>	Одноразовий (для формування стратегії)
Без обмежень	<i>Кордони</i>	Обмеженість галуззю, ринком, нішею
Орієнтир на найкращих конкурентів	<i>Націленість</i>	Орієнтир на всіх конкурентів
Самовдосконалення та розвиток організації	<i>Мета збору інформації</i>	Інформування організації про стан зовнішнього середовища
Наявність чіткого еталону	<i>Бачення кінцевого результату</i>	Абстрактність кінцевих результатів
Подальше використання успішних та перевірених практик	<i>Апробація результатів</i>	Аналіз в цілому, аналіз для формування стратегій, впровадження нового продукту/послуги
Як вдосконалити функціонування організації? Яким чином впровадити найкращі практики?	<i>На які питання відповідає</i>	Як працюють конкуренти? Який стан зовнішнього середовища?
Збільшення рівня конкурентоспроможності	<i>Кінцевий результат</i>	Інформація

Процес бенчмаркінгу побудований таким чином, що його реалізації передують виділення об'єктів бенчмаркінгу, які потрібно удосконалити. Бенчмаркінг чітко визначає, який процес потребує змін та пропонує конкретні заходи з його удосконалення. Тобто, бенчмаркінг характеризується більшим рівнем цілеспрямованості процесів, ніж конкурентний аналіз, що є важливою перевагою.

Для організації надзвичайно важливо розуміти, що конкурентний аналіз та бенчмаркінг не конкурують між собою, і в той же час усвідомити сферу застосування кожного з них: конкурентний аналіз при розробці стратегій діяльності, запуску нового товару або послуги, а бенчмаркінг при удосконаленні роботи системи, підсистем, окремих процесів та з намірами підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, застосування бенчмаркінгу в будь-яких організаціях є доцільним при потребі системи самовдосконалюватись та розвиватись, і є фундаментом для управління, адже прописує кроки впровадження новітніх практик для організації та виконує функцію планування. Так, в подальшому за управлінням закріплюється лише організація та контроль реалізації заходів, запропонованих бенчмаркінгом.

Список використаних джерел

1. Кэмп Р. Бенчмаркинг. Обзор опыта достижения делового совершенства. *Европейское качество. Дайджест*. 2004. №2. С.48-56.
2. Пашенко О.П. Бенчмаркинг як ефективний метод управління змінами на підприємстві. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 4. С. 539-543.
3. Прус Л. Р. Управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів на засадах бенчмаркінгу : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 . Тернопіль, 2008. 20 с.
4. Шкляєва Г.О. Бенчмаркинг як маркетингова технологія управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2012. №1(5). Том 2. С.404-409.

ПОРТОВА ІНФРАСТРУКТУРА В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Трушкіна Н. В., к. е. н., чл.-кор. АЕН України
Інститут економіки промисловості НАН України
м. Київ, Україна

На даний час актуалізуються проблеми розвитку портової інфраструктури як пріоритетного напрямку функціонування транспортно-логістичної системи в Україні. Це відповідає концептуальним положенням Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [1], Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року [2] і Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року [3].

Однак, як показують результати дослідження, портова галузь України демонструє негативну тенденцію розвитку через незадовільну якість інфраструктури. Про це свідчить рейтинг глобальної конкурентоспроможності, підготовленого Всесвітнім економічним форумом [4]. Так, за показником «якість портової інфраструктури» Україна посіла в 2017 р. 93-є місце серед 137 країн світу (у 2014 р. – 107-є місце, в 2015 р. – 108-е, в 2016 р. – 98-е).

На основі аналітичної оцінки виявлено комплекс проблем, які заважають ефективно функціонувати портовій інфраструктурі в Україні в сучасних умовах. До них можна віднести такі:

– недосконала нормативно-правова база – досі не ухвалено законопроект про концесію, який би спростив процедуру залучення нових інвесторів та умови роботи наявних. На законодавчому рівні не впроваджено модель діяльності порту «лендлорд», коли портова адміністрація займається землевідведенням, генеральним планом розвитку порту, а стивідорну діяльність здійснюють приватні компанії. Це ускладнює управління морськими портами та їх розвитком;

– низька ефективність роботи Адміністрації морських портів України (АМПУ) як головного куратора діяльності портів через високий рівень бюрократизації при погодженні проектів і недостатнього обсягу фінансування. Ці чинники гальмують реалізацію механізму державно-приватного партнерства, оскільки причали для швартування належать АМПУ, а вантажні термінали, як правило, приватним компаніям;

– недостатня розвиненість наземної інфраструктури – залізничні та автомобільні під'їзди в багатьох портах не справляються з вантажопотоком;

– високий рівень портових зборів – українські порти вважаються найдорожчими в чорноморському басейні. Тому компанії прагнуть працювати з більш дешевшими портами Болгарії та Румунії. І хоча з січня 2018 р. збори знижено на 20%, але це кардинально не змінило ситуацію з привабливістю вантажопереміщення в портах України. Це негативно впливає на рівень конкурентоспроможності товарів українського експорту і частково при переміщенні транзитних вантажів;

– недостатній обсяг інвестиційних ресурсів у розвиток портової інфраструктури – незважаючи на зниження з січня 2018 р. норми відрахування чистого прибутку портів у державний бюджет з 75 до 50%, обсягу інвестицій все ж таки бракує. Так, у 2018 р. обсяг капітальних інвестицій становив 4,3 млрд грн (у 2017 р. – 1,8 млрд грн, у 2016 р. – 650 млн грн). У 2018 р. залучено кредит від міжнародних організацій у розмірі 1,6 млрд грн. Загалом українські морські порти розвиваються без застосування різних форм преференцій: кредитів, гарантій, податкових пільг і дотацій;

– неефективне фінансове планування та управління в портах – труднощі з дебіторською заборгованістю, помилки при здійсненні закупівель. Це, в свою чергу, призводить до збільшення витрат портів і, відповідно, до зниження рівня прибутковості;

– недостатньо ефективна організація логістичної діяльності морських портів унаслідок скорочення обсягів переробки вантажів.

За даними Адміністрації морських портів України, загальний обсяг переробки вантажів зменшився за 2012-2018 рр. на 10,5% у результаті зниження обсягів переробки транзитних вантажів на 71,1% і вантажів внутрішнього сполучення – на 9,2%. Частка обсягу переробки транзитних вантажів скоротилася на 15,8 відсоткових пункти або з 23,4 до 7,6% загального обсягу переробки вантажів стивідорними компаніями в морських портах. Питома вага обсягу переробки вантажів внутрішнього сполучення майже не змінювалася і становила в 2018 р. 1,6% загального обсягу.

При цьому слід відмітити позитивну динаміку зростання обсягів переробки експортних та імпорتنних вантажів. Так, за досліджуваний період обсяги

переробки імпорتنих вантажів стивідорними компаніями в морських портах збільшилися на 47,9%, а їх частка в загальному обсязі – на 6,9 відсоткових пункти або з 10,7 до 17,6%. Обсяги переробки експортних вантажів зросли на 1,8%, а їх питома вага в загальному обсязі – на 8,9 відсоткових пункти або з 64,4 до 73,3% (табл.1).

Таблиця 1

**Динаміка обсягів переробки вантажів
стивідорними компаніями в морських портах України, тис. т**

Показники	Роки						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг переробки вантажів	150985,3	148178,0	142795,6	144687,0	131745,9	132578,4	135171,1
У тому числі:							
експортні	97233,5	100115,1	103067,3	103983,4	100202,5	98517,4	99034,6
імпортні	16083,6	17965,1	15932,2	17958,8	15976,5	20417,9	23783,8
транзитні	35321,8	27224,5	20338,8	15904,2	10328,9	11805,0	10221,4
внутрішнього сполучення	2346,4	2873,4	3457,3	6840,6	5238,2	1838,1	2131,3

Джерело: складено за інформаційно-аналітичними матеріалами Адміністрації морських портів України.

За 2013-2018 рр. обсяги переробки контейнерів у морських портах України збільшилися на 7,6% (рис. 1).

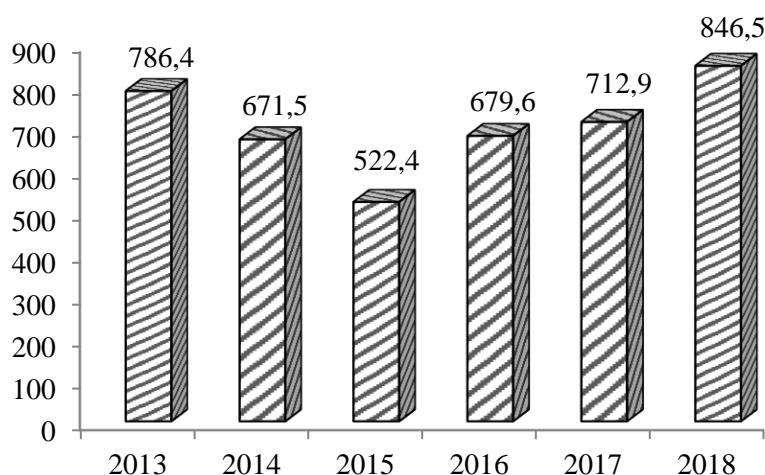


Рис. 1. Динаміка обсягів переробки контейнерів в українських портах, тис. TEU

Джерело: побудовано за даними Адміністрації морських портів України.

Для вдосконалення організації логістичної діяльності морських портів доцільним є розробка й реалізація комплексу заходів з:

- виконання ст. 27 Закону України «Про морські порти України», в якій йдеться про механізм компенсації приватних інвестицій у стратегічну інфраструктуру; однак принцип роботи цього механізму досі не вироблено;
- інвестування в технічну модернізацію й розвиток портової інфраструктури;
- залучення інвестиційних ресурсів у будівництво «сухих» портів, які надають можливість збільшувати територію морських портів за рахунок побудови віддалених сухопутних вантажних терміналів;
- збільшення вантажної бази морських портів у результаті залучення транзиту; однак для цього потрібно підвищувати їх транспортну привабливість;
- передачі портових потужностей у концесію й оренду;
- створення Державної служби морського і річкового транспорту, діяльність якої має координуватися Міністром інфраструктури України;
- підвищення якості й рівня розвиненості наземної інфраструктури за рахунок партнерської взаємодії багатьох відомств: Міністерства інфраструктури України, Укравтодору, Укрзалізниці, АМПУ.

Список використаних джерел

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Стратегія розвитку морських портів України на період до 2038 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.07.2013 р. № 548-р (із змін., редакція від 10.02.2017 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013-p>.
3. Національна транспортна стратегія України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30.05.2018 р. № 430-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-p>.
4. Global Competitiveness Report 2017-2018 / К. Schwab, X. Sala-i-Martin, R. Samans. Geneva: World Economic Forum, 2017. 393 p.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТВОРЧОЇ РОБОТИ КОЛЕКТИВУ²

*Шевлюга О. Г., к. е. н, асистент
Пуцко Д. В., студентка гр. МК-51
Сумський державний університет
м. Суми, Україна*

Процес формування команди – завдання, що вимагає високої управлінської компетенції. При його здійсненні потрібна не тільки наявність правильно підібраних висококваліфікованих фахівців, а й людей, які бажають працювати

² Робота виконувалася в рамках держбюджетної теми № ДР 0117U002255 «Механізм управління знаннями в системі інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів»

разом, спільно, як команда. Орієнтація на творчий результат роботи вимагає злагодженої організації та креативне направлення членів команди [1; 2].

Команди розробляють більше інновацій, коли всі її члени поділяють спільні цілі. Чіткі цілі створюють сенс і мотивацію для членів команди. Від коректної постановки цілей залежить подальший успіх роботи команди та її результативність, що в подальшому суттєво впливає на роботу організації в цілому.

- **Взаємозв'язок цілей**

Взаємозв'язок цілей полягає в тому, що кожен член команди може досягти своєї мети, тільки якщо інші члени команди також досягнуть своїх цілей. Взаємозв'язок цілей змушує членів команди працювати так, щоб діяльність усіх була взаємовигідною. Щоб встановити взаємозв'язок цілей в команді лідеру необхідно ставити цілі так, щоб досягти їх можна було тільки колективно. Неузгодженість цілей призводить до втрати іміджу керівника, до розбалансованості роботи колективу тощо.

- **Підтримка інновацій**

Команди видають більше інновацій, якщо керівники підтримують членів команди, а також визнають і винагороджують за нові ідеї та впровадження. Особливо цінуються нові технічні та технологічні розробки, розробки у сфері інтелектуальної власності. Все це одночасно означає, що лідер повинен заохочувати прийняття ризиків і спокійно ставитися до невдач як до неминучих, але запроваджувати заходи щодо їх мінімізації.

- **Орієнтація на завдання**

Це поняття виростає зі спільності бачення. Команди, орієнтовані на завдання, встановлюють високі стандарти роботи, відслідковують хід виконання завдання і надають відгуки про роботу одна для іншої.

- **Згуртована команда**

Згуртованість є відданістю команді і бажання бути її частиною. Дослідники вважають, що для побудови згуртованої команди потрібно створити психологічно комфортну обстановку, яка дасть можливість членам команди змагатися один з одним і міняти статус-кво. Неформальні бесіди та зустрічі також позитивно впливають на згуртованість колективу і легкість спілкування при вирішенні завдань.

- **Надійна внутрішня і зовнішня комунікація**

Надійна внутрішня (між членами команди) комунікація забезпечує обмін знаннями та ідеями, а також створює сприятливі умови для отримання відгуку. Зовнішня комунікація (з тими, хто не входить в команду) підживлює інновації новими для команди знаннями та інформацією. Зазвичай, налагодження зворотного зв'язку зі споживачами чи контактними аудиторіями дозволяє

вчасно ввести коригування у різні сфери діяльності, дозволяє покращити діяльність підприємства та звернути увагу на питання, які здаються очевидними, але по-іншому сприймаються іншими учасниками комунікаційного процесу.

Перераховані вище факти є загальновідомими, але не варто їх недооцінювати в силу їх популярності. Створення належних умов для творчості та інновацій не є легким та безперешкодним процесом. Деякі фактори, які розглядаються в плані їх впливу на креативність – не є очевидними, і навпаки, можуть суперечити тим, які підказує інтуїція.

Наведемо такі приклади:

1. Те, що підвищує креативність, може вбити інноваційність і навпаки.

Креативність і впровадження інновації як друга стадія останньої вимагають різних особистих навичок, командної структури і процесів. Генерація ідей пов'язана з дивергентним або творчим мисленням і дослідженням. Стадія впровадження пов'язана з конвергентним чи лінійним мисленням і експлуатацією. Якщо керівник не хоче, щоб креативна команда провалила свої ж ідеї, то знадобиться створити команду, яка може працювати в обох режимах, перемикаючись за необхідності.

2. Відмінності як перевага, яка може дорого коштувати.

Можливо, чим більше відмінностей у членів команди, тим вище їх креативність і здатність генерувати інновації. У той час як культурні відмінності підвищують креативність команди, вони підвищують також конфлікт з приводу завдань, тобто того, що стосується розподілу ресурсів, процедур, стратегій та інтерпретації фактів, знижуючи, в свою чергу, згуртованість команди. Проте, культурні відмінності ніяк не позначаються на загальному стандарті роботи команди. Збільшення числа функціональних сегментів в команді не робить помітного впливу на інноваційність.

3. Потрібний рівень конфлікту в потрібний час.

Конфлікт вважається ключовим фактором в креативності, але і в цьому випадку дослідники отримують змішані результати. Вивчаючи команди, що працюють над проектами, вчені вивели криву відношення високої креативності та середнього рівня конфлікту завдань. Це ставлення існувало тільки в початковій фазі командної роботи, в наступних фазах конфлікт завдань не співвідносився з рівнем креативності команди. Виклик полягає в тому, щоб створити та підтримувати продуктивний рівень конфлікту. В цьому плані належить описати вплив конфлікту та інноваційність.

Таким чином, сучасні умови функціонування організацій та підприємств пов'язані з формуванням та утриманням конкурентних переваг на ринку, що змінюється. На більшості підприємств виникає потреба розв'язання

інноваційних завдань саме креативними колективами. Такі колективи є потужним засобом для динамічного розвитку підприємства, за допомогою них вирішуються складні завдання і окреслюються майбутні напрями діяльності.

Список використаних джерел

1. Активізація інноваційної діяльності підприємств : монографія / за наук. ред. Т. В. Калінеску. Луганськ : вид-во СНУ ім. В. Даля. 2014. 224 с.
2. Метельова Т. Концепт «Творчої уяви». *Філософська думка*. 2006. 6. С. 11-22.

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Ящук Т. А., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Освіта сьогодні є однією з найбільш динамічно зростаючих перспективних сфер економіки. Система вищої освіти характеризується появою безлічі платних освітніх установ, починаючи від комерційних ВНЗ, і закінчуючи приватними школами. Кожній освітньої організації необхідно зайняти своє особливе місце на ринку. А значить, є необхідність розробити ефективну маркетингову стратегію. Однак зараз немає єдиного стандарту для організації освітньої діяльності з урахуванням маркетингових принципів. До розробки і застосування конкретного маркетингового рішення слід підходити індивідуально, враховуючи специфіку діяльності освітньої установи і, безумовно, особливості ринку, на якому вони функціонують.

Маркетинг освітніх послуг – це наука, що вивчає ринок платних освітніх послуг; діяльність з їх розподілу і просування; філософія освітнього бізнесу. Застосування маркетингу дає можливість кожному освітньому закладу відстежувати ситуацію на ринку праці і відповідно до неї коригувати обсяг і якість освітніх послуг.

Від маркетингу інших сфер діяльності маркетинг освітніх послуг відрізняється тим, що їх споживачами у процесі навчання є самі студенти, а в подальшому (після одержання ними освіти) – роботодавці: компанії, підприємства, установи, що наймають їх на роботу. Тому, для повнішого задоволення потреб останніх необхідні комплексні дослідження попиту на конкретну спеціальність в абітурієнтів, студентів, їх батьків, роботодавців та оцінка потенціалу навчального закладу порівняно із загальнонаціональними й регіональними конкурентами, в тому числі за відповідними міжнародними й вітчизняними рейтингами [1].

Метою маркетингу освітніх послуг є формування умов розвитку системи освіти, яка забезпечить задоволення освітніх потреб особистості і суспільства в цілому з урахуванням потреб регіонального ринку праці; збереження і розвиток системи освіти в умовах ринку. Особлива роль маркетингу в сфері освіти віддається державі. Вона здійснює правовий захист суб'єктів маркетингових відносин від монополізму, а також від несумлінності в бізнесі та рекламі.

Сутність маркетингу освітніх послуг полягає в максимальному задоволенні індивідуальних потреб споживачів освітніх послуг щодо особистого та професійного зростання та підвищенні особистої цінності людини, внаслідок чого відбувається відтворення загального інтелектуального потенціалу суспільства. Тому дослідження споживачів – безпосередніх одержувачів освітніх продуктів – є основою маркетингу освіти [2, с. 23].

Учасниками маркетингових відносин виступають освітні установи, споживачі (окремі особистості, підприємства і організації, держава), посередники, а також громадські структури, які беруть участь у просуванні освітніх послуг на ринку.

Маркетинг в освіті є частиною маркетингу в цілому, однак йому притаманний ряд особливостей:

1) це сфера специфічних послуг, причому конкурентами тут є не тільки приватні школи, а й державні навчальні заклади;

2) географічний критерій (на відміну від магазинів, де велика частина покупців можуть і не бути постійними клієнтами, у закладах вищої освіти студенти навчаються постійно, тому місце розташування освітнього закладу має досить велике значення);

3) контроль за своєчасним підвищенням кваліфікації співробітників, оскільки знання та навички, якими володіють продавці інформації, постійно застарівають, іноді навіть значно швидше, ніж техніка, тому вони вимагають постійного оновлення;

4) постійний вплив на клієнта.

Маркетингова діяльність закладу вищої освіти складається з таких видів активності: рекламування закладу; створення його іміджу; інформування, утримання потенційних споживачів та їх батьків; залучення абітурієнтів, дослідження ринку. Ефективність комунікаційної політики закладу вищої освіти доцільно визначати шляхом оцінки ступеню присутності у думках потенційних споживачів, успішність управління іміджем – за оцінкою сприйняття та сформованими стереотипами у суспільстві. Інформування відбувається переважно за допомогою прямих контактів та їх кількісне визначення: візити до шкіл, технікумів, організація Днів відкритих дверей [3, с. 295].

Основне місце в маркетинговому процесі освітніх послуг належить розробці комплексу маркетингу, до якого входять:

1) продукт – це освітня програма, розроблена навчальним закладом для задоволення потреб в отриманні освіти або професійної перепідготовки. Цін є компонентом, що формує прибуток. Покупець освітніх послуг готовий платити високу ціну тоді, коли виробник наочно продемонструє додаткові характеристики освітньої програми, відмінні їх від програми конкурентів, або ж додаткові особливості у формі якості обслуговування або кваліфікації персоналу організації;

2) канали розподілу – це способи надання послуги або шлях, через який послуга рухається від виробника до споживачів;

3) особистість викладача, кваліфікацію і професіоналізм якого можна назвати одним з найважливіших факторів, що впливають на конкурентоспроможність освітньої послуги.

До основних завдань маркетингу у сфері науково-освітніх послуг слід віднести:

– стратегічні (аналіз ринкових позицій ВНЗ на вітчизняному і зарубіжних ринках науково-освітніх послуг; бенчмаркетинг науково-освітніх послуг; аналіз і формування конкурентних переваг для просування вітчизняних ВНЗ на ринки науково-освітніх послуг, розробка заходів щодо посилення їх позицій; формування іміджу ВНЗ, у тому числі шляхом забезпечення присутності у національних і міжнародних рейтингах, обґрунтування заходів з просування у них на більш високі позиції; визначення найбільш перспективних напрямків наукових досліджень; аналіз конкурентних позицій на ринку наукових послуг);

– оперативні (обґрунтування ринково-орієнтованої цінової політики на освітні послуги; формування цінової політики на наукові розробки; просування наукових розробок і проектів на ринок; просування освітніх послуг на ринок; пошук партнерів для виконання досліджень, налагодження, підтримка й розвитку взаємовигідних відносин з ними) [4].

Таким чином, маркетинг освітніх послуг має ряд особливостей, зумовлених специфікою самої послуги і сфери освіти в цілому. До них можна віднести: активну роль кінцевого споживача освітніх послуг; відстрочений характер виявлення результатів надання освітніх послуг; пріоритет співпраці і обмеження ефективності конкуренції виробників освітніх послуг; особливу роль і значимість держави в освітній сфері, а також необхідність його участі в розвитку освіти.

Список використаних джерел

1. Телетов О. С. Освіта з маркетингу та маркетинг вищої освіти. *Маркетингова освіта в Україні* : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, 12 – 13 квітня 2016 р. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/22277> (дата звернення: 02.05.2019).
2. Могилова А. Ю., Решетнікова І. В. Особливості маркетингу на ринку освітніх послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 10, частина 2. С. 21–25.
3. Маштакова І. О. Маркетинг освітніх послуг: сутність та методи оцінки ефективності. *Економічні інновації*. 2015. Випуск № 60, книга І. С. 293–301.
4. Ілляшенко С. М. Завдання маркетингу у науково-освітній діяльності вітчизняних ВНЗ. Суми: Сумський державний університет, 2015. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/41956/1/Illiashenko_miim2015.pdf (дата звернення: 29.04.2019).

СЕКЦІЯ 6

ТУРИЗМ ТА ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ПАРАДИГМА ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Акулов М. Г., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

м. Умань, Україна

Актуальним етапом розвитку економіки України є структурне відтворення її галузей, оновлення міжгалузевих зв'язків на сучасних корпоративно-індустріальних платформах де поряд з іншими, набуває пріоритетності – індустрія туризму. За сучасних умов, структурне оновлення економіки неможливе без стратегічного підходу та вироблення ефективного планування розвитку галузей, їх координації на основі загальної спрямованості усіх виробничих і управлінських процесів. Тому своєчасним постає розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16 березня 2017 р., № 168-р в якому зазначено, що метою реалізації стратегії є створення умов для активізації туристичної галузі економіки відповідно до міжнародних стандартів якості та з урахуванням європейських цінностей, що сприяє підвищенню рівня життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [1].

Розвиток туристичної сфери призвів до трансформації міжгалузевих відносин бізнесу, перетворивши туризм на неодмінну складову соціально-економічного і культурного життя, на критерій нового рівня розвитку суспільства. Сучасне відродження туристичної галузі обумовлюється формуванням нової економічної парадигми, заснованої на розвитку глобальної екосистеми та туризму як інтегрованої соціально-економічної системи, що надало можливість розвивати положення концепції сталого розвитку туризму.

Сталий (гармонійний, збалансований) розвиток – це розвиток, що забезпечує визначений тип рівноваги, тобто баланс між його соціально-економічними та природними складовими. Не вдаючись до термінологічних дискусій, можна вважати, що сталий (безупинний, інтегрований, екологічний) розвиток - це такий необхідний варіант розвитку, при якому економічні, екологічні та соціальні цілі врівноважуються й інтегруються, а темпи економічного зростання не перевищують темпів відтворення природних

ресурсів, причому основним показником такого розвитку вважається поліпшення якості життя [2].

Предмет дослідження сталого розвитку туризму досить широкий, складний і практично необмежений. Необхідно визнати, що ідеї, концепції і теорії, які активно досліджуються, можуть бути лише передумовою дискусій, що базуються на твердженнях про цінності, ніж на емпіричних даних. У більшості випадків висновки фахівців щодо важелів забезпечення або віднесення певних форм і видів туризму до його сталого розвитку залежать від рівня інтелекту й освіченості стосовно цих питань, особистих уподобань вчених щодо відпочинку й організації дозвілля, розміру доходів і належності до тієї чи іншої соціальної групи.

У контексті сталого розвитку туризму ключовим є питання постійного (безперервного) узгодження та гармонізації взаємовідносин людини та її оточення за: вектором часу, як досягнення короткотермінових і довгострокових цілей у вирішенні альтернативних проблем отримання швидкого та максимального прибутку туристичним бізнесом, використання туристичних ресурсів у межах відновлюваного процесу або оптимізація цих взаємовідносин; вектором простору, як задоволення потреб міжнародного туристського руху та міжнародного капіталу у вирішенні проблем географічного просування туристських потоків у все нові місцевості, екологічно чисті та заповідні зони, труднодоступні місця без певних обмежень, поліпшення економічних умов розвитку місцевих громад, консервація окремих потенційних дестинацій і туристичних об'єктів, або ж оптимізація цих альтернативних підходів і мінімізація туристського втручання в умови й уклад життя окремих громад.

Конфлікт інтересів у межах кожного вектора є динамічним і багатофакторним. Тому пошук шляхів вирішення його знаходиться у площині дотримання принципів і критеріїв сталого розвитку туризму, розробки механізму партнерства між усіма зацікавленими сторонами процесу.

У розробку основ концепції сталого розвитку туризму як складової цілісної парадигми сталого розвитку суспільства в цілому в тому вигляді, в якому вона склалася на сучасному етапі, закладено, як мінімум, розуміння збалансованої єдності соціально-економічних і екологічних характеристик. Можна впевнено стверджувати, що концепція сталого розвитку є безальтернативною основою моделювання розвитку світу, окремих країн, регіонів і міжрегіональних утворень; окремих галузей, видів економічної діяльності і секторів економіки; суб'єктів господарювання. Сьогодні вона акумулює такі обумовлені імперативні компоненти як мобільність, туристифікацію простору, екологізацію, соціологізацію, гуманізацію та

технологізацію, що характеризують туризм як одну з найважливіших складових споживчих моделей сучасного суспільства [3].

У проекті Закону України «Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року» [4] концепція сталого розвитку постає програмою стратегічного державного регулювання що полягає у виборі ключових напрямків, а також у забезпеченні необхідного потенціалу для довгострокового соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

Кінцевим результатом стратегічного державного регулювання є відповідна, остаточно сформована ефективна стратегія, яка являє собою функцію, що залежить не від часових характеристик, а визначається характеристиками напрямків. Вона не потребує вживання негайних заходів, а реалізується через розробку комплексних планів, систему бюджетів усіх рівнів, впровадження цільових програм розвитку тощо [5].

Формування стратегії державного регулювання туристичної діяльності, відповідно до стратегії сталого розвитку, може реалізовуватися наступними етапами:

1. Проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування системи та аналіз наявних туристичних ресурсів.

2. Формування місії, стратегічних цілей та вибір пріоритетів державного розвитку туристичної галузі.

3. Дослідження альтернативних стратегій розвитку туризму за визначених місії і пріоритетних цілей.

4. Вибір оптимальної стратегії державного регулювання туристичної діяльності, розробка програми та заходів її впровадження.

5. Реалізація стратегії державного регулювання галузі туризму та встановлення індикаторів моніторингу регулюючих впливів.

6. Оцінка та контроль виконання стратегії державного регулювання туризму.

Відповідно до обраної стратегії розробляється ієрархія стратегічних цілей державного планування. Перш за все, встановлюються ключові довгострокові цілі, після чого визначаються середньострокові і короткострокові цілі, що відповідають загальній місії розвитку системи. При цьому стратегічні цілі державного планування повинні бути пов'язані з відповідними функціями держави в сфері, що досліджується, зокрема, у сфері туризму та курортів [6].

Слід акцентувати увагу на тому, що цілі стратегічного державного планування визначаються на основі відповідних стратегічних пріоритетів розвитку туризму і стратегічного державного планування розвитку галузей. Відповідно, забезпечити сталий розвиток туристичної індустрії може лише державне планування, що спирається на стратегічні пріоритети, під якими слід

розуміти міжфункціональні цілі державного планування, визначені відповідно до складових комплексної державної політики у сфері туризму та курортів, виконання яких є критично важливим для державного управління в туристичній індустрії з урахуванням регіональних особливостей [7].

Список використаних джерел

1. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р., № 168-р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR170168.html (дата звернення: 15.05.2019).
2. Парадигма сталого розвитку туризму: сутність, принципи, критерії. URL: <https://studlib.info/ekonomika/1320467-paradigma-stalogo-rozvitku-turizmu-sutnist-principi-kriterii/> (дата звернення: 15.05.2019).
3. Парфіненко А. Парадигма туризму ХХІ століття. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12534> (дата звернення: 15.05.2019).
4. Про стратегію сталого розвитку України до 2030 року : Проект Закону України. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html (дата звернення: 15.05.2019).
5. Хлопяк С. В. Формування механізму управління туристичним підприємством в умовах державного регулюючого впливу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 16. С. 64-69.
6. Черчик Л. М. Напрями удосконалення державного управління у сфері рекреаційного природокористування. *Наук.-інформ. вісн. Акад. наук вищ. освіти України*. 2012. № 2. С. 105-112.
7. Савицька Л. Т., Федорюк А. Л., Чаплінський Ю. Б. Державне регулювання туристичної галузі України. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. (Серія "Економічні науки"). Чернівці: АНТ Лтд, 2005. Вип. IV. Ч. 2. С. 13-23.

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ДИСЕРТАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ З ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ (1992-2018)

Балабанов Г. В., д. геогр. н., професор

Сайчук В. С., к. геогр. н., доцент

Національний авіаційний університет

м. Київ, Україна

Необхідною умовою стійкого розвитку туристсько-рекреаційної діяльності в Україні є належне наукове забезпечення сфери туризму та курортів. Важливою складовою наукового пошуку є виконання дисертаційних досліджень. В першу чергу цей вид наукових робіт слугує задля визначення рівня кваліфікації здобувачів, але водночас це й потужна складова інноваційного процесу, спрямована на забезпечення туристської галузі України новими продуктивними ідеями і рекомендаціями прикладного характеру. Тому в умовах практичної відсутності в країні самостійних науково-дослідних установ туристського профілю дисертаційні роботи можуть слугувати індикатором динаміки розвитку і структури наукового знання про туризм і

рекреацію.

Загальна схема дослідження включала чотири основні етапи (рис. 1).



Рис. 1. Основні етапи дослідження

Джерелом вихідної інформації слугували бази даних Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського – головного науково-інформаційного центру держави. Це зумовлене наявністю в фондах бібліотеки усього масиву дисертаційних робіт, що захищені в Україні.

Первинна інформація була отримана з електронних каталогів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського шляхом відбору авторефератів дисертацій, захищених в Україні за 1992-2018 рр., за наявністю у назві та ключових словах термінів (в усіх відмінках) «туризм», «туристичний», «туристський», «турист», «рекреація», «рекреаційний».

В результаті пошуку дисертацій з туризму та рекреації вдалося сформувати реєстр із 792 робіт, що були подані до захисту в Україні за 27 років. Існує тенденція до збільшення кількості дисертацій даної тематики, що свідчить про зростання ролі туризму в житті українського суспільства і наявність суспільного замовлення на розвиток наукових досліджень у даній сфері. Якщо у другій половині 90-х років у середньому за рік захищалось 6-9 робіт, на початку 2000-х – 12-16, то 2006 р. картина змінилася кардинально. Можна стверджувати, що наступив якісно новий етап розвитку туризмології в Україні

як потужного міждисциплінарного напрямку наукових досліджень. Після Євро-2012 спостерігається зворотна тенденція, проте і за останній період щороку захищалося понад 40 робіт.

Тематичний спектр досліджень за 27 років суттєво розширився, свій внесок у розвиток науки про туризм і рекреацію роблять вже представники 20 різних галузей науки (рис. 2).

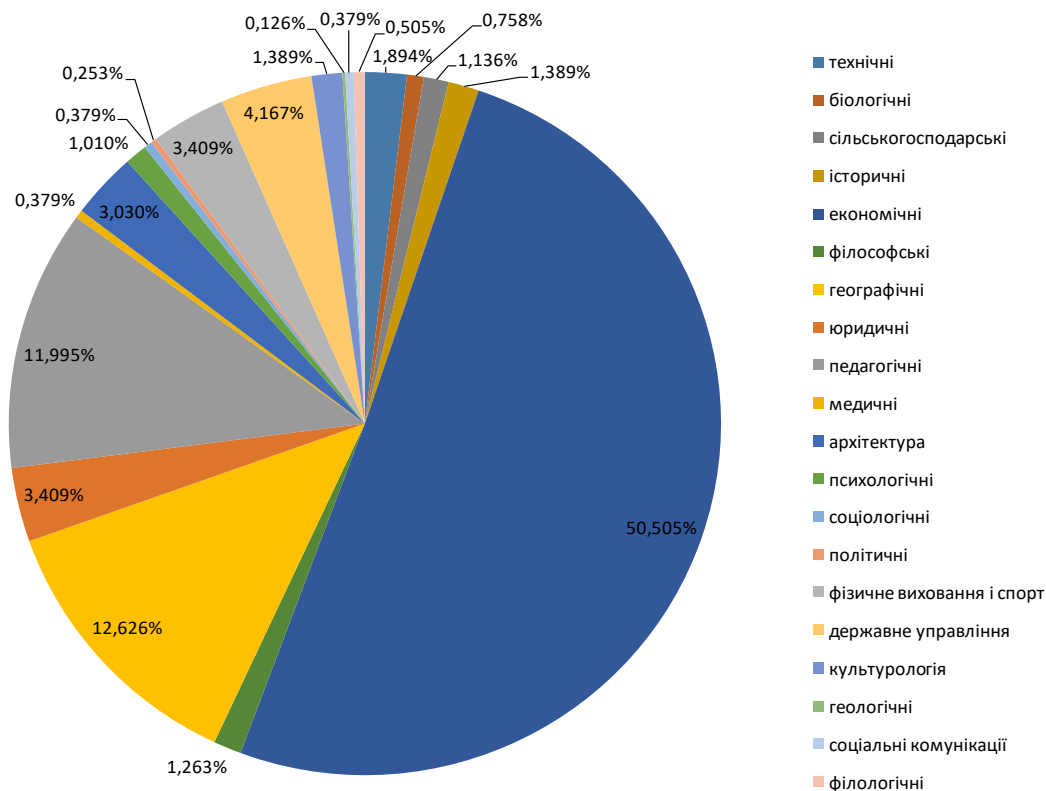


Рис. 2. Структура дисертацій з туризму та рекреації, захищених в Україні за період 1992-2018 рр. за галузями науки (побудовано за даними НБУВ)

За весь досліджуваний період у лідерах наукового пошуку залишаються представники економічних (50,5% від усього профільного дисертаційного потоку), географічних (12,6%) і педагогічних (12,0%) наук. Разом це майже 3/4 дисертаційних досліджень, що увійшли до реєстру.

Отже, сучасне туризмознавство в Україні є потужним міждисциплінарним напрямом наукових досліджень, що підтверджує факт захисту за 1992-2018 рр. 792 дисертаційних робіт з проблем туризму та рекреації. Отримані результати переконливо свідчать про доцільність забезпечення права осіб на профільну туристичну освіту на всіх рівнях (включно з освітньо-науковим і науковим).

МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦИЙ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТСКИМ РЕГИОНОМ

Белан О. В., докторант,
ИУ – Варна, Болгария

Всемирная туристская организация (ЮНВТО, UNWTO) выделяет туристские дестинации как центральный элемент в процессе формирования и доставки турпродуктов [1]. Туристская дестинация как комплексное явление включает туристские аттракции, туристскую инфраструктуру, сопутствующий сервис. Один из результатов активного развития туризма в мире – все большее число доступных для туристов дестинаций, при этом все меньшая индивидуальность отдельных мест отдыха, возрастание конкуренции между туристскими центрами. Перед лицом глобальной конкуренции, когда туристские дестинации становятся легко заменяемыми, органы управления дестинацией включаются в настоящую битву за внимание и ресурсы туристов [1–3]. В зарубежной практике управления туризмом пришло понимание того, что дестинации должны заниматься маркетингом с такими же усилиями как предприятия занимаются маркетингом своих товаров и услуг.

Маркетинг туристских дестинаций можно определить как управленческий процесс, в рамках которого органы управления дестинацией и бизнес определяют целевые группы туристов (текущих и потенциальных), устанавливают с ними коммуникацию с целью выяснить и повлиять на их желания, нужды, мотивацию, предпочтения, отношения, связанные с принятием многочисленных решений о путешествии. Данные ЮНВТО показывают, что для дополнительного привлечения одного иностранного туриста, обеспечивающего поступление в экономику страны в среднем 1000 евро, государства затрачивают от 3 до 10 евро на некоммерческую рекламу туристского продукта. В соответствии с этим средний объем бюджетных средств, выделяемый в европейских странах на продвижение туристского продукта, составляет более 31,7 млн. евро [4]. На сегодня маркетинговый подход получил широкое распространение по всему миру к управлению дестинациями. Маркетинг дестинаций является частностью более широкого концепта управления территорией – территориального маркетинга. Территориальный маркетинг – маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании и действиях которых заинтересована территория [6]. Основоположник концепции территориального маркетинга Филипп Котлер указывает, что территориальный маркетинг является успешным, когда основные целевые аудитории – жители и бизнес, удовлетворены своим регионом, и когда регион соответствует

ожиданиям и потребностям посетителей и инвесторов [2]. Это философия управления территорией, которая способствует ее социально-экономическому развитию посредством удовлетворения потребностей частных лиц и экономических субъектов в ресурсах с целью проживания и/или ведения деятельности на территории вне привязки к конкретному уровню территориального образования (регион, страна, город) [7].

До появления концепции территориального маркетинга и маркетинга дестинаций как ее части, «продажа» территорий была доминирующей формой продвижения регионов. Однако маркетинг дестинаций является значительно более комплексной деятельностью в отличие от «продажи» территорий, которая в общем виде представляет использование различных видов рекламы. Маркетинг туристкой дестинации является частью общей концепции развития территории и работает на комплексное устойчивое социально-экономическое развитие. Основой маркетингового подхода к управлению дестинацией является рассмотрение туристкой дестинации именно как продукта. Продукт в туризме – это ощущения, которые получает турист через потребление комбинации продуктов и услуг. Для туриста дестинация – это единая совокупность всех компонентов ее продуктов и услуг, а также связанные с этим ожидания, ощущения. Турист воспринимает дестинацию целостно (рис. 1). Как комплексный продукт дестинация включает [3]: 1) аттракции (природные и культурные, естественные и искусственно созданные, специальные события); 2) инфраструктура (средства размещения, систему питания, магазины и другие туристские услуги); 3) доступность – (транспортная, экономическая, визовая и пр.); 3) мероприятия, виды деятельности (все виды деятельности, которыми может заняться турист во время пребывания в дестинации); 4) вспомогательные услуги (банки, телекоммуникации, система здравоохранения, система охраны порядка и пр.); 5) доступные пакеты – оформленный пакет предложений дестинации, покупаемый через маркетинговых посредников – туроператоров, турагентов, авиокомпаний и пр.

Важно понимать, что совокупность туристских ресурсов еще не является туристским продуктом дестинации. Продукт должен представлять законченный комплекс, привлекательный для целевого сегмента туристов. Все элементы продукта должны соответствовать актуальному состоянию туристского спроса. Принципиально важно, что бы состав основного туристского продукта по своему качеству и количеству был достаточен для привлечения туристов.

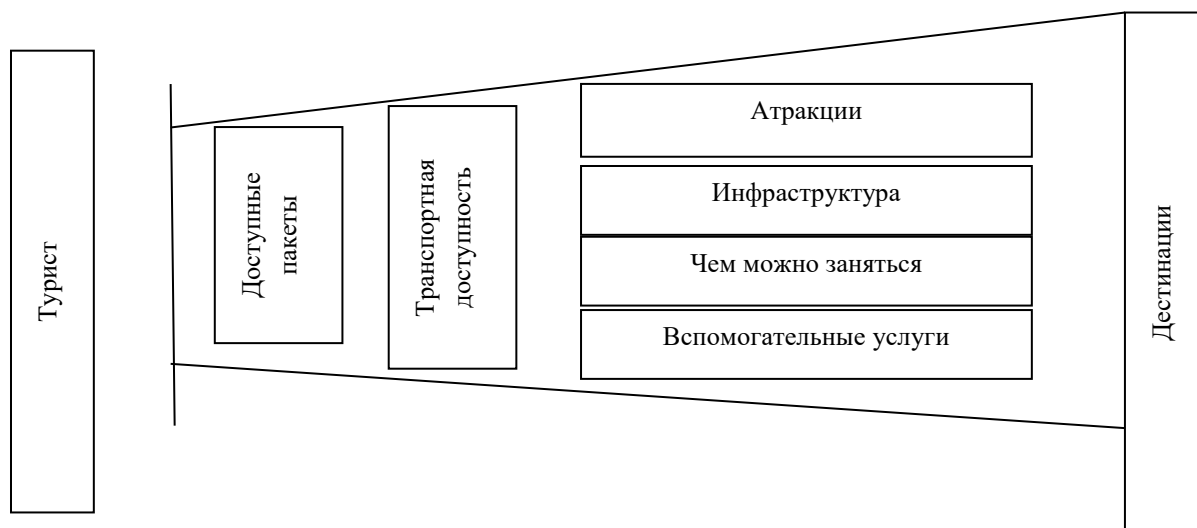


Рис. 1. Комплекс дестинации как продукта

Продукт дестинации состоит из 3 уровней: 1) основной продукт – то, зачем турист посещает дестинацию и что дестинация может ему предложить, основе туризма, как в основе любого продукта, лежит удовлетворение определенных потребностей людей; 2) сопутствующий продукт – то, что обеспечивает потребление основного продукта, но не имеет самостоятельной ценности для туриста. К таким элементам относится туристская инфраструктура: система размещения, система питания, транспорт; 3) дополнительный продукт – то, что не создается специально для туристов, но потребляется ими, так как на определенное время они становятся частью территории (освещенность улиц, система безопасности, банки и пр.). Турист воспринимает дестинацию целиком, поэтому даже такие элементы становятся интегрированной частью продукта и при недолжном качестве могут разрушить даже продукт с высококлассным и привлекательным основным продуктом.

Маркетинговый подход к дестинации предполагает разработку комплексного продукта дестинации, который будет подаваться туристу как единое целое. Все элементы продукта дестинации должны соответствовать друг другу. Все уровни продукта должны соответствовать друг другу и потребностям целевого сегмента. Необходимо разработать план, который свяжет цели и ресурсы дестинации с меняющимися возможностями окружающей рыночной и социальной среды. Маркетинговая стратегия определяет – кто является потенциальными туристами, какой продукт и с какими характеристиками будет наиболее востребован у них, что есть у дестинации для разработки этого продукта, как будет продукт продвигаться. Дестинация – один из наиболее сложных объектов для менеджмента и маркетинга, т. к. представляет собой сложную совокупность отношений внутренних участников и внешних рынков [8].

Стратегический маркетинг для дестинации будет успешным при соблюдении ряда позиций: 1. Наличие органа, который ответственен за процесс планирования и реализации маркетинга дестинации. Самая распространенная европейская практика маркетинга дестинаций – те или иные формы организаций по управлению дестинацией – советы по развитию туризма, туристские офисы и пр. [9]. 2. Взаимосвязанность и последовательность. Только при согласовании маркетинговых целей и стратегий со всеми участниками процесса маркетинга можно добиться успеха. Если каждый из участников будет реализовывать свою собственную стратегию, турист не получит целостного продукта, не сформирует целостный образ дестинации и не выразит желания ее посещения. 3. Продукт дестинации должен разрабатываться исключительно с позиций привлекательности для целевого сегмента туристов. Оптимальный вариант – основывать стратегию на результатах маркетинговых исследований самих туристов. 4. Маркетинговый план, стратегия дестинации не должны быть формальным официальным документом. Это в первую очередь – рабочий план действий. Для эффективной реализации он должен быть абсолютно понятен всем заинтересованным сторонам, включая местных жителей. Дестинации в своем формировании и развитии требуют маркетингового подхода. Туристский регион (дестинация) – это определенный продукт, который нужно сформировать, которому нужно искать целевой сегмент рынка, который нужно трансформировать под нужды «потребителей», который нужно позиционировать и дифференцировать от конкурентов, которому необходимо создавать привлекательный имидж. Маркетинговый подход способен обеспечить успех дестинации даже при изначальном минимальном количестве туристских ресурсов.

Список использованных источников и литературы

1. Pike S. Destination branding. An integrated marketing communication approach. Oxford: Elsevier, 2008. 406 p.
2. Kotler P. Marketing places. New York: Free press, 1993. 367 p.
3. Weaver D., Lawton L. Tourism management. Milton Old: Wiley, 2006. 490 p.
4. Page S.J. Connell J. Tourism: a Modern Synthesis. London: Cengage Learning EMEA, 2009. 663 p.
5. UNWTO Tourism barometer. UNWTO eLibrary. 2010. Vol. 08/Issue 01. URL: <http://http://www2.unwto.org/en> (дата звернення: 05.05.2019).
6. Панкрухин А.П. Маркетинг. М.: ОмегаЛ, 2003. 656 с.
7. Сачук Т.В. Поведение потребителей в территориальном маркетинге. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2005. 157 с.
8. Hall M. Tourism planning. Policies, processes and relationships. Harlow: Pearsons, 2008. 302 p.
9. Pike S. Destination marketing organizations. Amsterdam: Elsevier, 2004. 241 p.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТАМ В ГОТЕЛЬНИХ НОМЕРАХ

Бербец Т. М., к. пед. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Організація харчування гостей в готелі забезпечується службою харчування, яку очолює директор з харчування, що підпорядковується безпосередньо директору готелю. Якщо ресторанів в готелі кілька, то кожен ресторан очолює свій менеджер. Ресторанні зали мають індивідуальний імідж (часто заснований на національних кухнях), інтер'єри залів відповідають запропонованим меню та очікуванням гостей.

У підпорядкуванні директора служби харчування знаходяться наступні підрозділи: кухня, на чолі з шеф-кухарем, відділ обліку в особі контролера служби харчування, банкетний відділ з банкетним менеджером, бар з головним барменом, сервізна, якою керує головний стюард.

У міських готелях, як правило, передбачаються ресторани, бари, кафе-кондитерські та буфети, а в готелях при аеропортах, залізничних, морських і річкових вокзалах допускається організація кафе, закусочних або буфетів [1].

За видами харчування гостей готелю дана послуга харчування поділяється на комплексну, за вибором, за попереднім замовленням, в тому числі з обслуговування урочистостей, прийомів, ювілеїв, банкетів, ділових зустрічей і заходів. Оплата послуг харчування може бути оформлена у вигляді єдиного рахунку за проживання в готелі, а може здійснюватися в місці споживання. Сучасні способи оплати послуг в готелі за допомогою смарт-карт дозволяють складати персоніфіковані архіви гостей. Інформаційний аналіз архівів дозволяє створювати такі пропозиції на ринку послуг, які будуть враховувати смаки, уподобання, що визначають споживчий сегмент, сезони, календарні періоди часу, еластичність попиту і багато інших маркетингових характеристик, принципові і з точки зору організації технологічних процесів виробництва і з точки зору активної реалізації кулінарної продукції.

Підприємства харчування в закладах індустрії гостинності призначені для організації харчування гостей готелю. У ресторанах організують сніданки, обіди та вечері для постояльців готелю, їх гостей і людей, інформованих про послуги готелю. В банкетних залах проводять урочисті заходи за попередніми замовленнями клієнтів: весілля, ювілеї, корпоративні вечірки. Проведення масових заходів потребує забезпечення номерами для проживання і організованим харчуванням.

Весільні та ювілейні пакети, як правило, включають урочисту вечерю, гастрономічні подарунки в номери гостям, сніданок на наступний ранок (шведський стіл в ресторані або замовлення їжі в номер).

Конференц-пакети включають бізнес-ланчі (фіксоване меню, шведський стіл), каву-брейки (відповідає рівню заходу організації перерв в роботі – кави, чай, мінеральна вода, свіжа випічка), вечери (шведський стіл, фіксоване меню, а la carte). Учасникам бізнес-заходів, які проживають в готелі, в пакет проживання включають сніданок і доставку будь-якого подарунка від організації-замовника.

Особливою пропозицією ресторанів в готелі є недільний бранч – обід, що подається в одному з кращих залів ресторану. Традиційна форма обслуговування на бранч – комбінована: буфет, що включає найвишуканіші пропозиції всіх ресторанів готелю і обслуговування офіціантами столиків.

Характерними послугами харчування безпосередньо пов'язаними з номерним фондом готелю, є послуги, пропоновані міні-барами і службою ресторанного обслуговування номерів.

Міні-бар – невеликий бар з холодильником, розташований в гостьових номерах. Асортимент продукції міні-бару являє собою набір безалкогольних напоїв (соки, мінеральні води, лимонади), алкогольних напоїв (коньяки, горілки, віскі, вина), пива, чіпсів, горіхів, шоколаду, льодяників, місцевих продуктів.

Скляні дверцята міні-бару в значній мірі провокують гостя скористатися його пропозицією, збільшуючи прибутковість підрозділу харчування. Згідно з дослідженнями, кожен другий гість користується послугами міні-бару, незважаючи на високі розцінки.

Послуги міні-бару в готелі відносяться до категорії платних додаткових послуг: вартість продукції міні-бару не входить у вартість номера. Щоб уникнути непорозумінь в номерах розкладають інформацію про порядок користування міні-баром та перелік продуктів і напоїв з розцінками на них.

Контроль і поповнення міні-барів відбувається щодня або силами поверхових служб, або спеціальним підрозділом служби харчування. Важливим обов'язком співробітників міні-бар-сервісу є перевірка технічного та гігієнічного стану холодильників.

Ресторанне обслуговування в номерах (Room Service) входить до складу ресторанної служби готелю і підпорядковується директору служби харчування. До складу служби входять менеджер, супервайзери, офіціанти, співробітники міні-бару. Служба надає послуги харчування гостям готелю цілодобово.

До основних функціональних обов'язків служби ресторанного обслуговування в номерах слід віднести обслуговування сніданків в номерах, прийом замовлень на їжу по телефону і доставка страв в номер гостя в будь-

який час доби, доставка подарунків та VIP-знаків в номери гостей, обслуговування кава-брейків, невеликих нарад, що проходять в орендованих під бізнес-цілі готельних номерах [2].

Менеджер служби контролює роботу офіціантів, складає розклад, розподіляє обсяги робіт, розробляє і контролює виконання стандартів сервірування столів, розносів, стежить за гігієнічним станом предметів сервісу, обладнання, за відповідністю замовлень гостей меню служби, аналізує звітність з продажу, вирішує проблемні ситуації.

Супервайзер (старший офіціант) розподіляє щоденні обов'язки, контролює виконання замовлень гостей, дотримання стандартів обслуговування, веде звітність по складу, по VIP обслуговуванні, з алкогольних напоїв, стежить за станом і режимом поповнення складу.

Офіціант обслуговує гостей, готує замовлення відповідно до побажань гостей і вимог стандартів обслуговування, прибирає брудний посуд, засервіровані столи і розноси з гостьових номерів, приймає продукти зі складу.

Час доставки замовлень в номер регламентується стандартами кожного конкретного закладу індустрії гостинності з урахуванням технічних можливостей і оснащення підрозділу. Найбільш поширені регламенти доставки:

- сніданок за попереднім замовленням (картка - меню) – 15 хв;
- сніданок по дзвінку – 15-30 хв. залежно від замовлених страв;
- обід доставляється впродовж 15-30 хв;
- вечеря має бути доставлена не пізніше ніж через 45 хв. після дзвінка гостя;
- час доставки напоїв, в тому числі і свіжих соків – 15 хв.

Вимоги до подачі їжі ресторанного обслуговування номерів, полягають в наступних діях:

- їжа в гостьові номери доставляється на спеціальних столах або розносах;
- всі страви повинні бути накриті клошами – спеціальними ресторанными кришками, які дозволяють зберегти смакові та гігієнічні якості страви, а також візуальні властивості і нюхові ознаки;

– напої, що подаються в келихах, мають бути накриті паперовими кришечками;

– гарячі страви доставляються на поверхи в номери у теплових шафах-хітерах, які дозволяють зберегти температуру подачі страви (ступінь нагріву такого хітера (Hot box) можна регулювати);

– офіціант, який доставляє страви в номер, повинен дотримуватися вимог, продиктованих етикою і конфіденційністю обслуговування в номерах, а саме:

– підійшовши до дверей номеру, з якого було зроблено замовлення, постукати в двері тричі, досить голосно і ясно представитися та попросити дозволу увійти;

– під час обслуговування звертатися до гостя по імені (ім'я гостя буде вказано в бланку замовлення або в чеку);

– сервірувати стіл або рознос в тому місці, де вкаже гість;

– розташувати меблі так, щоб було зручно для гостя;

– зняти кришки з келихів і з дозволу гостя розлити напої;

– запропонувати гостю гарячі страви з теплової шафи, і якщо гість попросив дістати всі страви, то теплову шафу слід винести з номера; якщо в номері знаходяться діти, то теплову шафу слід винести відразу;

– кожен принесену страву необхідно презентувати: сказати її назву, перерахувати основні компоненти, що входять до її складу, при цьому знімаючи кришки з тарілок;

– попросити гостя підписати рахунок;

– пояснити гостю процедуру прибирання посуду з номера – гість може зателефонувати в службу і попросити прибрати після закінчення споживання їжі, викласти посуд за двері або залишити в номері до обходу.

Таким чином, організація надання послуг харчування є досить складний, але добре організований і послідовний комплекс дій. Виконання кожного етапу цього комплексу має бути підпорядковано певним правилам, які встановлені законодавчими та іншими нормативно-правовими актами.

Список використаних джерел

1. Байлік С. І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
2. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства / за ред. Н. О. П'ятницької. Київ, Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ГРОДНЕНЩИНЕ В УСЛОВИЯХ БЕЗВИЗОВОГО ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Жегало А. О., студент,
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
г. Гродно, Республика Беларусь

В современном быстроразвивающемся и динамичном мире туризм является одним из важнейших направлений хозяйственной деятельности, непосредственно генерирующий услуги, товары, иностранную валюту,

занятость и инвестиции. В тех странах, где туризм стал процветающей индустрией услуг, он имеет огромное экономическое и социальное влияние на национальное развитие.

В последнее время как белорусские, так и иностранные эксперты стали отмечать, что туристический рынок Беларуси начинает стабилизироваться, постепенно развиваться – такая благоприятная ситуация отмечена впервые за долгие годы. Богатое и уникальное культурно-историческое наследие в сочетании с многообразием, первозданностью и красотой белорусской природы, а также относительно низкая стоимость оказываемых услуг в совокупности обеспечивают привлекательность Беларуси для международных туристов.

Туризм неразрывно связан с ландшафтом и местностью, в которой располагаются объекты, привлекающие туристов. Одной из таких местностей выступает регион как определённая территория, обладающая целостностью и взаимосвязью её составных элементов. Одним из видов регионов является трансграничный регион – сопредельные пограничные территории государств, характеризующиеся определённым природным, экономическим, социокультурным, этническим единством [2].

На сегодняшний день Гродненщина (область на северо-западе Республики Беларусь, граничит с Польшей и Литвой) является одним из наиболее динамично развивающихся трансграничных регионов в Беларуси и имеет все необходимые условия для развития туризма. Это регион, представляющий собой область исторического взаимодействия различных этносов и их культур, своеобразие которого проявляется в том, что на одной территории соседствуют совершенно различные общности людей в достаточной степени с разными культурными ценностями и социальным опытом. На сегодняшний день туризм без виз на территории Августовского канала и города Гродно разрешён для граждан 77 государств на срок до 10 дней [3].

В целях создания благоприятных условий для развития туризма и туристической инфраструктуры на территории, прилегающей к белорусской части Августовского канала и русла реки Неман, указом Президента Республики Беларусь от 26 мая 2011 г. №220 был создан специальный туристско-рекреационный парк «Августовский канал» – памятник 0 категории ценности, внесён в предварительный Список всемирного наследия ЮНЕСКО, судоходный канал, который соединяет реки Вислу и Неман, обеспечивая на севере – выход к Балтийскому морю, а на юге – к Черному, памятник гидротехнического зодчества.

За 2,5 года действия безвизового въезда г. Гродно посетило около 180,0 тысяч иностранных безвизовых туристов и данная цифра продолжает

увеличиваться (до введения системы безвизового въезда город в среднем посещало 4-5 тысяч иностранных туристов в год). С начала 2019 года в Гродно без визы побывали граждане более чем 30 стран (за весь период безвизового въезда – более чем из 70). Большинство из них представители Литвы, Польши, Латвии.

В условиях новой безвизовой политики въездного туризма в Беларуси, связанной с возможностью приезда иностранных туристов, все объекты туристического интереса нашего региона оказались в ситуации практической необходимости увеличения своей туристической привлекательности. Важным позитивным фактором является заинтересованность органов власти в развитии туризма в регионе, а также большой опыт в реализации международных проектов в сфере туризма.

Однако, существует ряд проблем, негативно отражающихся как на качестве оказываемых туристических услуг, так и на развитии индустрии туризма в регионе. Например, медленное развитие придорожного сервиса в сочетании с недостаточным количеством гостиниц туристического класса (2-3 звезды) с современным уровнем комфорта и набором сервисных услуг, а также более высокого класса (4-5 звезд) для делового туризма снижают потенциальный поток туристов в Гродненский регион. Сдерживающим является и имеющееся несоответствие качества турпродукта его цене, которая сопоставима с предлагаемой в других странах, таких как Турция, Черногория, и выше, чем в Польше, Литве, Украине при более низком уровне качества. Сдерживает развитие туризма и недостаточно полная информация и реклама Гродненщины как региона, богатого туристическими ресурсами. Имеет значение в этом смысле невысокий уровень подготовки кадров и отсутствие опыта качественного обслуживания в рыночных условиях, отсутствие специализированных научных учреждений в сфере туризма [1].

Следует отметить, что устойчивое развитие туризма на Гродненщине – это процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. С целью повышения туристической привлекательности Гродненского региона целесообразно, на наш взгляд, реализация следующих мероприятий: это и улучшение качества предоставляемых услуг, для чего необходимо развивать новые виды туризма, которые востребованы у иностранных туристов; следует развивать и совершенствовать навыки персонала, задействованного в туристической индустрии, так как имидж страны в целом и региона в частности во многом зависит от квалификации, мастерства, мотивации персонала, вовлеченности в эффективную работу по организации и обслуживанию туристов. Это и внедрение информационных технологий в туристическую отрасль, что

предполагает присутствие современной информационно-коммуникационной среды, основанной на использовании Интернета и технологических инноваций, включая возможность онлайн-бронирования, создание специализированных веб-сайтов и интернет-рекламу с внушительной подборкой мультимедийных возможностей. А создание неповторимых и изысканных, оригинальных гостиниц, парков и других мест отдыха в необыкновенных местах, яркие дизайнерские задумки могли бы дать возможность развитию туристической привлекательности Гродненского региона, в том числе для привлечения отечественных путешественников (внутреннего туризма).

В целом же можно сказать, что Гродненский регион обладает значительными туристско-рекреационными ресурсами, которые положительным образом сказываются на динамике развития туризма в стране и регионе. Активно в области развивается новые для региона виды туризма – оздоровительный туризм, агроэкотуризм, охотничий, промышленный, много гостей привлекают международные событийные мероприятия (например, Республиканский Фестиваль национальных культур). Набирают популярность экологический, спортивный, авто- и гастрономический, религиозный туризм. Перспективными для развития туризма в Гродненской области можно выделить такие специфические виды туризма, как медицинский, образовательный, научный, событийный. Уникальными направлениями развития туризма в Гродненском регионе могли бы стать – участие в международных туристических проектах, создание нового уникального конкурентоспособного туристического продукта, трансграничное сотрудничество в сфере туризма.

В заключении хотелось бы отметить, что при развитии туризма на Гродненщине следует применять лучшие мировые практики и рационально использовать имеющиеся ресурсы.

Список использованных источников и литературы

1. Верниковская, О. Белорусский туризм: тенденции и перспективы. *Директор*. 2009. № 10. С. 10–13.
2. Дергачев, В.А. Геополитика. Русская геополитическая энциклопедия URL: <http://dergachev.ru/Russian-encyclopaedia/18/59.html>. (дата доступа: 09.05.2019).
3. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2016–2020 гг. 2016. URL: <http://mst.gov.by/ru/programma-razvitiya-turizma>. (дата доступа: 01.05.2019).
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. *Туризм и туристические ресурсы Республики Беларусь*. Минск, 2016. URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnayasfera/turizm/publikatsii_9/index_5110/. (дата доступа: 20.04.2019).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Кирилюк І. М., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Однією з базових галузей світової економіки та найприбутковішим сектором національної економіки багатьох високорозвинутих держав є туристична галузь функціонування якої пов'язане з різними галузями народного господарства і тому безпосередньо впливає на рівень життя громадян країни.

Україна має величезний потенціал для розвитку туризму: сприятливі природно-кліматичні умови, зручне географічне розташування, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, проте значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг, оскільки не має відповідної інфраструктури та належного регулювання на різних рівнях. Тому для розвитку туризму необхідна активізація процесів щодо створення відповідної туристичної індустрії, яка спроможна задовольняти різноманітні туристичні потреби як українців, так і іноземних туристів.

У 2017 році Україну відвідало 14 229, 6 тис. іноземних громадян, з них службові, ділові та дипломатичні поїздки здійснили – 88,9 тис. осіб, туристичні – 39,1 тис. осіб, у приватних справах – 13741,6 тис. осіб, з навчальною метою – 4,5 тис. осіб, у зв'язку з працевлаштуванням – 2,6 тис. осіб, імміграція – 4,0 тис. осіб, культурний та спортивний обмін – 349,1 тис. осіб. Туристичні потоки, які обслуговувались туроператорами та туристичними агентами розподілились наступним чином: іноземні туристи – 39,6 тис. осіб, туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон – 2289,9 тис. осіб, внутрішні туристи – 476,9 тис. осіб. Кількість туристів, які обслуговувались суб'єктами туристичної діяльності становила 2 806,4 тис. осіб, що перевищує показник попереднього року на 10,1% [1]. Дані свідчать, що Україна є привабливою як для іноземних, так і вітчизняних туристів, тому слід приділяти належну увагу розвитку галузі туризму з метою забезпечення відповідних умов для задоволення потреб туристів.

Сучасний турист мобільний і вибагливий до обслуговування та задоволення своїх потреб, він ставить високі вимоги до сфери туризму, тому розвиток туристичної галузі України повинен ґрунтуватись на впровадженні інновацій як у роботу туристичних підприємств, так і у виробничо-господарський процес підприємств та організацій туристичної індустрії. Використання новітньої техніки й технологій при наданні традиційних послуг,

впровадження сучасних послуг з новими властивостями, зміни в організації виробництва і споживання традиційних туристичних послуг, залучення раніше не використаних туристичних ресурсів, виявлення і використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів є основними напрямками інноваційної діяльності в туризмі.

Швидкий та безперервний обмін інформацією сприяє ефективному функціонуванню сфери туризму та забезпечує суб'єктів ринку туристичних послуг конкурентними перевагами. Використання smart-технологій обумовлене впровадженням нових інноваційних технологій для забезпечення стійкого розвитку туризму та зміною способів і засобів туристичного обслуговування, формуванням та забезпеченням каналів взаємозв'язку з партнерами та споживачами суб'єктів туристичної діяльності.

Мобільні інформаційні послуги демонструють наявність значного потенціалу, і в якості джерела інформації для клієнтів про території, і якісного каналу зв'язку з постачальниками туристичних послуг. Створення інформаційних порталів на основі Інтернет-сервісів та програмного забезпечення сучасних гаджетів сьогодні є одним з перспективних напрямів розвитку туристичної галузі. Розвиток сучасної концепції використання інтегрованих інформаційних систем, що поєднують Інтернет-сервіси та програмні додатки сучасних гаджетів обумовлено необхідністю синтезу інформаційної технології із Smart-методом у сфері міського культурного туризму шляхом створення нових інформаційних систем для управління доступом до інформаційних потоків мережі туристичних послуг. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі сприяє її популяризації та динамічному розвитку.

Подальший розвиток в'їзного туризму в країні забезпечить створення відповідної маркетингової стратегії, яка сприятиме збільшенню кількості іноземних туристів, даватиме можливість ефективно використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та створюватиме позитивний імідж України на світовому ринку туристичних послуг.

Для подальшого розвитку туризму необхідно знайти шляхи розв'язання наступних проблем:

- освоєння нових туристичних ринків;
- розробка сучасних унікальних напрямків туризму;
- підтримка малого підприємництва у туристичній сфері;
- розвиток та підтримка приватного сектору;
- залучення вільних фінансових ресурсів на розбудову туристичних об'єктів;
- формування туристичного бренду індустріальних регіонів;

- удосконалення територіальної структури готельно-туристичного бізнесу;
- приведення готельного фонду країни до норм міжнародних стандартів;
- підвищення рівня комфорту перебування в готелях;
- забезпечення швидкої адаптації вітчизняних підприємств готельного господарства до сучасних засад ведення та розвитку готельного бізнесу;
- розвиток міжнародної співпраці у галузі туризму;
- забезпечення конкуренції з великими транснаціональними готельними мережами;
- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації туристичних кадрів.

Для розвитку туристичного бізнесу важливою є його державна підтримка та регулювання. Створення умов для сталого розвитку туризму і суміжних галузей економіки, шляхом впровадження виваженої та стимулюючої політики уряду на загальнодержавному та регіональному рівнях, можливо забезпечити шляхом:

- удосконалення наявної нормативно-правової законодавчої бази у сфері туризму та її адаптації до міжнародних стандартів;
- реалізації державних програм, впровадження лояльної фіскальної та митної політик;
- створення безпечних та комфортних умов для перебування та пересування туристів;
- забезпечення комплексної системи туристичної інфраструктури;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;
- створення інституціональних умов для регіонального розвитку.

Взаємодія усіх елементів туристичної індустрії, створення конкурентоспроможного туристичного продукту, активна державна політика та узгоджені дії усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму забезпечуватиме Україні достойне місце на світовому ринку туристичних послуг, підвищуватиме цінність туризму для зростання національної економіки та міжнародної інтеграції.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.05.2018).

ГОТЕЛЬНО-АніМАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ПРОГРАМИ В УКРАЇНІ

Коган Н. Ю., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

На сучасному етапі в Україні анімаційна служба застосовується в діяльності підприємств культури та туризму. Проте функціонування анімаційної діяльності у практиці готельної індустрії зустрічається досить рідко.

Готельна анімація – це готельна послуга, яка заснована на особистих контактах аніматора з гостями готелю, на спільну участь їх в розвагах, пропонуваніх анімаційною програмою готельного підприємства. Вона має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком тощо.

Анімація як відносно новий вид послуг у сфері туризму в Україні у своєму розвитку повинна спиратися на досвід розвинених туристичних держав. [3, с. 16]

Наявність анімаційної служби в готелях України підтверджує його інноваційну діяльність та конкурентоспроможність. Проте для ефективної роботи анімаційної команди необхідно мати на території готелю достатню кількість місць комфортабельного амфітеатру, дитячу площадку з усіма її атрибутами, басейни й інші спортивні споруди.

Також необхідне постійне відновлення матеріальної бази – костюмів, декорацій, спортивного та ігрового інвентарю, а це потребує значних коштів. За таких умов анімаційна служба в готелях України може здійснювати свою діяльність переважно тільки в структурі чотирьох- та п'ятизіркових готелів.

Готельні підприємства України, надаючи анімаційні послуги, повинні дотримуватися концепції закладу та орієнтуватися на різні сегменти споживачів. Шляхи вдосконалення анімаційних послуг в Україні та щодо підвищення їх ефективності:

1) для успішної діяльності анімаційних заходів повинні проводитись масштабні рекламні кампанії;

2) організовувати тижні кухонь різних регіонів і країн в ресторані закладу, а також застосування відповідної національної атрибутики і колористики у всьому готелі.

Організація в ці дні, а також на День святого Валентина, 8 Березня та інші свята спеціальних заходів. Для кожного свята необхідно розробляти спеціальне

меню, складати святкову програму із залученням артистів естради, майстрів оригінальних жанрів та ін.;

3) вводити програми, які будуть відрізнятися від програм конкурентів та ще не мали аналогів в Україні.

Наприклад:

- раут – зібрання людей, яке не передбачає танців;
- містерія – театралізована постановка п'єси релігійного змісту;
- раус – захід з анонсування презентацій, культурно-дозвіллевих програм;
- церемонія – культовий побожний або державний акт, який проводять за суворим порядком (церемонією);

- шоу-вистава, масове видовище;

4) використовувати національний одяг та атрибутику при обслуговуванні гостей. Також готелі, які хочуть привернути увагу клієнтів, можуть ввести пакетні пропозиції.

Це перш за все можливість привернути цінних для готелю як корпоративних, так й індивідуальних клієнтів, і виграти за рахунок продажу не тільки місць розміщення, але й додаткових послуг.

Цінове стимулювання варто здійснювати за допомогою знижок за проживання від 5 до 20 %, які будуть надаватися як посередникам, так і постійним клієнтам. [1, с. 145-147]

Для кожної категорії знижок слід застосовувати відповідну картку – срібну, золоту і платинову. Це підвищить престиж гостя і збільшить кількість його повторних приїздів і проживання у готелі.

Продуктивна стратегія підприємства сфери гостинності сьогодні повинна бути направлена на розробку таких послуг, які могли б збільшити прибуток підприємства, особливо в міжсезоння [2, с. 11].

Список використаних джерел

1. Лисюк Т. В. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. Карпатський край. *Наукові студії з історії, культури, туризму: журнал*. 2016. № 1(8). С. 141–149.

2. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Інновації у забезпеченні сталого розвитку готельних підприємств в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. № 2.

3. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник. К. : Альтерпрес, 2017. 447 с.

НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ СУЧАСНОГО МАСОВОГО ТУРИЗМУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

*Кожухівська Р. Б., канд. екон. наук, доцент
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна*

За останні десятиліття, з розвитком процесів глобалізації, суттєво розширився туристичний ринок, зросли туристичні потоки, розширилась сфера і напрями мандрівок та подорожей, сформувались великі транснаціональні кампанії, відбувся розвиток і уніфікація туристичних технологій та туристичного продукту, які досягли рівня стандартизації, характерних для сучасних галузей індустрії. З огляду на вказане, виникає необхідність вивчення негативних наслідків, що породжуються масовим туризмом, розробкою стабілізаційних механізмів регулювання галузі в разі виникнення форс-мажорних обставин.

Як і інші економічні сектори, туризм споживає природні ресурси, створює відходи, загострює не тільки екологічні, але й культурні і соціальні проблеми. Темпи розвитку міжнародного туризму в Україні потребують особливої уваги до виявлення негативного впливу туризму на природне середовище, який сьогодні стає об'єктом все більш ретельної уваги світового співтовариства. Багато громадських організацій стурбовані наслідками руйнування унікальних природних ландшафтів завдяки неконтрольованим потокам туристів.

Несприятливі, й навіть катастрофічні, наслідки впливу туризму на природне середовище мають різні прояви. Насамперед, це перенаселеність і перезавантаженість територіальної інфраструктури. Указане викликано концентрацією туристів в обмежених місцях. Залучаючи в людську діяльність природні ресурси – утворюється особливий вид ландшафту – рекреаційний: курортні зони, пляжі, лісопарки, де рекреаційне використання є основним. Рекреаційні ландшафти легко вразливі, а рекреаційні ресурси мають обмежені можливості і дуже швидко вичерпуються. Їх стихійне і нерациональне використання породжує низку екологічних проблем, причому як в районах інтенсивного туристичного освоєння, в економічно розвинутих країнах, так і в тих що тільки-но розвиваються, і які не мають достатньо технічних та фінансових можливостей для поповнення використаних туристами ресурсів. Прибуток від туризму в таких регіонах значно нерідко перевищують збиток, який наноситься зовнішньому середовищу місцевим населенням

Прогресуюче захоплення природою сьогодні стає небезпечним. Величезні зусилля країн світу щодо «окультурення» місць масових відвідувань природи виявляються неефективними. Прибутковий комфортний туризм – автостради,

ресторани, прислуга, дороги приводять до деградації живої природи. В результаті ми втрачаємо оазиси дикої природи. Крім того, інтенсивно організоване дике середовище перестає бути таким і більш не приваблює туристів. Контрольована дика природа (в умовах заповідника) є простою фікцією, вважають глибинні екологи. На їх переконання, не можна природоохоронні заходи оцінювати лише під кутом зору безпосередньої корисності для людей. Сенс сучасної природоохоронної програми полягає в розумінні того, що ставлення до неї як до джерела ресурсів, ставлення до неї як до гармонійного і цілісного утворення яке пробуджує в людині не утилітаристські мотиви, а етичні й естетичні відчуття. На лоні дикої природи людина відчуває себе вільною, що не можна сказати про суспільство, в якому вона постійно знаходиться.

На сьогодні дуже значна частка людства є відчуженою від природи. Повсякденне життя стількох людей проходить серед мертвих витворів людських рук, тому що вони втратили здатність розуміти живі творіння і спілкуватися з ними. Ця втрата пояснює, чому людство в цілому демонструє такий вандалізм по відношенню до світу живої природи, що оточує нас і підтримує наше життя. Спробувати поновити втрачений зв'язок між людьми та рештою живих організмів, що мешкають на нашій планеті, – дуже важлива і дуже достойне завдання. Визначна роль у реалізації цієї важливої задачі належить туристичній галузі.

Необхідно фінансово стимулювати такі заходи, котрі дозволяють економити рідкісні і цінні природні ресурси, особливо воду і джерела енергії, а також максимально уникати утворення відходів. Рекомендується також рівномірно розподіляти потоки туристів у часі і географічному просторі, намагатися згладжувати сезонність; забезпечувати захист природної спадщини, яка складає екосистеми і біологічну різноманітність, а також охорону видів дикої фауни і флори, котрим загрожує зникнення; необхідність встановлювати певні обмеження діяльності учасників туристичного процесу й особливо професіоналів сфери туризму, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях – зонах пустель, полярних і високогірних районах, берегових зонах, тропічних лісах і вологих зонах, котрі підходять для створення природних парків або заповідників

Проблеми негативних наслідків сучасного масового туризму можуть бути вирішені в рамках реалізації програми сталого розвитку туризму, яка на сьогодні є безальтернативною основою моделювання розвитку світу, окремих країн, регіонів і міжрегіональних утворень, окремих галузей і секторів економіки, суб'єктів господарювання. Критерій сталого розвитку туризму

повинен бути триєдиним, взаємопов'язаним за такими компонентами: доступність – якість – безпека .

Отже, для переходу всіх видів туризму на шлях сталого розвитку необхідно прийняття різних, нестандартних заходів. Головне, щоб цей процес був двосторонній як з боку туристів, які повинні об'єктивно оцінювати свої запити й бути готовими до отримання нових послуг, так і з боку приймаючої сторони, якій слід упроваджувати та рекламувати ті форми економічної діяльності, які ґрунтуються на концепції сталого розвитку. Досягнення поставленої мети, забезпечення високого рівня якості життя стане більш реальним, якщо критерій сталого розвитку туризму буде узгоджений з критерієм сталого розвитку суспільства в цілому.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА, ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

Кравченко Л. В., к. пед. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

На сьогоднішній день ринок ресторанного бізнесу дуже конкурентоспроможний. Щоб виділитися в цьому переповненому ринку, важливо зрозуміти основні конкурентні переваги в сфері ресторанного бізнесу та знати, де зосередити зусилля. До таких переваг можна віднести:

1. Ціна є основною конкурентною перевагою для деяких ресторанів. Ідея використання стратегії, заснованої на ціноутворенні, позиціонує ресторан як low-cost в тому цільовому сегменті ринку, в якому він знаходиться. Ресторани, які зосереджуються на ціні, як на головній конкурентній силі, як правило, мають більш низький прибуток. Тим не менш, вони також можуть генерувати великий обсяг продажів в якості лідера в сегменті low-cost. Прикладом підприємств, які використовують ціну як основну конкурентну перевагу, є ресторани швидкого харчування.

2. Сервіс є ще однією можливою конкурентною перевагою. Ресторани вищого рівня часто зосереджуються на обслуговуванні як основі конкурентоспроможності. Обслуговування в ресторанному бізнесі в цілому означає мати добре обізнаний, уважний обслуговуючий персонал, своєчасно надавати гостям їжу і напої, швидко реагувати на скарги клієнтів і надалі проводити роботу над помилками, щоб максимально задовольнити гостей.

3. Кухня. Для будь-якого ресторану кухня може бути основною конкурентною перевагою. Ресторани, які славляться своєю їжею, можуть

запросто отримати чудову репутацію, шляхом передачі інформації про якість блюд, що готуються, як то кажуть «з вуст в уста». Це означає, що спілкування гостей, які побували в ресторані і залишилися задоволеними, в колі друзів або сім'ї призведе до додаткової реклами підприємства, що в свою чергу є вільною формою маркетингу.

Щоб бути відомим своєю кухнею, необхідно мати чудового або ексклюзивного кухара, унікальні рецепти і страви, найсвіжіші інгредієнти.

4. Атмосфера. Подібно кухні, атмосфера в ресторані може спонукати людей говорити про нього і завдяки цьому стати головною конкурентною перевагою. Коли ресторан славиться своєю атмосферою, він заробляє вірних шанувальників, завсідників, які в свою чергу перетворюють заклад в «модне місце». Щоб розвивати цей вид конкурентоспроможності, слід знайти професійного дизайнера інтер'єру, щоб допомогти обстановці відповідати концепції, меню і цільової аудиторії. Після чого створити свій неповторний стиль меню, вівіски і рекламного матеріалу [1].

5. Імідж. Повністю змінити імідж ресторану для його подальшого функціонування - це не рідкість в ресторанному бізнесі. Причиною цього може бути як бажання нових власників бізнесу не залишати старого способу закладу, так і, ймовірність існуючого управлінця змінити те, що вже є. Всі дії повинні бути максимально стабілізовані і структуровані до моменту початку перетворення. Як і при запуску будь-якого бізнесу, при його плануванні і подальшому функціонуванні, так і при його перетворенні слід провести дослідження ринку.

Проте, для підтримки конкурентоспроможності ресторану, його іміджу і марки, існує безліч не настільки масштабних, як перетворення в цілому, але не менш важливих способів - використання соціальних медіа для просування (наприклад Facebook, Twitter) є способом людського спілкування один з одним, з зірками, політиками, брэндами і навіть ресторанами.

Просуваючи ресторан, слід розуміти, що користувачі соціальних медіа хочуть бачити чотири ключові моменти:

– акції або знижки. Ексклюзивний купон на знижку, викладений користувачам через Facebook або будь-який інший обраний сервіс, може бути потужним рекламним засобом;

– ексклюзивність, недоступну в інших місцях Регулярна діяльність активно підтримується передплатниками. Публікація фото з вечірок, з дня відкриття тільки підігріє інтерес публіки до закладу. А викладене відео сомельє ресторану, в якому він виділяє винну карту, проводячи таким чином свого роду безкоштовний семінар по виноробству, тільки підкреслить стиль ресторану і безсумнівно приверне потрібну аудиторію;

– інформацію про нові продукти Нехай передплатники будуть в курсі нового меню, а також меню, що діє за системою «Happy Hours»;

– можливість поділитися думкою. Подяка клієнтам за компліменти і реагування на критику [2].

Саме за умови дотримання згаданих пунктів, що сприяють розвитку, як ресторану, так і його конкурентоспроможності, можна стверджувати, що підприємство може приносити прибуток. І таким підприємством може виявитися абсолютно будь-яке підприємство. Просто для цього варто дотримуватися певних методів при плануванні стратегії розвитку бізнесу.

Список використаних джерел

1. Грабовенська С.П. Стратегія розвитку готельного господарства. URL: <http://joomla.spkneu.org/> (дата звернення: 12.05.2019).

2. Леонтєва Ю. Ю., Рудакова К. А. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств. *Науково-технічний збірник*. 2012. № 102. С. 499–503.

3. Малюга Л. Управління факторами конкурентоспроможності підприємств. *Інноваційна економіка*. 2012. № 11. С. 88–91.

4. Подлепіна П. О., Поп О. М. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети* : матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф. Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна. С. 214–216.

АКТУАЛІЗАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Литвин О. В., викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Сучасні умови господарювання та глобалізаційні процеси в усіх сферах економіки, все більше привертають увагу до невиробничої сфери. Туристична індустрія стає однією з найприбутковіших в світі, тим самим позитивно впливаючи на розвиток суміжних галузей, які безпосередньо беруть участь у створенні туристичного продукту чи послуги. Підприємства, які здійснюють безпосередню туристичну діяльність, вимушені швидко реагувати та адаптуватись до конкурентного середовища шляхом вдосконалення сучасних методів управління.

Для застосування необхідних методів управління виробникам туристичних послуг необхідно визначити особливості управління через зміст специфічних функцій, які полягають в наступному:

– вивчення попиту та потреб на турпослуги, турпродукти вимагає від туроператорів, які розробляють тури, різного інтелектуального наповнення з

врахуванням того, чи даний тур пропонується вітчизняним або зарубіжним туристам, звідки саме прибули туристи, особливості національних культур різних держав;

- планування додаткових сервісних послуг вимагає також враховувати те, з яких саме країн прибули зарубіжні туристи, у чому особливості їхніх індивідуальних запитів та потреб;

- організація системи співробітництва туристичних підприємств із іншими учасниками туристичного ринку повинна організовуватися не як з підприємством – конкурентом, а як із підприємством – бізнес-партнером, що зумовлено еволюцією розвитку ринку та інтернаціоналізацією національних економік, впливом процесів глобалізації;

- збут турпослуг, турпродуктів повинен зазнати змін, а саме необхідності організації збуту їх також через мережу франчайзингу;

- координація дій персоналу туристичних підприємств, які здійснювали відправку туристів, повинні забезпечити більш чітку координацію дій із персоналом приймаючої сторони на випадок надзвичайних політичних станів чи надзвичайних подій;

- планування турів туроператорами вимагає враховувати особливості національних культур зарубіжних споживачів та забезпечувати їм максимально високий рівень внутрішнього комфорту та задоволення;

- стимулювання споживачів турпослуг, турпродуктів, а особливо постійних споживачів, необхідно здійснювати через прогнози «майбутньої позитивної дохідності» споживачів турпослуг, турпродуктів;

- стимулювання персоналу туристичних підприємств необхідно здійснювати за результатами якісного аналізу та контролю у системі взаємовідносин їх і споживачів, забезпечуючи зворотній зв'язок із ними;

- контроль поставлених цілей туристичними підприємствами повинен забезпечувати взаємний баланс інтересів туристичних підприємств, споживачів турпослуг, турпродуктів і суспільства;

- контроль неекономічних показників діяльності підприємств туристичної сфери повинен передувати процесу остаточного прийняття управлінських рішень, через підвищення рівня його значущості в отриманні туристичними підприємствами вищого рівня економічної ефективності;

- контроль рекламно-інформаційної діяльності повинен попереджувати незадовільні соціальні результати, які можуть отримати споживачі турпослуг, турпродуктів, що повинно відповідати критеріям ситуаційного підходу в поєднанні із системним підходом; це буде основою нових можливостей туристичних підприємств отримувати синергетичні ефекти, а також бути

джерелом різних новацій та забезпечення кращих економічних результатів діяльності всіх учасників туристичного ринку [1, с. 218].

Ефективна реалізація поставлених завдань та виконання функцій можливе через застосування сучасних методів управління, зокрема:

1. Організаційно-адміністративні методи дають можливість оптимізувати структуру управління туристичним підприємством, встановлювати права та обов'язки кожного працівника та регламентувати їх функції, що направлені на реалізацію процесу управління.

Організаційно-адміністративні методи (регламентовані та розпорядчі) – це комплекс способів та прийомів впливу на працівників, що мають за основу використання організаційних відносин та адміністративної влади керівництва [1, с. 220]. Система управління туристичним підприємством вимагає вдосконалення саме організаційно-адміністративних методів, які направлені, на розподіл та споживання турпродуктів, досягнення максимального задоволення потреб туристів, підвищення якості туристичних послуг;

2. Соціально-психологічні методи управління передбачають формування в колективі позитивного соціально-психологічного клімату, що сприяє вирішенню виховних, організаційних та економічних задач. Такі методи дозволяють своєчасно враховувати мотиви діяльності та потреби працівників, спостерігати за змінами та приймати оптимальні управлінські рішення.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби учасники ринку туристичних послуг вимушені розробляти та впроваджувати нові ефективні методи управління. В основі функціонування туристичного підприємства формуються інформаційні потоки, між продавцем та споживачем туристичних послуг в напрямках партнерських зв'язків. Все це призводить до необхідності вдосконалення інформаційної складової управління.

Актуальними для розвитку туристичної галузі сучасними методами управління є реінжиніринг та бенчмаркінг. Реінжиніринг – це спосіб кардинальної перебудови бізнес-процесів в компанії, що проходить з кардинально якісними змінами в діяльності конкретного підприємства, які визначаються скачкоподібним перепроєктуванням елементів фінансової, виробничої, маркетингової, логістичної, ресурсної, кадрової, інформаційної та екологічної складових організаційно-економічного механізму підприємства і включає адаптацію підприємства до ринкової сфери, що постійно змінюється.[2, с. 234] Отже, бенчмаркінг може використовуватись як запобіжний засіб, що протидіє кризовій ситуації в діяльності та забезпечує стабільність розвитку. [3, с.38]

Інноваційні методи управління з використанням різноманітних сучасних засобів автоматизації (спеціалізованих програмних продуктів, туристичних

Інтернет-порталів, засобів управління взаємодією з покупцями безпосередньо підвищують ефективність управління та конкурентоспроможність підприємств туристичного бізнесу.

Отже, використання сучасних методів управління підприємствами туристичної індустрії дає можливість конкурувати на ринку туристичних послуг, надавати якісні туристичні послуги та ефективно виконувати поставлені завдання та функції.

Список використаних джерел

1. Дяченко Л.А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2012. Вип. 1. С. 217-224
2. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств : монографія / за редакцією канд. ек. наук, доц. Л.М. Таранюка. Суми: Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2015. 440 с.
3. Шморгун А.Л., Гладинець Н.І. Інноваційні методи управління підприємствами туристичної індустрії як важлива складова економічного зростання. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2017. № 12. С. 35-40.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Поворознюк І. М., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Одним із головних способів підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності і в тому числі їх послуг є корпоративна культура або забезпечення лояльності працівників до роботи свого підприємства.

На кожному підприємстві при його становленні або процесі подальшого розвитку виникають проблеми формування корпоративної культури.

Щоб зрозуміти поняття корпоративної культури перш за все треба зауважити, що це складна багаторівнева система взаємовідносин між управлінням підприємством та його персоналом на основі усвідомленого дотримання працівниками закладів індустрії гостинності принципів, цінностей, норм, правил та обов'язків, які відповідають місії, цілям, задачам які стоять перед підприємством.

Індикаторами заохочення персоналу можуть бути прихильність співробітника до підприємства, його готовність працювати «на совість» у сприятливих і несприятливих умовах, а також бажання дотримуватися корпоративної етики та культури підприємства, творчо підходити до

виконання своїх обов'язків, брати участь у діяльності підприємства щодо поліпшення якості обслуговування клієнтів.

Корпоративна культура підприємств індустрії гостинності залежать від ряду матеріальних та моральних факторів.

До матеріальних факторів слід віднести: заробітну плату, премії, бонуси; компенсація оплати особистого мобільного телефону, палива особистого автомобіля та ін.; соціальний пакет: медична страховка, пільгове проживання, програми з підтримки працюючих матерів та співробітників, які мають дітей, оплата путівок; навчання персоналу (тренінги, стажування, курси підвищення кваліфікації і т.д.); надання юридичної, фінансової допомоги співробітникам у важких життєвих ситуаціях; оплата харчування співробітників у службовій їдальні; можливість зростання по кар'єрних сходах, професійний розвиток.

До моральних факторів відносять: постійне інформування співробітників про внутрішню та зовнішню діяльність підприємства; стимулювання працівників, які справляються зі своїми обов'язками (грамоти, нагороди, дошка пошани та ін.); колективне проведення заходів (свят, ювілеїв, нагородження співробітників року, Новий рік та ін.); делегування співробітникам ряду обов'язків з більш високим ступенем відповідальності, призначення на роль тренера над співробітниками підприємства, навчання стажерів; підвищення іміджу, гордості співробітників за своє підприємство; удосконалення взаємодії працівника і керівника у підрозділах підприємства; наявність корпоративної культури.

Термін «корпоративна культура» був сформульований ще в ХІХ столітті німецьким фельдмаршалом Мольтке. У той час він характеризував взаємини між офіцерами, які регламентувалися не тільки статутом, а й безліччю різних правил [1, с. 50]. Нововведення дозволили конкретизувати функції кожного військовослужбовця і встановити правила взаємодії між ними.

Корпоративна культура є однією з важливих складових успішної діяльності сучасного підприємства, тому її роль і значення складно переоцінити. Розвиток культури підприємства індустрії гостинності сприяє об'єднанню в одну єдину групу однодумців, які вирішують поставлені цілі і завдання перед ними.

Керівники підприємства повинні розуміти, що добре розвинена корпоративна культура допомагає досягати основних цілей і вирішувати поточні завдання; об'єднувати і активізувати ініціативу працівників; забезпечувати продуктивне спілкування між фахівцями і менеджерами; підвищувати прибутковість компанії.

Сприятливий психологічний клімат у колективі формується на поважних відносинах між працівником і керівником, на їх ефективній взаємодії. Для того,

щоб домогтися поваги співробітників, керівник повинен володіти відповідними якостями: бути професіоналом у своїй справі; ясно формулювати цілі і завдання, послідовність дій, спрямованість їх на досягнення кінцевого результату; мати об'єктивність і справедливість оцінок; вміння вести конструктивну критику, дотримуватися розумних встановлених правил для підлеглих; вміти пишатися досягненнями своїх співробітників і оцінювати їх; небайдуже ставитися до проблем підлеглих, готовність надати їм допомогу, захищати їх інтереси; інтерес до думки співробітників, підтримка ініціативних підлеглих; вірність своєму слову; захопленість своєю професією.

Корпоративна культура повинна стати механізмом впливу на персонал включаючи в себе формальну і неформальну систему цінностей підприємства. Необхідно створити корпоративну програму, яка відображала б уявлення про те, яким ми хочемо бачити підприємство по відношенню до гостей, партнерів, співробітників, яка б сприяла позитивному настрою.

Ключовими складовими прихильності персоналу повинні бути: інтеграція – це привласнення працівниками організаційних цілей, об'єднання працівників навколо цілей підприємства; залученість – це бажання працівника вносити свій вклад у досягнення цілей організації; лояльність – емоційна прив'язаність до підприємства, бажання працювати і залишатися її членом [2, с. 95].

Таким чином, одним з перспективних напрямів досягнення стійких конкурентних переваг підприємств індустрії гостинності на ринку є розвиток корпоративної культури. Культура компанії повинна бути спрямована на створення комфортних умов роботи і в цілому на благополуччя працівників. Благополуччя працівників підприємства забезпечить формування та розвиток його іміджу. Корпоративна культура допоможе витримати тиск з боку конкурентів та зберегти лідируючі позиції на ринку.

Але не слід забувати, що залежно від ступеня демократичності вона може, як позитивно впливати на організацію, так і негативно. Адже авторитарні і надмірно демократичні корпоративні культури можуть негативно вплинути на результати роботи підприємства.

Список використаних джерел

1. Ветчанова О. В. Корпоративная культура организации. *Справочник руководителя учреждения культуры*. 2012. №11. С. 49-64.
2. Никольская Е. Ю., Вахрина Ю. В. Повышение лояльности клиентов гостиницы. *Наука и мир*. 2015. Т.1 №3 (19). С. 94-97.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

Слатвінська Л. А., к. е. н., доцент

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Екскурсійна діяльність є складовою частиною державної політики у сфері туризму. Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на 2016 – 2020 роки, національною метою є: створення умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму та курортів, перетворення її у високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів всіх рівнів. Одним із основних векторів та напрямів реалізації стратегії визначено нормативну та законодавчу базу, що передбачає гармонізацію національних стандартів у сфері туризму з міжнародними та європейськими стандартами, що у свою чергу сприятиме покращенню якості національного туристичного продукту та обслуговування споживачів туристичних послуг [1].

Відповідно до стратегії, лібералізація та ефективне регулювання здійснення підприємницької діяльності у сфері туризму повинні сприяти розвитку екскурсійної діяльності та реалізації екскурсійних послуг.

Екскурсійні послуги – це специфічний вид послуг, спрямований на задоволення інформаційно-пізнавальних потреб споживачів (туристів і екскурсантів) у місцях тимчасового перебування [2].

Реалізація екскурсійних послуг здійснюється шляхом організації екскурсійного сервісу, який становить комплекс дій туристичних та екскурсійних підприємств з розробки, організації та реалізації екскурсійних послуг.

Згідно із Законом України «Про туризм», туристський продукт – це «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури відпочинку й розваг, реалізації сувенірної продукції й інше)» [4]. З огляду на історичний розвиток вітчизняного та міжнародного туризму, а також сучасної національної законодавчої бази екскурсії стають четвертою характерною туристською послугою, причому іноді граючи головну роль при виборі регіону подорожі.

У своїх дослідженнях [2, 3] автори приділяли увагу розвитку екскурсійної діяльності, яка стимулює зайнятість, розвиток підприємництва та залучення

інвестицій в інфраструктуру, збереження національної спадщини, а також розвиток стимулюючих факторів, які сприяють поліпшенню якості життя місцевого населення і гостей країни.

У попередніх наших дослідженнях [5] ми відзначали, що ефективна організація екскурсійної діяльності на мікрорівні має бути відображена у розширенні та вдосконаленні екскурсій для споживачів. Вагомий вплив на ефективність екскурсійної діяльності має організація роботи фахівців: гідів, гідів-перекладачів, екскурсоводів їх підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації, атестація, тому що саме людський фактор відіграє вирішальну роль у розвитку комунікацій, що є передумовою ефективності організації екскурсійних послуг в туризмі.

В дисертаційному дослідженні [6] М. В. Семеновою встановлено, що екскурсійна діяльність має особливу суб'єктну структуру за видами діяльності та обсягом послуг, і на підставі цього критерію згруповано суб'єктів господарювання, котрі займаються екскурсійною діяльністю: 1) можуть здійснювати даний вид діяльності без попередньої розробки туристичного пакета; 2) можуть здійснювати даний вид діяльності з попередньою розробкою турпакета (виступають у ролі туроператора); 3) можуть здійснювати посередницьку діяльність з реалізації туристичного пакета між підприємством, організацією, установою, яким належать або які обслуговують об'єкт екскурсії, та екскурсантами (виступають у ролі турагента).

Відповідно, сучасний туристський ринок потребує нового підходу до організації екскурсійної діяльності.

Одним із ефективних напрямків розвитку екскурсійної діяльності є розвиток ринку екскурсійних послуг з використанням сучасних технологій екскурсійного маркетингу.

Досягнення головних завдань маркетингу екскурсійних послуг повинно бути відображене у розробці мінімально необхідного пакету екскурсійних послуг; фокусуванні своїх зусиль на продажі основних послуг; у правильному визначенні напрямів подальшого вдосконалення та розширення.

Маркетинг як управлінська діяльність в екскурсійному бізнесі зорієнтований на: вивчення попиту на певний продукт і послуги на певному ринку, вимог споживачів до якості, новизни, корисності, рівня ціни, а також моніторинг можливих каналів збуту; складання з огляду на ринковий попит програми маркетингу стосовно продукту, в якій розглядаються можливі витрати виробництва певного продукту, враховуються необхідні капіталовкладення, витрати та видатки тощо; установлення меж ціни продукту й рентабельності його виробництва; визначення певного результату господарської діяльності підприємства.

Особливості екскурсійного маркетингу полягають у стимулюванні попиту та спрямуванні його в потрібне русло; розробці різних екскурсійних програм; у процесі керування маркетингом необхідно брати до уваги матеріальні, психологічні, духовно-емоційні аспекти, місцеві й регіональні особливості споживача; особливі прийоми комунікації в аспекті роботи з клієнтами як для їхнього зацікавлення, так і для контролю якості обслуговування; у можливості координації маркетингу учасників ринку туристсько-екскурсійних послуг.

Отже, орієнтуючись на сучасні умови ведення бізнесу та урядову підтримку розвитку туризму в Україні на національному та міжнародному рівнях, організація екскурсійних послуг проявляє себе в економіці туризму як сфера з достатнім рівнем попиту і пропозиції, яка в свою чергу є трудомісткою та наукомісткою, потребує високого рівня організації та впровадження сучасних управлінських, інформаційних, комунікаційних, логістичних та інших прогресивних технологій, які будуть гармонізовані із законами та стандартами в міжнародному економічному просторі гарантуючи різні види корисних ефектів та безпеку.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <http://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> (дата звернення: 06.05.2019).
2. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посібник. Чернівці : ЧНУ, 2016. 144 с.
3. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник / ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. Харків, 2017. С. 8.
4. Про туризм : Закон України від 15.01.2015. № 124-VIII. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-> (дата звернення 06.05.2019).
5. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор Ефективна економіка. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>
6. Семенова М. В. Господарсько-правове регулювання туристичної діяльності: автореф. дис. канд. юрид. наук: спец. 12.00.04. Харків 2017. 20 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Школьніий О. О., д. е. н., професор

*Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Україна*

Посилення вимог споживачів щодо безпечності та зручності готельних послуг і технологій їх надання вимагає пошуку шляхів удосконалення механізмів управління якістю. Нині важливо перевершити сподівання споживачів щодо якості, що може забезпечити конкурентні переваги. Низький рівень питомої частки сфери послуг у вітчизняному валовому національному

продукті, порівняно з економічно розвиненими країнами, зумовлює необхідність розробки заходів щодо підвищення ефективності управління якістю та забезпечення інвестиційної привабливості вітчизняного готельного бізнесу.

Серед пріоритетних завдань досягнення конкурентоспроможності щодо підприємств в сфері гостинності можна виділити систематичний аналіз корпоративних цінностей, довгострокове вдосконалення якості (порівняно зі стратегією мінімальних витрат), активне залучення персоналу до вирішення проблем управління якістю та забезпечення високих якісних параметрів на всіх етапах технологічного процесу. Н. В. Нечева та М. Ю. Анікіна, аналізуючи економічну політику готельного бізнесу у сфері якості, вказують на її довгострокові цілі: поліпшення економічного стану; розширення асортименту послуг; забезпечення світового рівня обслуговування; відображення смаків та вподобань споживачів окремих регіонів; надання інноваційних послуг; орієнтація на досягнення високих показників якості послуг; уникнення випадків неякісних послуг; розвиток сервісного обслуговування [3].

В процесі формування ефективної системи загального управління якістю (TQM) важливо орієнтуватися на поточні і перспективні потреби клієнтів, підтримувати лідерство керівника, забезпечувати повне залучення працівників готелю до вирішення завдань поліпшення якості послуг, застосовувати системний підхід до менеджменту та гарантувати постійне підвищення результатів підприємницької діяльності [1]. Механізм управління якістю повинен базуватися на ефективних системах підбору та навчання персоналу, контролю якості послуг та моніторингу задоволення споживачів [2].

Ефективний менеджмент якості є передумовою завоювання лояльності споживачів. Якісні характеристики готельних послуг тісно пов'язані з відображенням очікувань клієнтів: безпечністю; дотриманням договірних умов; рівнем розвитку інфраструктури (обладнанням, інформаційно-комунікативним забезпеченням, зручністю транспортного сполучення, зовнішнім і внутрішнім виглядом споруд), а також уміннями та навичками персоналу.

Вчені та практики не дійшли до однозначного визначення терміну “якість”. Крім того, порівняно з ринком товарів, ринок готельних послуг має свої особливості. Критерії, які відображають ефективність управління якістю, уособлюються в стандартах якості обслуговування. Стандартизації належить вирішальне значення у забезпеченні конкурентоспроможності готельних послуг на вітчизняному та світовому ринках. Стандарти, як кодекси нормативів, охоплюють вимоги до технологічних процесів, параметрів людського та фізичного капіталу. Споживачі орієнтуються на ціни, використовуючи

термінологію стандартів якості готельних послуг. Опис та класифікація допомагає суб'єктам ринкових відносин визначати економічну цінність послуг. Тому ефективна система стандартизації сприяє передачі інформації про розбіжності в якісних характеристиках і є вирішальною умовою узгодження цін між постачальниками та споживачами послуг. Система стандартизації сприяє поглибленню ринкової конкуренції, що пов'язано з об'єктивністю вимог до підприємств в готельній сфері. Стандарти значною мірою орієнтовані на смаки та вподобання споживачів в межах маркетингових ніш. Тому прагнення відображати параметри останніх спонукає підприємства в сфері готельного підприємництва підвищувати рівень якісних характеристик послуг з метою збільшення прибутків.

Необхідність формування ефективних ланцюгів цінностей вимагає забезпечення передових технологій управління якістю. Комунікативні функції стандартів якості полягають у забезпеченні точності ринкової інформації, сприянні механізму відкриття ринкової ціни, відображенні потреб ринку, уніфікації вимог до якісних характеристик послуг, створенні передумов вільного вибору корпоративних стандартів менеджменту якості, сприянні передачі інформації через логістичні мережі, а також спрямуванні інвестиційних потоків на виробництво високоякісних послуг. Економічні функції стандартизації визначаються спроможністю забезпечувати використання досягнень науково-технічного прогресу з метою поліпшення якості послуг, поглиблювати рівень диверсифікації, досягати умов операційної та цінової ефективності сфери гостинності. Соціальні функції стандартів якості забезпечують дотримання етичних норм підприємництва, створюють передумови для надання готельних послуг у відповідності з природоохоронними вимогами, а також гарантують поліпшення якості життя населення.

Повноцінна інтеграція готельного бізнесу України в світову економіку передбачає дотримання сучасних стандартів якості в сфері гостинності у відповідності з вимогами глобального ринку. Інноваційні системи гарантування якості сприяють зменшенню рівня невизначеності, забезпеченню диверсифікації, зниженню рівня трансакційних витрат, а також досягненню цінової ефективності. При оцінці ефективності системи управління якістю в готельному бізнесі може бути використано метод порівняння витрат та переваг.

У процесі розбудови цілісної системи управління якістю послуг, що надаються підприємствами готельного господарства, необхідно дотримуватися принципів маркетингу. Рівні продуктивності праці, виробничих та маркетингових витрат, а також якості є суттєвими чинниками прибуткової

діяльності підприємств готельного господарства. Якість визначається сукупністю характеристик послуг, які гарантують задоволення потреб споживачів цільових маркетингових ніш. Важливо втілювати в життя принципи кодексу етичного маркетингу; при цьому слід передбачити для споживачів можливість ідентифікації технологій, за якими здійснено надання готельних та супутніх послуг. Шляхом залучення підприємств в сфері готельного бізнесу до системи аналізу небезпеки та критичних контрольних точок (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP) можна забезпечити контроль упродовж виробничого циклу; довіру споживачів до системи гарантування безпечності харчових продуктів, які пропонуються в готельних комплексах; динамічне управління небезпечними чинниками; заміну запобіжних заходів коригувальними діями в системі управління якістю; єдині підходи до формування системи гарантування безпеки клієнтів; здійснення прогресивних технологічних змін.

Отже, економічна політика готельного бізнесу орієнтована на відображення смаків та вподобань споживачів. Стандартизація процедур обслуговування сприяє уніфікації вимог до персоналу та якісному проведенню технологічних операцій у готелях.

Метод порівняння витрат на дотримання якісних параметрів послуг та відповідних переваг може бути використано для оцінки ефективності менеджменту якості в сфері готельного бізнесу. Залучення системи аналізу небезпеки та критичних контрольних точок при здійсненні технологічних процесів в процесі надання послуг харчування в готелях є передумовою забезпечення стійкості підприємств готельного бізнесу щодо зовнішніх шоків.

Список використаних джерел

1. Миколюк О. А., Прилепа Н. В. Формування системи управління якістю підприємств готельного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 2 (2). С. 309-312.
2. Музиченко К. Особливості зарубіжних систем управління якістю послуг готельного бізнесу і створення системи конкурентних позицій туристичного сектору України. *Економічний аналіз*. 2013. Вип. 12 (1). С. 226-230.
3. Нечева Н. В., Анікіна М. Ю. Теоретичні аспекти управління якістю послуг підприємств готельного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 5 (11). С. 7-10.

РОЛЬ ЯКОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ

*Штангєєва Н. І., д. техн. н., профєсор,
Національний університет харчових технологій
м. Київ, Україна*

Туризм та пов'язаний з ним готельно-ресторанний бізнес надає значний внесок в економіку країни. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту становить близько 10%. Туристична галузь та прямо чи опосередковано пов'язані з нею інші галузі надають приблизно 11% робочих місць. Розвиток туризму сприяє підвищенню зайнятості населення, диверсифікації економіки, розвитку культури, збереженню навколишнього середовища і є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави [1].

Геополітичне розташування України сприяє розвитку туристичної галузі, але розвиток цієї сфери діяльності стримується політичною, економічною ситуацією, анексією Криму та війною на сході України.

Але така прибуткова та необхідна для людей і країни галузь має розвиватися. Останнім часом в Україні підвищується попит на внутрішній туризм, що пов'язано з підвищенням почуття патріотизму українців. Поряд з відомими для туристів курортами та історичними містами в Західній Україні набувають популярності відроджені за роки незалежності і інші цікаві історичні міста, наприклад місто Батурин – гетьманська столиця як історичний та археологічний заповідник. Він включає палацово-парковий ансамбль К. Розумовського, музей археології Батурина, Воскресенську церкву – усипальницю К. Розумовського, цитадель Батуринської фортеці та ін. Цей історико-культурний центр, за належної реклами та розвитку готельно-ресторанних комплексів з високою якістю обслуговування та помірними цінами, мав би залучити не лише внутрішніх туристів, а і міжнародних – з країн Європи, Америки, Канади та ін. Важливими і цікавими з точки зору туризму є Київ, Черкаси, Полтава та інші міста та регіони України.

З метою прискореного розвитку сфери туризму та курортів в Україні розроблена та схвалена Урядом «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», що сприятиме формуванню та просуванню позитивного іміджу України на міжнародному рівні. У відповідності до даного документу кількість іноземних туристів, що в'їжджають в Україну до 2026 року має збільшитися порівняно з 2015 роком у 2,5 рази, кількість робочих місць у сфері гостинності збільшитися у 5 разів, обсяг надходжень до місцевих бюджетів має досягти понад 370 млн. гривень, а обсяг надходжень до зведеного бюджету –

понад 17 млрд. гривень.

Наведених за роками показників можна досягти за високої організації всіх зацікавлених сторін, створення сприятливих умов для залучення інвестицій, удосконалення системи професійної підготовки фахівців, розроблення та впровадження інноваційних продуктів та високої якості обслуговування споживачів туристичних послуг.[2]

Послуги закладу гостинності мають відповідати тому рівню на ринку послуг гостинності, який займає даний заклад. Але кожен з них може надавати «невідчутні» послуги – уваги від персоналу та готовність попередити і виконати бажання гостя, які запам'ятаються і можуть стати головними при виборі готелю в майбутньому. В умовах конкуренції на ринку послуг гостинності необхідно розробити план маркетингової діяльності.

Важливу, а, часто, і визначну роль має надання інформаційних послуг. Вміле надання інформації повинно привертати увагу, збуджувати інтерес і бажання здійснити вибір даного закладу гостинності. Доцільно надати інформацію для окремих категорій туристів, наприклад «Молоді та веселі» – веселий відпочинок для 18–35 літніх; «Якраз на двох» – для закоханих; «Золоті дні» – для відпочиваючих понад 50 років, тощо.

Висока якість надання готельних і ресторанних послуг визначає конкурентоспроможність та прибутковість закладу гостинності. Якість обслуговування має відповідати розробленим в Україні та міжнародним стандартам. Визначальними факторами якості готельно-ресторанних послуг є: стан матеріально-технічної бази, компетентність персоналу, відповідність надання послуг державним і міжнародним стандартам якості та контроль їх виконання на рівні підприємства, місцевому та державному рівнях. Ключовим фактором успіху якості обслуговування є впровадження інновацій – нових знань, нових креативних ідей в усіх сферах надання послуг гостинності. Аналізуючи роботу закладів гостинності, було помічено, що мода на інновації приходить кожні 6 років. За останні 25 років в світі прокотилося, як мінімум, чотири хвилі посилювання конкуренції, що базуються на широкій популярності інновацій.

Якість надання послуг гостинності є складовою цінової політики закладу.

Цінова політика готельно-ресторанного комплексу включає в себе цінову стратегію та цінову тактику. В умовах сучасної ситуації в сфері гостинності необхідно чітко визначити основні цілі ціноутворення, які є пріоритетними для даного закладу [3]. Вони можуть визначатися:

- метою виходу на новий ринок;
- забезпеченням отримання максимального прибутку;
- завоюванням лідерства ринку за показниками якості;

- стимулюванням попиту споживачів запропонованих послуг;
- підвищенням конкурентоспроможності існуючих послуг та введенням нових;
- забезпеченням виживання даного комплексу під час кризи.

На основі аналізу факторів, які впливають на ціну, визначають цінову стратегію для даного підприємства, яка може включати:

- стратегію «зняття вершків» (високих цін);
- стратегію проникнення на ринок;
- стратегію престижних цін;
- стратегію орієнтації на цінового лідера;
- стратегію диференційованих (гнучких цін);
- стратегію пільгових цін;

Орієнтуючись на ситуацію на ринку надання послуг гостинності, обирають тактичні методи цінової політики, яка може включати цінові знижки або надбавки до цін. Вони мають постійно контролюватися та змінюватися в залежності від цінової еластичності попиту, моніторингу рівня поточних цін конкурентів а також виконання планової норми прибутку і впровадження нових технологій обслуговування та підвищення їх якості.

Діяльність комплексу гостинності залежить і визначається кількістю та комфортністю готельних номерів та якістю обслуговування. Тому постановка цілей маркетингової стратегії просування турпродуктів комплексу гостинності має узгоджуватися із цілями маркетингової стратегії готелю. Використовуючи комп'ютерну обробку даних можна оперативнo контролювати і аналізувати продажі та оцінювати поточні параметри ділової активності комплексу гостинності та її перспективи. Це дає змогу керівництву комплексу гостинності формувати цінову стратегію та перспективи його ділової активності.

Список використаних джерел

1. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навч. посібн. К. ЦУЛ, 2009. 344 с.
2. Кабінет Міністрів України. Розпорядження № 168-р. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.
3. Муха Б. Г., Солнцев С. О. Формування цінової політики та механізм ціноутворення на ринку готельних послуг. *Ефективна економіка*. Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Видавництво ТОВ «ДКС-центр». № 5. 2012.

Наукове видання

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ В ХХІ СТ.:
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

МАТЕРІАЛИ

Міжнародної науково-практичної конференції

30-31 травня 2019 року, м. Умань

Видається в авторській редакції