

**Міністерство освіти і науки України
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти**

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ**

**МАТЕРІАЛИ
V Всеукраїнської
науково-практичної інтернет-конференції
молодих учених та студентів**

31 жовтня – 1 листопада 2018 року, м. Умань

**Умань
ВПЦ «Візаві»
2018**

УДК 330.34(06)

С 89

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового
інституту економіки та бізнес-освіти
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
(протокол № 4 від 26 жовтня 2018 року)*

С 89 Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Умань, 31 жовтня – 1 листопада 2018 р. : [зб. наук. тез] / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-науковий ін-т економіки та бізнес-освіти; [за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви]. – Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2018. – 325 с.

Збірник містить наукові тези V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки», яка відбулася 31 жовтня – 1 листопада 2018 р. на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, викладачів, аспірантів та студентів з актуальних проблем розвитку національної економіки.

Матеріали подано в авторській редакції.

© Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини, 2018

© Автори тез, 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<i>Асланова Е. І.</i> ПРОБЛЕМА НЕРІВНОМІРНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ У РОЗРІЗІ КРАЇН: ФУТУРИСТИЧНІ ПРОГНОЗИ	11
<i>Бержанір А. Л., Кутащук В. В.</i> КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	14
<i>Животовський С. І.</i> РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	17
<i>Клименко Л. В.</i> МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ІМПОРТОЗАМІННОГО ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ	19
<i>Корнєєва О. О.</i> ХАРАКТЕР ЕКОНОМІЧНИХ ШЛЯХІВ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ	23
<i>Підлісний Є. В., Котик І. В.</i> ЗЕМЕЛЬНА ДІЛЯНКА, ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ	25
<i>Коваленко С. В., Котляр І. І.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТОВА ПРАКТИКА ВИРІШЕННЯ	27
<i>Морозова К. П.</i> СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЦЕНТРІВ СИЛИ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА	29
<i>Новак І. М.</i> АЛЬТЕРНАТИВНІ ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ	32
<i>Петренко П. С.</i> РОЛЬ ВИЩОГО ОРГАНУ КОНТРОЛЮ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ У БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ ТА ОРГАНІЗОВАНОЮ ЗЛОЧИННІСТЮ	35
<i>Писарівський В. В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	39
<i>Попова С. П., Павлюк М. В.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	43
<i>Сук Ю. В.</i> ЗМІСТ ПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ МВФ: МІКРО- ТА МАКРОВИМІРИ	46
<i>Траченко А. П.</i> ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕАЛІЇ	50

<i>Фучило В.</i> СУТЬ, ФОРМИ ТА МЕЖІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ	52
<i>Чайка І. Р.</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ	54
СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ТА ФІНАНСАМИ	
<i>Борозна Т. С.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ	57
<i>Григораш Е. Б.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	59
<i>Григор'єва І. В.</i> ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	61
<i>Гунців В. А.</i> СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПЕРАЦІЙ З БАНКІВСЬКИМИ МЕТАЛАМИ В УКРАЇНІ	63
<i>Корнєєва І. О.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ	66
<i>Мельник В. В., Котик І. В.</i> ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	68
<i>Кубарська Д. В.</i> ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	70
<i>Кудрявська А. О.</i> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	72
<i>Лантух І. Ю.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	75
<i>Лисак А. А.</i> ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ	77
<i>Пачева Н. О.</i> СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ПОЗАЕКОНОМІЧНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІДТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	79
<i>Пітель Н. Я.</i> ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	81

<i>Путь А. В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСІВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	85
<i>Руденко Т. М.</i> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ ЯК СКЛАДОВА СТРУКТУРНОЇ ПЕРЕБУДОВИ ЕКОНОМІКИ	87
<i>Тимченко О. В.</i> ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	89
<i>Щербак В. В.</i> СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	91
СЕКЦІЯ 3. МЕХАНІЗМИ ТА СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
<i>Баланюк Т. Е.</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	94
<i>Вінницька О. А.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ БЮДЖЕТУ	96
<i>Долобан В. В.</i> ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	98
<i>Жовтюк Б. Л.</i> ПРОБЛЕМИ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ	101
<i>Корнієнко Т. О. Кобзін Б. Г.</i> ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	104
<i>Кутащук В. В.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	107
<i>Мельничук Ю. М.</i> ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НАСЕЛЕННЯ ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	109
<i>Петренко В. А., Демченко Т. А.</i> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	112
<i>Погорєлова Г. С.</i> СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ	115
<i>Присянкін А. Г.</i> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ	117
<i>Рець Б. М.</i> СТРАХУВАННЯ МАЙНОВИХ РИЗИКІВ	120
<i>Розумей К. В.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	123

<i>Сербулов Б. В.</i> ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ	125
<i>Слатвінський М. А., Дяченко А. С.</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	128
<i>Станіславчук Н. О.</i> ПАРТИЦИПАТОРНИЙ БЮДЖЕТ В УКРАЇНІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ	131
<i>Степаненко Д. В.</i> НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ	133
<i>Стойка С. О., Яцула Я. С.</i> СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ	135
<i>Чвортко Л. А., Чолинець Я. В.</i> АГРОСТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІНІМІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ	139
СЕКЦІЯ 4. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
<i>Бержанір І. А.</i> АДАПТАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ	143
<i>Бровко Н. В.</i> ОБЛІК ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ: НОВЕ В ЗАКОНОДАВСТВІ	145
<i>Дем'янишина О. А.</i> ОБЛІК ВИТРАТ НА НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ З ВИГОДОЮ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА	148
<i>Кучеренко О. С.</i> ПРОБЛЕМИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	152
<i>Налбатов О. О.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ В УКРАЇНІ	154
<i>Починок А. С.</i> ПОНЯТТЯ «ОСНОВНІ ЗАСОБИ» У СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ	156
<i>Савельєва В. С.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ	159
<i>Федько В. Д.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	161

<i>Чмут Б. Ю.</i>	
РОЗРАХУНОК ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: АВТОМАТИЗОВАНА СИСТЕМА ОБЛІКУ	164
<i>Шмалюх А. І.</i>	
РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	167
СЕКЦІЯ 5. ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Балдинюк Д. О.</i>	
ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	169
<i>Бовкун О. А.</i>	
ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ЛОГІСТИКИ ПРИ ОБСЛУГОВУВАННІ СПОЖИВАЧІВ	171
<i>Болецька В. П.</i>	
РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	174
<i>Гарматюк О. В.</i>	
МАЛОБЮДЖЕТНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ	176
<i>Гоменюк М. О.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «НОВА ПОШТА»	179
<i>Длугоборська Л. В.</i>	
ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	182
<i>Зелінська О. Д.</i>	
НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК НОВИЙ СПОСІБ ВПЛИВУ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ	185
<i>Іванченко Т. О.</i>	
ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	187
<i>Климчук В. Р., Кременюк Є. П.</i>	
СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ	190
<i>Москаленко К. С., Кугач М. В.</i>	
ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	193
<i>Лавро Р. І.</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	195
<i>Тертична Ж. О., Побережець Н. Б.</i>	
РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	198
<i>Шкільний О. О.</i>	
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНОГО ГЛОБАЛЬНОГО ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ	201

СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ

<i>Альошкіна Л. П.</i> АГРОІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА	204
<i>Богашико О. Л., Чумак А. С.</i> ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ	207
<i>Гона Р. Ю.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	210
<i>Загороднюк О. В.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ТОВ «АГРАРІЙ СВПП» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ	211
<i>Зелінська А. С.</i> ЗАВДАННЯ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	214
<i>Котляр І. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ	216
<i>Онищенко В. В.</i> ВПЛИВ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	219
<i>Переверзева А. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	222
<i>Побережець Н. Б.</i> ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	225
<i>Савченко А. С., Бойко І. С.</i> ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА РИНКУ	228
<i>Соколинська К. І.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	230
<i>Федчук В. В.</i> ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЗАРУБІЖНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	232
СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Делікатна К. В., Болецька В. П.</i> ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	236
<i>Замороцький О. В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	238
<i>Кириченко К. О.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	241

<i>Малий Д. В.</i>	
СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	243
<i>Стравінська К. С.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	245
СЕКЦІЯ 8. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	
<i>Акулов М. Г.</i>	
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЕТАПУ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В ТУРИЗМІ	248
<i>Барвінок М. В.</i>	
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	250
<i>Батиченко С. П.</i>	
ГАСТРОНОМІЧНІ ФЕСТИВАЛІ ТА СВЯТА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ	253
<i>Бойко М. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ	257
<i>Будна А. В.</i>	
СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	260
<i>Вовк Л. П.</i>	
ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ	262
<i>Дяченко С. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	265
<i>Жульковська Д. Ю.</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	268
<i>Касторська С. К.</i>	
СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	270
<i>Ковальова А. В.</i>	
ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	272
<i>Коган Н. Ю.</i>	
ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ВИВЕРТІВ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	274
<i>Коноваленко А. Л.</i>	
РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	276
<i>Кирилюк І. М.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ	279
<i>Кравець Я. Я., Кирилюк В. І.</i>	
ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	282

<i>Кугач М. В.</i> РІВЕНЬ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ	285
<i>Левченко С. В.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	287
<i>Литвин О. В.</i> ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ	290
<i>Налбатов О. О.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	292
<i>Нещадим Л. М.</i> СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ – ОСНОВА ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	295
<i>Олійніченко Є. О.</i> МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	298
<i>Поворознюк І. М.</i> ФОРМУВАННЯ ПАКЕТНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ	301
<i>Поліщук Ж. В.</i> АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	303
<i>Слатвінська Л. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ УМАНІ З УРАХУВАННЯМ ІНКЛЮЗИВНОЇ СКЛАДОВОЇ	306
<i>Тимчук С. В.</i> РЕГУЛЯТИВНІ ВИМОГИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРСЬКОГО ТА ТУРАГЕНТСЬКОГО БІЗНЕСУ	309
<i>Харенко В. С.</i> ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	312
<i>Цимбалюк Ю. А.</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	313
<i>Цишек О. В.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЛЬНЕОЛОГІЧНОГО КУОРТУ САТАНІВ	316
<i>Штангеева Н. І.</i> ІННОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	319
<i>Ямпольська К. Б.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ КОНФЕРЕНЦ-ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	323

СЕКЦІЯ 1

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Асланова Е. І., студентка
Науковий керівник: Батрименко В. В., к. е. н., доцент
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМА НЕРІВНОМІРНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ У РОЗРІЗІ КРАЇН: ФУТУРИСТИЧНІ ПРОГНОЗИ

Нерівномірність економічного розвитку уособилась в утворенні трьох типів країн, більше або менше залучених до модернізації й індустріалізації [7, с.314].

Перший тип, безсумнівно, охоплює соціалістичні і колишні соціалістичні країни: Східну Європу, Китай; Південну Корею і Тайвань, а також меншою мірою Індію і великі країни Латинської Америки – Бразилію і Мексику. Ці країни вступили у промислову революцію у тому сенсі, що вони створили кілька національних промислових виробничих систем, які у підсумку є або конкурентоздатними (КНР, Південна Корея – найкращий приклад), або, як мінімум, потенційно конкурентоспроможними (однак, без виключення можливої деградації).

Однак жодна з них не була у змозі зменшити свою надлишкову армію робочої сили пропорційно зменшенню у центрах на аналогічних етапах розвитку [1, с. 237]. Обґрунтованою є оцінка цього надлишку на рівні 40 % для Росії, ще більше для Бразилії і Мексики і ще набагато більше (70-80 %) для Індії і Китаю. Південна Корея і Тайвань є, можливо, двома винятками з цього правила, що можна пояснити деякими локальними і міжнародними умовами [2, с. 113].

Другий тип складається з країн, де промисловість створювалася переважно транснаціональним капіталом, але де важко визначити національну виробничу систему. Деякі з цих розосереджених одиниць можуть бути конкурентоспроможними, деякі – ні, а локальна система у цілому не є або далека від того, щоб бути конкурентоспроможною. Про ці країни важко сказати, що вони «досягли» свого етапу промислової революції. Групуванню у цій категорії підлягають країни Південно-Східної Азії, капіталізм у яких небезпідставно підлягає кваліфікуванню як «проксі-капіталізм» (або «сурогатний капіталізм»), арабські країни (Марокко, Алжир, Туніс, Єгипет, Сирія, Ірак), ПАР, Туреччина, Іран та деякі країни Латинської Америки. Беручи

до уваги дані окремо за країнами, агрегований показник надлишку робочої сили варіює між 50% і 70 % населення.

Третій тип містить країни, які ще не стали на шлях індустріалізації (Африка на південь від Сахари, Карибський регіон і деякі країни Західної Азії). Тут агрегований показник надлишку робочої сили становить майже все населення.

Слід зазначити, що амінівська класифікація лишає осторонь деякі нафто- та гірничодобувні країни, чия економіка, заснована на ренті, створює видимість багатства (з точки зору доходу на душу населення) лише тому, що вони є малозаселеними [3, с. 7]. Схожі на американські протекторати у Перській затоці, ці країни, незважаючи на їх фінансову впливовість, є пасивними учасниками світової системи, і реально «маргінальними» у групі країн «третього світу». Маргіналізація, яка стає проявом пасивної позиції у світовій системі, не є синонімом бідності. Взаємозв'язок бідності і маргіналізації, очевидно, є домінуючим, але все-таки є виняток – маргіналізовані «багаті».

Втім, в умовах зростання ролі країн периферії у продукуванні економічного зростання країн центру, з'явилося багато нових кластерів країн з метою актуалізації впровадження альтернативних класифікацій, які б акцентували на перспективах розвитку держав. Лишаючи осторонь широко обговорюване неформальне об'єднання БРІК(С) та підхід експертів МВФ до виокремлення групи із зростаючими ринками, куди включено 25 країн (Аргентина, Бразилія, Болгарія, Венесуела, Естонія, Індія, Індонезія, Китай, Колумбія, Латвія, Литва, Малайзія, Мексика, Пакистан, Перу, Південна Африка, Польща, Росія, Румунія, Таїланд, Туреччина, Угорщина, Україна, Філіппіни, Чилі), акцентуємо на альтернативних концептах - Next 11, MINT та MIST (табл. 1).

Таблиця 1

Альтернативні кластери країн

Назва об'єднання/склад країн		
Next 11	MINT	MIST
Бангладеш, Єгипет, Індонезія, Іран, Мексика, Нігерія, Пакистан, Філіппіни, Туреччина, Південна Корея, В'єтнам	Мексика, Індонезія, Нігерія, Туреччина	Мексика, Індонезія, Південна Корея, Туреччина

Джерело: [6, с. 315]

До характерних ознак Next-11, MINT та MIST можна віднести такі:

- швидко зростаючий ВВП порівняно з країнами центру;
- розширення середнього класу, швидко зростаючий ВВП на душу населення;
- в більшості країн переважає молоде і швидко зростаюче населення;

- гетерогенність в межах груп. Зокрема, в Next-11 маємо наступні асиметрії: Південна Корея є розвинутою економікою з відносно старим населенням, Туреччина - країна з емерджентним ринком, у той час як такі країни, як Бангладеш і Пакистан - країни, що розвиваються.

Навіть якщо країни, що входять до MINT, MIST та Next-11 не досягнуть економічної потужності країн БРІК(С), темпи їх зростання явно перевершують темпи розвинених країн. Згідно оцінок «Трендів Роланда Бергера-2030», спостерігатимуться наступні тенденції [5, с.217]:

- до 2030 року кластери MINT та MIST, як очікується, перевершать групу Next-11 за показником експорту. Країни MINT продемонструють значні показники річних темпів зростання потоків ПІІ;

- у 2030 році Next-11, найбільший кластер країн, забезпечуватиме частку в 10,5% від світового експорту в порівнянні з 8,7% за даними 2013 року; глобальна частка ПІІ збільшиться з 2,3% до 3,0% відповідно;

- Південна Корея, Мексика та Індонезія будуть збільшувати свої абсолютні значення експорту та стануть важливою частиною глобальної торговельної мережі. У 2030 році найбільш важливими напрямками експорту Індонезії виступатимуть Китай, Індія та Японія. Мексика інтенсифікує свої торговельні відносини особливо з США, Китаєм та Канадою;

- Південна Корея, Мексика та Індонезія також стануть більш важливими в ролі глобальних інвесторів. Між 2013 і 2030 роками потоки ПІІ в Південну Корею, а також в Мексику зростуть більш ніж на 27 млрд. дол. США, тоді як Індонезія матиме збільшення на 12 млрд. дол. США;

- найбільше зростання прошарку середнього класу відбудеться саме в азійській частині кластеру Next-11. У таких країнах, як Пакистан, В'єтнам та Індонезія в 2030 році принаймні 30% домогосподарств матимуть річний дохід в понад 25 тис. дол. США;

- у таких країнах, як Мексика, Туреччина, Іран або Філіппіни більше 60% домогосподарств в 2030 році будуть заробляти понад 25 тис. дол. США на рік. Одночасно з доходами зростатимуть і витрати на споживання.

Таким чином, прогностні оцінки свідчать про модифікацію проявів нерівномірності економічного розвитку в глобальних масштабах, підкреслюючи роль демографічного й технологічного факторів у зменшенні існуючих асиметрій між країнами центру й периферії.

Список використаних джерел:

1. Лук'яненко Д.Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д. Г. Лук'яненка. – К.: КНЕУ, 2001. – 538 с.

2. Раджан Р. Линии разлома: скрытые трещины, все еще угрожающие мировой экономике / пер. с англ. И.Фридмана при участии Н. Эдельмана. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2013. – 224 с.

3. Резнікова Н.В. Перспективи формування нових центрів економічного зростання в умовах нової норми світової економіки як прояв незалежності / Н.В. Резнікова, О.А. Іващенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 11. – С. 5-9.

4. Резнікова Н.В. Інтеграційні прояви незалежності: ризики регіональної взаємозалежності в контексті протиріч глобалізації / Н.В. Резнікова, О.А.Іващенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 6. – С. 7-11.

5. Резнікова Н.В. Глобальні проблеми світового господарства і міжнародних економічних відносин / Н.В. Резнікова. – К.: ТОВ «Видавництво «Консультант», 2017. – 540 с.

6. Резнікова Н.В. Економічна незалежність країн в умовах глобальних трансформацій / Н.В. Резнікова. – К.: Аграр Медіа Груп, 2018. – 487 с.

7. Філіпенко А.С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А.С. Філіпенко. – К.: Знання, 2007. – 670 с.

Бержанір А. Л., к. соц. н., доцент

Кутащук В. В., магістр

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Сучасний етап розвитку підприємництва передбачає не тільки отримання прибутку, але й вирішення соціальних проблем власного персоналу, збільшення кількості робочих місць, підвищення якості товарів та послуг для споживачів, внесення вкладу у розвиток місцевих громад та охорони навколишнього середовища. Тому багато підприємств, компаній розуміють соціальну відповідальність перед громадянами і суспільством в цілому.

Соціально відповідальний бізнес забезпечує підприємницькій спільноті стабільність отримання доходу, зростання капіталізації активів, збереження прав власності. Для населення він, спільно з державою, є гарантом реалізації економічних і конституційних прав – на житло, зайнятість, освіту, охорону здоров'я, духовний розвиток. В результаті взаємодії бізнесу і держави забезпечуються потреби громадянського суспільства в соціальній захищеності нації: політичній стабільності, екологічній та економічній безпеці [1, с. 16].

Для того, щоб побудувати позитивний імідж компанії, необхідно сформуванати стратегію, план і програму соціальної відповідальності з метою забезпечення реалізації економічної, соціальної та екологічної складових, а також етичне ведення бізнесу.

Протягом останніх років Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності проводить щорічний Конкурс бізнес-кейсів з КСВ, який присвячено впровадженню цілей сталого розвитку компаніями України. Конкурс має три завдання, які він реалізує:

1) демонструвати лідерство. Конкурс є єдиною нагородою, що відзначає зусилля компаній у просуванні цілей сталого розвитку. Впроваджені компаніями практики демонструють чітке лідерство бізнесу у досягненні цілей сталого розвитку нашою країною і на глобальному рівні;

2) надихати організації. Лідери завжди надихають своїх співробітників, партнерів, інші компанії робити маленькі й великі проекти і програми, покращувати проекти КСВ через розробку критеріїв сталості і вимірюваності, залучаючи партнерів;

3) вимірювати вплив Конкурс кейсів з КСВ – це демонстрація того впливу, який компанії та їх партнери роблять у розвиток країни [2].

Завдяки Конкурсу, можна спостерігати та проаналізувати проблеми у корпоративному секторі; зосередитись на тому, щоб посилити цей напрям та покращити структуру КСВ підприємства завдяки благодійним акціям та довгостроковими інвестиціям підприємств у вирішення корпоративних і суспільних питань.

Дуже важливо, що цей Конкурс було присвячено питанням реалізації Порядку денного сталого розвитку 2030 і 17 Глобальних Цілей ООН, оскільки ці питання на сьогодні мають торкнутися кожного члена українського суспільства. Український бізнес намагається бути рушійною силою сталого розвитку, покращувати конкурентоздатність економіки, використовувати природні ресурси більш ефективно та зменшувати деградацію довкілля [2].

У програмі бізнес-кейсів представляються 17 цілей, яким слідують підприємства для покращення життя суспільства, зменшення впливу на навколишнє середовище, деякі з них: забезпечення здорового способу життя та сприянню благополуччю населення усіх вікових категорій; досягнення гендерної рівності та надання рівних можливостей; гідна робота та економічний розвиток; сприяння інтегрованості, безпеці, адаптації до змін та сталості міст; забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва; сприяння розвитку мирних і інклюзивних спільнот в інтересах сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних інститутів на всіх рівнях [2].

За результатами Конкурсу, у 2017 році передовими компаніями у виконанні цих цілей стали: «Благодійний проект «Янголи Watsons»»; «Монсанта: Створення мотузкового парку для дітей з інвалідністю»; «1+1 медіа: Профорієнтація молоді у медіа сфері»; «ELEK S: Доторкнутися до великого» – ІТ-інновації на допомогу дітям із порушеннями зору»; ТОВ «Лореаль Україна: Краса для всіх» – освітня програма, спрямована на допомогу жінкам з соціально вразливих верств суспільства в отриманні професії у сфері краси та побудові нового життя; «Nestle потрібна молодь в Україні» – глобальна ініціатива з працевлаштування молоді; «АШАН РІТЕЙЛ: Підтримане працевлаштування людей з ментальними порушеннями»; ДТЕК: Виховання нової генерації українців – відповідальних споживачів енергоресурсів у проекті «Енергоефективні школи: нова генерація»; АТ «Прикарпаттяобленерго»: Адаптація ветеранів АТО в умовах повернення до трудової діяльності в АТ «Прикарпаттяобленерго» [2].

Як видно, в Україні, завдяки ініціативі вітчизняних і зарубіжних підприємців, поступово забезпечується функціонування соціально орієнтованого бізнесу. Підприємства різних форм власності і господарювання виявляють інтерес до практики соціальної відповідальності, а також прагнення зайняти високе місце у рейтингу соціально відповідальних компаній.

Для подальшого розширення спектрів і напрямів його діяльності необхідна більш дієва підтримка з боку держави, місцевої влади, громад. Розкриття нових можливостей у розвитку корпоративної соціальної відповідальності сприятиме сталому розвитку компаній, розширенню діапазону їх економічної діяльності. Усе це, у свою чергу, є важливими чинниками забезпечення їх конкурентоспроможності та реалізації цілей соціально-економічної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Бержанір А. Л. Бержанір І. А. Соціальне інвестування як фінансова основа діяльності соціально відповідального бізнесу: колективна монографія / за ред. М. А. Слатвінського. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017. С. 9–16.
2. Практики КСВ в Україні 2017 / за ред. Саприкіної М. Київ: Центр «Розвиток КСВ», 2018. 88 с. URL: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2018/05/2017_konkurs_keysov_preview.pdf (дата звернення: 22.10.2018).

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Глобалізація ринкової економіки – це складна, багатомна проблема, яка не має однозначного визначення і породжує дискусії серед науковців. Вона є однією з головних характеристик сучасних міжнародних економічних відносин. Саме тому глобалізаційні процеси потребують різнобічного аналізу з точки зору їхнього впливу на ринкову економіку.

Глобалізація є одною з актуальних проблем сучасності, оскільки відображає стан і подальший розвиток економіки. Це питання стосується як країн зі стабільним розвитком економіки, так і тих, що знаходяться у початковій стадії розвитку. На останніх же, наслідки глобалізаційних процесів відбиваються найбільше [2].

Процеси глобалізації мають важливе теоретичне і практичне значення, оскільки ставлять економіку країни в нові умови, змінюють напрямки її розвитку. Розвиток економічних відносин в Україні вимагає встановлення тісних взаємозв'язків з іншими країнами світу, що сприятимуть міжнародній економічній інтеграції і глобалізації зокрема. Щоб зменшити негативний вплив глобалізаційних процесів на економіку країни, необхідною умовою є проведення ефективної внутрішньої та міжнародної політики.

Поняття глобалізації виникло у 60–70 роках ХХ століття і є дуже багатограним, тому що відображає процеси політичної, економічної, соціальної та культурної інтеграції. Це системний процес, який охоплює всі сфери життя суспільства, починаючи від розподілу праці та міграції капіталу і закінчуючи зближенням культур різних країн.

Серед основних причин глобалізаційних процесів в світовій економіці слід виділити:

- збільшення кількості злиття компаній, яке здійснюється як в середині держави, так і на транснаціональному рівні;
- вплив окремих національних валют на економічні процеси у різних країнах світу;
- тенденції до більшої відкритості підприємств, що сприяє поширенню фінансової інформації;
- підвищення ролі кредитів як для виробництва, так і для споживання;
- велика кількість економічної реклами, що не дає змоги чітко визначити різницю між рекламою та достовірною інформацією [3].

Що до самого поняття глобалізації, то на сьогодні існує багато визначень цього процесу – загальні, спеціалізовані (глобалізація економіки, глобалізація фінансів), вузькоспеціалізовані (глобалізація товарних ринків, глобалізація ринків капіталу, глобалізація ринків страхових послуг) [1, с. 142]. З економічної точки зору, глобалізацію трактують як процес, що охоплює всі основні сфери суспільної діяльності, у тому числі ідеологію, політику, спосіб життя та умови існування суспільства.

Глобалізаційні процеси в економіці збільшили роль конкуренції як в середині кожної держави, так і за її межами, утворюючи тим самим конкурентне поле на світовому ринку. Глобалізація сприяла обміну товарами та послугами між країнами, виключила залежність країн від наявних у ній ресурсів, давши можливість завозити їх з інших країн, де спостерігається надлишок цих ресурсів, або сконцентрувати там матеріало- і енергоємні виробництва. Серед наслідків процесів глобалізації також слід відмітити створення великих транснаціональних компаній, вплив яких відчувається не тільки на уряди «сильних» країн, але й на уряди країн, ринки яких поглинаються. Дане явище прийнято називати інтернаціоналізацією господарського життя, яке створює основу для функціонування транснаціональних компаній. Вона виявляється в об'єднанні капіталу і природних ресурсів [4, с. 166].

Отже, глобалізація є однією з головних ознак сучасного розвитку ринкової економіки і охоплює практично всі сфери і процеси економічного життя, маючи як позитивні, так і негативні наслідки для розвитку країн, галузей, підприємств у здійсненні ними господарської діяльності.

Глобалізація дає можливість розширити масштаби обміну товарами, послугами, інформацією, технологіями і капіталом, тим самим відкриваючи нові ринки, а також взаємодіяти в гуманітарній сфері та духовно збагачувати людину.

Зрештою, глобалізаційні процеси сприяють зростанню інвестицій та переміщенню підприємств, створенню різних типів об'єднань підприємств, підписанню угод ділового партнерства та створенню стратегічних альянсів.

Список використаних джерел:

1. Беглиця В. П. Методологічні особливості глобальної конкуренції / В. П. Беглиця // Стратегія економічного розвитку України. – 2012. – Вип. 24-25. – С. 84-85.

2. Горник В. Г. Вплив глобалізації на модифікацію чинників конкурентоспроможності держави: [Електронний ресурс] / В. Г. Горник. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_upravl/2011_2/11.pdf.

3. Даниленко О. Н. Механізм регулювання взаємодії внутрішнього та зовнішнього ринків: [Електронний ресурс] / О. Н. Даниленко. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Ekon/802/08dolmeh.pdf>.

4. Струк Н. С. Ринкові перетворення та структурна інтеграція економіки України у глобалізаційні процеси / Н. С. Струк, У. В. Ковалишин. – 2014. – С. 45-46.

Клименко Л. В., к. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ІМПОРТОЗАМІННОГО ВИРОБНИЦТВА В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Світова фінансово-економічна криза поглибила структурні дисбаланси у виробництві аграрної продукції переважно в країнах із відкритою економікою та обумовила дефіцит зовнішньоторговельного балансу. Дестабілізуючого впливу зазнала також вітчизняна економіка. Адже протягом останніх років в Україні спостерігається імпортна спрямованість товарообміну, яка обумовлює пасивне сальдо зовнішньоторговельної діяльності та боргове нарощення споживчого попиту, посилюється імпортозалежність навіть у номенклатурі товару за яким Україна була донедавна нето-експортером. У зв'язку з цим формування концепції імпортозаміщення та підбір оптимальних інструментів механізму стимулювання імпортозамінного виробництва особливо в умовах євроінтеграційних процесів набуває особливої актуальності.

Проблематику зовнішньоторговельної діяльності в аграрній сфері досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені: С. Кваша, В. Власов, В. Барановська, М. Зубець, С. Пазізіна, В. Кривоус, О. Федірко. Зважаючи на наявність значного наукового доробку в економічній літературі, вважаємо, що питання розвитку імпортозаміщення в умовах відкритості національної економіки та лібералізації зовнішньоторговельних відносин потребує

В економічній літературі зустрічаються досить різноманітні трактування сутності «імпортозаміщення». П. Кадочников зазначає, що під імпортозаміщенням, слід розуміти збільшення обсягів виробництва та внутрішнього споживання товарів вітчизняного походження при поступовому зниженні споживання імпортних товарів [4, с. 105].

У науковій праці Я. Жаліло та В. Гацько [1] сутність імпортозаміщення ототожнюється із політикою, спрямованою на мінімізацію попиту національної

економіки щодо певних видів товарів зарубіжного походження на користь збільшення частки реалізації та споживання товарів внутрішнього виробництва.

Отже, у загальному розумінні сутність імпортозаміщення полягає у субституції імпортованих товарів вітчизняною продукцією. Саме тому трактування науковців, дають можливість абстрагуватися від конкретних інструментів забезпечення національного ринку продукцією вітчизняних товаровиробників, а також оперувати структурними змінами імпорту на користь товарів національного виробництва. Для аграрного сектора економіки під імпортозаміщення, слід розуміти процес нарощування національного виробництва конкурентоспроможних видів сільськогосподарської продукції з метою витіснення імпортованих поставок особливо неякісних видів товарів. Даний процес потребує відповідної сприятливої державної політики, у відповідності до потреб внутрішнього ринку та стимулювання експортоорієнтованого виробництва продукції з високою доданою вартістю для врегулювання платіжного балансу країни.

У 2017 р. лівову частку імпортованих операцій до України здійснювали: Росія – 14,5%, Китай – 11,4, Німеччина – 11, Польща – 7,0, Білорусь – 6,5, США – 5,1% від загального обсягу імпорту. Дещо менші лідируючі позиції в імпорті товарів належать Швейцарії, Італії, Франції, Туреччині та Угорщині.

Географічна структура імпорту сільськогосподарської продукції протягом 2010-2017 рр. визначається переважно співпрацею з країнами ЄС, Азії та СНД, проте має структуровані зміни у відповідності до Євроінтеграційного вектора розвитку економіки України. У товарній номенклатурі імпорту сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки у 2017 р. переважали готові харчові продукти (3,9 %), продукти рослинного походження (2,8 %), живі тварини та продукти тваринного походження (1,5 %). Протягом 2015-2017 рр. спостерігається тенденція нарощування частки імпорту продукції тваринництва та рослинництва, а також продуктів харчування. В той час, як експорт по даних товарних позиціях зменшився, у зв'язку із невідповідністю вітчизняної продукції міжнародним стандартам якості.

Внаслідок скорочення вітчизняного виробництва м'ясної продукції та наявного потенційного попиту на неї в Україні сформувалась стійка імпортована залежність від поставок м'яса з-за кордону, особливо м'яса свинини та птиці [3].

Досить високі рівні імпортозалежності спостерігаються також за наступними товарними позиціями: молокопродукція (7,4%), риба і ракоподібні (8,4), цукор (9,3), плоди та ягоди (12,3%) [2].

Факторами нарощування імпортозалежності в аграрній сфері економіки є: невідповідність вітчизняної продукції міжнародним стандартам якості;

недосконалість селекційно-плеємної діяльності у галузі тваринництва; прогалини у законодавчій сфері щодо оформлення експортно-імпорнтних операцій на сільськогосподарську продукцію, бюрократичність системи при формуванні експортного потенціалу аграрних формувань, невідповідність виробничої та збутової інфраструктури, відсутність чіткого контролю щодо переміщення аграрної продукції в країні, високі кредитні ставки щодо оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інноваційних технологій у виробництво продукції, тощо [5, с. 103].

Як свідчить досвід, більш успішним імпортозаміщення є у країнах з високим рівнем доходів та великою кількістю населення, що обумовлює значну купівельну спроможність та доволі високий попит. У процесі індустріалізації найбільш ефективною була політика імпортозаміщення у країнах Латинської Америки, особливо в Аргентині, Бразилії, Мексиці. Дані країни широко використовували протекціоністську політику із безпосередньою підтримкою національного виробництва. Згідно їх досвіду, основою концепції імпортозаміщення у країнах з низькими споживчим попитом є залучення інвестицій у виробництво дешевих споживчих товарів, які окуповуються швидше у порівнянні з капіталомісткими секторами економіки [6].

Політика імпортозаміщення характерна і для країн США та ЄС які для захисту внутрішнього ринку застосовують технічні, санітарні та фітосанітарні заходи. Зокрема, у Польщі діє система обов'язкової сертифікації, згідно стандартів і норм ЄС, і це є концептуальним бар'єром щодо імпорту товарів [7].

Зважаючи на існуючий стан імпортозалежності в аграрній сфері економіки України слід застосовувати концепцію конкурентного розвитку. Дана концепція імпортозаміщення передбачає підвищення продуктивності й ефективності використання наявного ресурсного та експортного потенціалу продукції, особливо з високою доданою вартістю; постійний моніторинг світового досвіду та максимальне освоєння інноваційних технологій щодо виробництва високоякісної конкурентоздатної продукції; освоєння нових сегментів внутрішнього та зовнішнього ринків та розширення кола зарубіжних контрагентів; мінімізація обсягів ввезеного товару і оптимізація виробництва продукції, за якою досягнуто критичної межі імпорту.

Згідно висновків науковців, щодо впровадження традиційних статистичних моделей розвитку торговельної політики, сформувалось твердження, що для досягнення економічного розвитку необхідна політика стимулювання експорту, однак, одним із найбільш ефективних шляхів її досягнення є лібералізація імпорту.

Отже, механізм стимулювання імпортозаміщення, передбачає залучення структурних інструментів виробничо-промислової, фіскальної, грошово-

кредитної та зовнішньоторговельної політики. Виробничо-промислова політика спрямована на стимулювання імпортозамінного виробництва та нарощування виробничих потужностей з використанням сучасних ресурсозберігаючих технологій у відповідності до міжнародних стандартів якості. Удосконалення фіскальної політики передбачає: запровадження пільгового оподаткування прибутку, що реінвестується в модернізацію основних фондів аграрних підприємств; тимчасового пільгового оподаткування виробництва імпортозамінної продукції на інноваційній основі. Інструменти грошово-кредитної політики механізму імпортозаміщення спрямовані на зниження кредитних ставок при наданні товаровиробникам, які спеціалізуються на виробництві замінників імпорту, із застосуванням механізму державних гарантій та формуванням стабільності валютних курсів.

Список використаних джерел:

1. Жаліло Я. А. Проблеми формування сучасних засад політики імпортозаміщення в Україні [Електронний ресурс] / Я. А. Жаліло, В. М. Гацько // Економічна політика. – Режим доступу: <http://www.niisp.org>.
2. Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Зубець М. В. Стратегія розвитку м'ясного скотарства в Україні у контексті національної продовольчої безпеки / М. В. Зубець, І. В. Гусєва // Аграрна наука. – К.: Наука, 2005. – 176 с.
4. Кадочников П. Анализ импортозамещения в России после кризиса 1998 года / П. Кадочников // Научные труды. – 2006. – № 95. – 148 с.
5. Мазаракі А. Економічна безпека України в умовах глобалізаційних викликів: моногр. / А. Мазаракі, О. Корольчук, – К.: НІСД, 2010. – 717 с.
6. Пазізіна С. М. Досвід подолання імпортозалежності в країнах, що розвиваються: ретроспективний аспект / С. М. Пазізіна // Глобалізаційні світоцивілізаційні процеси та економічна політика європейських країн, що розвиваються : зб. тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль, 2010. – С. 130–133.
7. Солодковський Ю. Нетарифний протекціонізм на сучасному етапі розвитку міжнародної торгівлі / Ю. Солодковський, В. Олефіренко // Економічні науки. – 2011. – Вип. 8 (29). – Ч. 4. – С.135-142.
8. Greenaway D. True Protection – Concepts and Their Rote in Evaluating Trade Policies in LDCs / D. Greenaway, C. R. Milner // Journal of Development Studies. – 1987. – № 23 (2). – P. 200–219.

Корнєєва О. О., студентка
Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ХАРАКТЕР ЕКОНОМІЧНИХ ШЛЯХІВ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ

Визнання України як держави з ринковою економікою накладає на неї певні зобов'язання. В першу чергу вони стосуються проблем, пов'язаних із переосмисленням нової економічної політики держави, яка має передбачати максимальну мобілізацію всіх ресурсів країни, сприяння розвитку господарської ініціативи і самодіяльності населення, насамперед у формі малого та середнього бізнесу, посилення соціальної орієнтації в розвитку підприємств, регіонів і економіки країни загалом. Ця довгострокова соціально орієнтована політика повинна бути спрямована на зниження реального рівня безробіття, посилення економічної активності та мобільності населення, підвищення його доходів, рівня добробуту, тобто покращення соціального захисту населення. На базі соціально орієнтованої економіки сучасного типу передбачається наближення рівня життя населення до середніх європейських стандартів його якості та показників людського розвитку [1, с. 8].

Саме тому правова система не завжди демонструє готовність до швидшого запровадження та ефективного регулювання нових процесів, у тому числі в галузі соціального захисту населення. В умовах відсутності адекватного правового регулювання практики реформ вони, навіть у найкращому випадку, здійснюються повільно, формально та безсистемно. Звідси виникають і відповідні соціальні, економічні та соціальнопсихологічні наслідки реформування, комплекс питань, що пов'язані із забезпеченням правового та соціального захисту населення в умовах здійснюваних перетворень. Тому не дивно, що завдання ефективного розвитку галузей економіки та соціальної сфери не завжди узгоджуються з проблемами соціальної гармонії, адаптації населення, зокрема його вразливих прошарків, до швидких змін у житті, забезпечення гарантій непрацездатній частині населення (пенсіонери, інваліди, багатодітні сім'ї тощо) [2, с. 92].

Світовий досвід незаперечно доводить зростання ролі держави в період подолання наслідків «великої депресії», перетворення у повоєнні роки, включаючи 60-ті і 70-ті роки, коли було створено фундамент сучасної економічної системи країн Заходу на основі кейнсіанських постулатів державного стимулювання економічного попиту, активної взаємодії держави з

приватним капіталом. Таким чином, посилення дієздатності держави має оцінюватися:

- з позицій вирішення головного завдання системних перетворень – поглиблення ринкової трансформації економіки (інституційне забезпечення політики реформ, завершення формування розгалуженої ринкової інфраструктури, утвердження ефективного законодавчого поля);

- з позицій її спроможності забезпечити створення економічних, політичних та соціальних передумов реалізації наявних конкурентних переваг української економіки;

- з позиції реалізації конкурентних переваг, які мають втілитися у зміцненні позицій внутрішнього ринку, утвердженні інноваційної моделі розвитку ринкової економіки;

- з позиції переосмислення логіки макроекономічної стабілізації (негативний власний досвід та досвід інших постсоціалістичних країн, який довів обмеженість можливостей надійної стабілізації грошей суто монетарними інструментами);

- необхідність зміцнення дієвості держави пов'язана з істотним посиленням її впливу на розвиток соціальної сфери (соціальна політика не може обмежуватися лише державною підтримкою соціально незахищених верст населення) [4, с. 28].

Становлення середнього класу дасть змогу Україні набути головних ознак відкритого демократичного суспільства із соціально орієнтованою ринковою економікою. До цих ознак відносяться наступні:

- домінування активної життєвої позиції громадян – прагнення самостійно забезпечувати добробут собі та своїй родині, дбати про майбутнє, зокрема про старість;

- наявність внутрішніх джерел інвестування – населення не проїдає миттєво всі зароблені кошти, а інвестує значну їх частину в бізнес, житло, освіту тощо;

- високий платоспроможний попит населення і відповідно масштабний внутрішній ринок – попит породжує пропозицію, тобто спричиняє до економічного зростання, збільшення зайнятості тощо;

- демократичні принципи управління, зокрема постійне звітування владних структур – середній клас, який має належний рівень освіти, відзначається обізнаністю у своїх правах і прагненням їх обстоювати у визначених законодавством межах [5].

Список використаних джерел:

1. Болотіна Н. Право людини на соціальне забезпечення в Україні: проблеми термінів і понять // Право України. – 2000. – № 4. – С. 35–39.
2. Бідак В. Я. Соціальний захист населення та вдосконалення державних механізмів його регулювання: монографія. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2004. – 250 с.
3. Стойка В. О. Державно-приватне партнерство – рушійна сила інноваційного розвитку країни / В. О. Стойка // Агросвіт. – 2015. – № 6. – С. 36–40. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2015_6_9.
4. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – Х. : Вид-во «Форт», 2003. – 440 с.
5. Лібанова Е. Середній клас в Україні: сучасні масштаби і проблеми розвитку // Україна: аспекти праці. – 2002. – №8. – С. 27–32.

Підлісний Є. В., старший викладач

Котик І. В., студентка

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЗЕМЕЛЬНА ДІЛЯНКА ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ВЛАСНОСТІ

Право власності на землю традиційно розглядається у суб'єктивному та об'єктивному розумінні. У суб'єктивному розумінні право власності на землю – повноваження суб'єктів щодо землі, як об'єкта права визначає право власності на землю, як «право володіти, користуватися і розпоряджатися земельними ділянками».

Зміст права власності на землю, як і на будь-яку іншу річ, складають повноваження з володіння, користування та розпорядження земельною ділянкою. Втім, специфіка земельної ділянки, як речі нерухомої обумовлює істотну специфіку в обсязі та характері кожної із названих правомочностей.

При формуванні земельної ділянки її реєстрація по суті означає реєстрацію відповідного правоустановчого документу – державного акту або договору оренди землі.

Специфіка земельної ділянки, як об'єкта права власності полягає у тому, що земельна ділянка, по-перше, «за визначенням» не може бути переміщена у просторі, по-друге, «панування» над земельною ділянкою є значною мірою умовністю.

На відміну від загального правила, власник має право вчиняти щодо свого майна будь-які дії, які не суперечать закону, обсяг права користування

земельною ділянкою є обмеженим і обумовлюється цільовим призначенням земельної ділянки. Земельна ділянка може використовуватися лише за цільовим призначенням.

Також до особливостей користування земельною ділянкою можна віднести спеціальний порядок отримання плати за землю, яка може виступати у формі земельного податку або орендної плати за земельні ділянки державної та комунальної власності [2].

Режим здійснення права розпорядження щодо земельних ділянок характеризується істотною специфікою: особливі правила відчуження земельних ділянок, особливі правила надання земельних ділянок, особливі правила щодо обмеження та обтяження права власності на земельну ділянку, особливий порядок зміни цільового призначення земельних ділянок, пошкодження і тим більше знищення земельних ділянок заборонене.

Земельна ділянка і розташована на ній будівля(споруда, будова) можуть бути самостійними об'єктами права. При цьому будівля (будинок) може бути складовою частиною земельної ділянки як об'єкта права власності та окремим об'єктом права власності.

Оскільки земельна ділянка може бути об'єктом права (земельного та цивільного), виступати як об'єкт різних за своїм змістом і характером правовідносин (земельних, цивільних, у тому числі майнових речово-правових і зобов'язально-правових відносин).

У разі виділення фізичній особі у встановленому земельним законодавством порядку земельної ділянки, вона стає об'єктом цивільних правовідносин, а її власник набуває відповідних цивільних прав та обов'язків [1].

Список використаних джерел:

1. Мірошніченко А. М. Земельне право України: підручник. /А. М. Мірошніченко – 2-ге видання, допов. і перероб. – К.: Алерта; ЦУЛ, 2011. – 678 с.
2. Земельний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.

Коваленко С. В., Котляр І. І., студенти
Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТОВА ПРАКТИКА ВИРІШЕННЯ.

Малий бізнес є невід'ємною ланкою високорозвиненої економіки будь-якої країни. Малий бізнес бере на себе ряд функцій, які дозволяють економіці вдосконалюватися. Крім того, впровадження інновацій зазвичай здійснюється в малому бізнесі. Іншими словами, він надає велику кількість робочих місць, в той час як великі підприємства активно проводять автоматизацію виробництва і, навпаки, тільки лише скорочують штат співробітників. Також малий бізнес, миттєво реагує на зміни зовнішнього середовища, в тому числі на попит.

Згідно чинного законодавства, малими визнаються ті суб'єкти господарювання, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний фінансовий рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції за цей період становить не більше суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні [1].

У безлічі розвинених країн, наприклад, в Японії, США, Німеччині малі підприємства становлять велику частку від числа всіх підприємств, і на них виробляється більш ніж половина всієї продукції, що випускається в країні.

Важливо відзначити, що одним із напрямів сучасної державної політики, пов'язаної з підтримкою суб'єктів малого підприємництва в Україні є надання їм пільг у податковій сфері.

Разом з тим, недосконалість та незавершеність реформування зумовлюють наявність вагомих недоліків застосування такої системи, зокрема:

- 1) обмеження за обсягом діяльності (розмір виручки) таких суб'єктів;
- 2) сума єдиного податку підприємцями сплачується авансом за звітний період, проте при цьому не враховується чи буде фактично отримано дохід від здійснення такої діяльності за звітний період, чи ні;
- 3) при використанні праці найманих робітників підприємець має сплачувати за кожного з них 50% суми єдиного податку;
- 4) обмеження в можливості використовувати велику кількість найманих працівників [2, с. 173].

Тому, удосконалення системи мікрокредитування, інвестування й надання гарантій – одне з невідкладних завдань держави щодо розвитку малих суб'єктів господарювання. Це допоможе підвищити конкурентоспроможність підприємств; вивести більшу їхню частину з тіньового сектору – за

підрахунками фахівців, 75% малих підприємств приховують свої реальні прибутки; створити більшу кількість робочих місць – як свідчить практика, 10 з 15 підприємців скорочують або приховують справжню кількість робочих місць, щоб уникнути податків, а також підвищити загальний рівень добробуту громадян і держави в цілому, примноживши її ВВП [3, с. 53].

Важливим інструментом розвитку малого підприємництва є сприяння розвитку інноваційного підприємництва. Розвиток інноваційного підприємництва є одним з важливих конкурентних переваг країн ЄС. Як свідчить європейська практика, використання цієї переваги вимагає спеціальних заходів державної політики. Адаптація вітчизняної системи підтримки до європейської моделі дозволить розраховувати на партнерську участь в реалізації європейських програм науково-технологічного та інноваційного розвитку. Зокрема, за підтримки ЄС можуть відбутися [5]:

- розробка і впровадження бюджетних програм фінансування наскрізного інноваційного процесу - від наукової розробки до виготовлення дослідних зразків на технологічних напрямках, визначених пріоритетними;

- здійснення державних закупівель інноваційної продукції з визначенням максимального розміру підприємства, у якого проводяться закупівлі, а в разі закупівлі у великих підприємств з обов'язковим залученням підприємств малого бізнесу на субконтрактних принципах (досвід Великобританії);

- надання державних грантів для малих і середніх підприємств на освоєння інноваційної продукції (товарів або послуг) на пріоритетних технологічних напрямках, залучення до фінансування таких грантів коштів міжнародних програм (зокрема, європейських Horizon-2020 і COSME);

- формування ряду довгострокових кредитних програм по фінансуванню інноваційних проектів малого бізнесу, які будуть здійснюватися державними банками, із залученням для їх фінансування коштів міжнародних фондів та міжнародної технічної допомоги, при цьому важлива координація з технологічними пріоритетами програми відродження промисловості ЄС;

- створення спеціалізованого банку венчурного кредитування за участю державного капіталу з розгалуженою регіональною мережею, з орієнтацією на кредитування малого бізнесу, формування політики такого банку з наданням пріоритетності кредитування інноваційних проектів, спираючись на наявний досвід Великобританії, Німеччини, Франції, Нідерландів;

- нормативно-правова та організаційна створення комунальних банків, орієнтованих на кредитування інноваційних проектів місцевого розвитку, що здійснюються на принципах державно-приватного партнерства;

- надання правової та методичної підтримки капіталізації інтелектуальної власності, створеної науково-технічними колективами і суб'єктами підприємництва;

- сприяння формуванню мережі венчурних фондів з відповідним нормативним визначенням їх правового статусу, регуляторних обмежень, прав і зобов'язань;

- створення інформаційно-пошукових систем і баз даних інноваційних проектів і підприємств, прогресивних технологій, потреб в нових розробках і технологіях;

- налагодження системи інформаційно-освітнього забезпечення та безпосередньої правової та методичної підтримки.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.

2. Брижань І. А. Реформування системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва як один із заходів державної підтримки їх розвитку / Брижань І. А., Олійник О. О. / Економіка і регіони. – 2009. – №2. – с.171-176.

3. Комарницький І. Проблеми розвитку малого і середнього підприємництва. / І. Комарницький, М. Офік / Регіональна економіка. – 2005. – №4. – С. 50-58.

4. Мельник В. В Становлення та розвиток малих підприємств в Україні. / Мельник В. В. // Продуктивні сили України. Науковий теоретичний економічний журнал. – № 2-4. – 2010. – С 119-125.

5. Евроассоциация и новые возможности для развития малого бизнеса в Украине [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://gazeta.zn.ua/macrolevel/evroassociaciya-i-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-malogo-biznesa-v-ukraine-html>.

Морозова К. П., студентка

*Науковий керівник: Іващенко О. А., к. е. н., доцент
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЦЕНТРІВ СИЛИ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

На сучасному етапі розвитку світового господарства ми стаємо свідками зміни усталених зв'язків між країнами Центру та Периферії. Сама ідея залежності, попри визнання асиметричного взаємовпливу країн Центру та країн

Периферії як результату економічної відсталості останніх і домінування перших, обмежувалась констатацією підпорядкування інтересів Периферійних країн цілям зростання розвинених країн через канали торгівлі, фінансів, робочої сили без розгляду потенційних можливостей впливу Периферії на Центр [1, с. 54; 2, с.127].

Досвід Південної Кореї є вкрай репрезентативним для висвітлення вдалих трансформацій, що відбувались в країні, яка традиційно асоціювалась з Периферією світового господарства, які на сьогодні дозволяють відносити її до розвинених держав світу.

Південна Корея нині процвітає за рахунок експорту промислової продукції. Ця модель економічного зростання була започаткована у 1960-х роках, коли реалізувати її було відносно легко, тому що існувало лише три подібні великі економіки – Японія, Тайвань і Південна Корея. Останнім часом цю групу країн успішно поповнюють Таїланд, Малайзія, Індонезія, В'єтнам і Бангладеш з безсумнівним лідерством Китаю та Індії. Втім, Південна Корея отримує значні конкурентні переваги в секторі креативної індустрії та найбільш престижних і прибуткових нішах виробництва, що й визначає темпи економічного зростання у 3,09% за підсумками 2017 року при зафіксованому рівні безробіття 3,68%. Дедалі частіше експерти говорять по Південну Корею як про «азійську Німеччину» - регіональний «золотий стандарт» високотехнологічного виробництва, яким раніше була Японія [3, с. 141].

У середині 1990-х років південнокорейські компанії-виробники почали глобалізуватися, кидаючи виклик пануванню великих західних компаній. Така політика лібералізації торгівлі була спрямована на експансійне поширення Південної Кореї як всередині регіону, так і в усьому світі, а також на сприянні реальному економічному зростанні [3, с. 20]. Раніше країни, що розвиваються, обмежували власні амбіції виробництвом товарів, які продавались під марками європейських і американських компаній. Південна Корея спростувала такий досвід, запропонувавши світу приклад вдалого переходу на третю стадію розвитку країни, яка обумовлена інноваціями, на якій економічне зростання стимулюється ресурсами людського капіталу і активними НДДКР (високо технологічна обробна промисловість). Прикметно, що перехід на дану стадію економічного розвитку характеризувався трансформацією структури динамічних порівняльних переваг і, відповідно, моделі іноземних прямих інвестицій [3, с. 46]. Варто відзначити, що Південна Корея взяла курс на розвиток споріднених чи підтримуючих галузей, що мають конкурентну позицію на міжнародному ринку, а також, і, перш за все, підтримують інноваційну діяльність, і здатні сприяти зміцненню конкурентоспроможності значно більше, ніж явність ресурсів чи галузей, що виробляють компоненти для

певного продукту [4, с. 13]. Розвиток капіталомісткої промисловості супроводжувався стимулюванням внутрішнього попиту, яке, в свою чергу, реалізовувалось через зростання заробітної плати та зайнятості, які, окрім всього іншого, створили умови для мобілізації внутрішніх заощаджень та підвищення норми нагромадження.

Накопичена історична вартість іноземних інвестицій в Південній Кореї на початку 2018 року досягла близько двохста млрд. дол. США. Слід акцентувати на тому, що Південній Кореї характерний вибірковий режим залучення ТНК та навіть обмеження їх частка акціонерної власності в певних секторах. Південна Корея тривалий час взагалі забороняла 100% власність ТНК в багатьох секторах промисловості та примушувала іноземні компанії створювати спільні підприємства або укладати контрактні угоди з місцевими виробниками. На китайському ринку Корея є єдиним експортером промислової продукції, який за останні десятиліття збільшив свою частку, тоді як усі інші великі промислові держави – зокрема, Японія, Тайвань, США та європейські країни – віддають свою експортну частку країнам, що постачають переважно сировину.

Вихід Південної Кореї на ринки країн, що розвиваються, змінив правила гри у світовому промисловому виробництві. П'ять років тому аналітики, зважаючи перспективи корейських компаній, брали до уваги традиційну групу потенційних ринків, переважно західних і японських. Нині ця група поширилася на увесь світ, а Південна Корея трансформує правила того, що є можливим у промисловому виробництві. Прикладом цього може стати наступне співвідношення розподілу експортних потоків Південної Кореї між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються: так, якщо у 2003 р. дві третини південнокорейського експорту йшло до розвинених країн, то за даними на 2018 рік ті самі дві третини південнокорейського експорту вже спрямовуються до країн, що розвиваються. Це підтверджує висловлену Н. Резніковою тезу про те, що на сучасному етапі трансформації світової економіки, що супроводжуються глобальними за своїм проявом кризами, зміною самої філософії господарювання, відбувається ребалансування рушійних сил світової економіки та її самоорганізація на нових засадах складної ієрархічності і багатополлярності, що надає співпраці між країнами колишньої Периферії нового змістовного наповнення [2, с.268].

Список використаних джерел:

1. Резнікова Н. В. Феноменологія незалежності в умовах економічної глобалізації / Н. В. Резнікова // Міжнародна економічна політика. – 2016. – № 1. – С. 52-73.

2. Резнікова Н. В. Економічна незалежність країн в умовах глобальних трансформацій / Н. В. Резнікова. – К.: Аграр Медіа Груп, 2018. – 487 с.

3. Резнікова Н. В. Розвиток торговельної лібералізації в країнах Периферії: перспективи економічної інтеграції Йорданії / Н. В. Резнікова, О. А. Іващенко // Економіка та держава. – 2016. – № 11 – С. 19-24.

4. Резнікова Н. Порівняльна та конкурентна переваги в міжнародному бізнесі: теоретико-методологічні підходи до пошуку їхнього синтезу [Електронний ресурс] / Н. Резнікова, Р. Гаджиев // Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»: збірник наукових праць. – 2016. – №8. – Режим доступу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/download/3402/3077.

5. Іващенко О. А. Інтеграційні орієнтири Йорданії в умовах глобальної трансформації світової торгівлі / О. А. Іващенко // Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, 16 березня 2017 р. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2017. – С. 77-81.

6. Рогач О. Транснаціональні корпорації та експорт нових індустріальних країн Азії / О. Рогач, В. Косьміна. – К.: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2016. – 256 с.

7. Шаурма Р. Передові країни. В очікуванні нового «економічного дива» / пер. з англ. Андрій Іщенко. – К. : Наш формат, 2018. – 296 с.

Новак І. М., д. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

АЛЬТЕРНАТИВНІ ІНВЕСТИЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

Основоположним фактором сталого розвитку аграрного сектору економіки України є ефективна інвестиційна стратегія, що включає в себе обґрунтований організаційно-економічний механізм забезпечення аграріїв достатньою кількістю капіталу. Майже два десятиліття науковцями проводяться дослідження та розробляються заходи, що сприятимуть надходженню інвестицій у інноваційне сільськогосподарське виробництво. Однак нинішній стан матеріально-технічного забезпечення аграріїв вказує на відсутність стабільного і єдиного механізму залучення інвестицій в дану галузь. Тому, на нашу думку, для аграрних виробників враховуючи їх відмінності в організаційно-правових формах та розмірах земельних ресурсів необхідно розробити нові та удосконалити існуючі механізми залучення інвестиційних ресурсів.

Цікавим прикладом довгострокового залучення коштів у вітчизняні аграрні підприємства може слугувати світовий досвід взаємовідносин сільськогосподарських товаровиробників з установами не банківського сектору: інститутами спільного інвестування, недержавними пенсійними фондами, страховими компаніями, кредитними спілками, лізинговими компаніями тощо (рис. 1). Нині перед даними інститутами все частіше постає питання пошуку надійного об'єкту інвестування та механізму залучення капіталу для забезпечення прибутковості.

Характеризуючи вітчизняний ринок капіталу можна відзначити його обсяги та недорозвинену інфраструктуру. За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку у січні – квітні 2017 року обсяг торгів цінними паперами та їх похідними становив 131,65 млрд. грн, зокрема: акціями – 2,1 млрд. грн, корпоративними облігаціями – 2 млрд. грн, деривативами – 0,97 млрд. грн, інвестиційними сертифікатами – 0,26 млрд. грн, опціонами – 4,5 млн грн. Враховуючи те, що регульована частина ринку капіталу в Україні не перевищує 15 % його загального обсягу, то сума угод з цінними паперами, які щорічно укладаються на ньому може становити 2–3 трлн. грн [1].

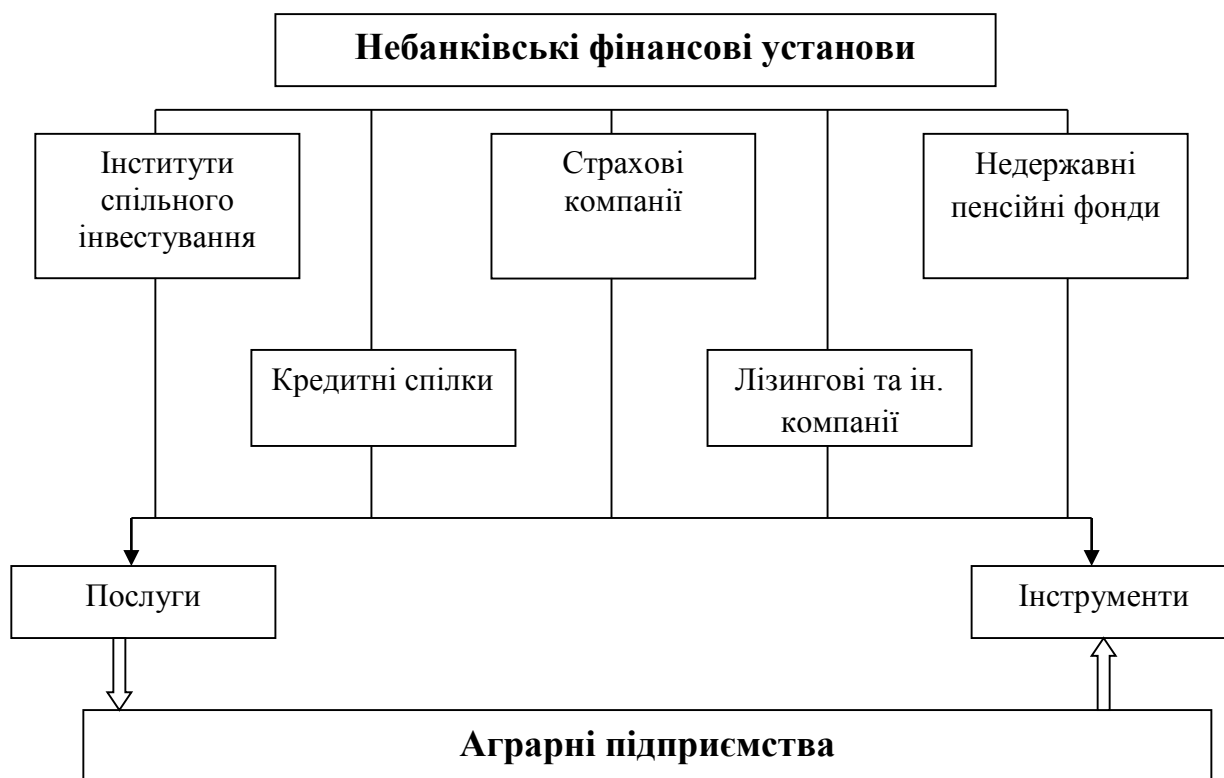


Рис. 1. Механізм інвестиційних взаємовідносин небанківських фінансових установ з аграрними виробниками

Основними фінансовими інструментами з допомогою яких інститути небанківського сектору можуть вступати в агроінвестиційні взаємовідносини є

цінні папери. Згідно статті 3 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23.02.2006 р. №3480-IV – це документи встановленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчують грошові або інші майнові права, визначають взаємовідносини особи, які їх розмістила, і власника, та передбачають виконання зобов'язань згідно з умовами їх розміщення, а також можливість передачі прав, що випливають із цих документів, іншим особам [2]. Даний законодавчий акт визначає перелік цінних паперів, що функціонують на вітчизняному ринку. Відзначимо лише ті, що можуть використовуватися аграріями як фінансовий інструмент у механізмі інвестування сільського господарства: акції, інвестиційні сертифікати, похідні цінні папери, товаророзпорядчі цінні папери.

При даному механізмі інвестиційних взаємовідносин на державу покладено регулююча та контролююча функції. До механізму інвестиційних взаємовідносин з небанківськими фінансовими установами можуть бути залучені як великі, так і малі аграрні підприємства, у тому числі господарства населення.

Аналіз правових засад регулювання інвестиційної діяльності небанківських фінансових установ в аграрному секторі дозволяє визначити її як інвестиційну діяльність не лише з використанням фінансових інструментів, а й із залученням у процес інвестування фінансових установ [3]. Тобто виділити два типи взаємовідносин: перший з використанням аграріями фінансових деривативів для залучення інвестиційного капіталу; другий має зворотній напрямок – участь фінансових інститутів в інвестуванні виробників.

Таким чином, проведений нами аналіз механізмів інвестування аграрної галузі визначив проблеми, що мають негативний вплив на нинішні джерела фінансування аграрного сектора економіки. У той же час, безупинний розвиток та ефективна діяльність фінансових установ на небанківському фінансовому ринку стають важливими чинниками економічного зростання України та забезпечення її національної безпеки. Ефективне використання капіталу страхових компаній, недержавних пенсійних фондів, інститутів спільного інвестування та інших учасників ринку небанківських фінансових послуг в інвестиційному процесі сприятиме мінімізації ризиків діяльності господарюючих структур, подоланню проблеми дефіциту фінансових ресурсів та розширенню можливостей інвестування в аграрну галузь економіки.

Список використаних джерел:

1. Обсяг укладених біржових контрактів з цінними паперами за квітень 2014 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nssmc.gov.ua/press/news>.

2. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» / Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 31. – ст. 268.

3. Роїна О.М. Цінні папери та фондовий ринок в Україні. Нормативно-правове регулювання / О.М. Роїна – К. : Скіф; КНТ, 2008. – 192 с.

Петренко П. С. к. е. н., доцент,
почесний академік Міжнародної Кадрової Академії
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЛЬ ВИЩОГО ОРГАНУ КОНТРОЛЮ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ У БОРОТБІ З КОРУПЦІЄЮ ТА ОРГАНІЗОВАНОЮ ЗЛОЧИННІСТЮ

Враховуючи, що Рахункова палата України в 1998 році стала повноправним членом Міжнародної організації вищих органів контролю державних фінансів (INTOSAI) її статус необхідно змінити, – в першу чергу це конституційне визнання її Вищим органом контролю державних фінансів України. Таке її визнання буде активно сприяти впровадженню затверджених INTOSAI нових типів аудиту (аудиту ефективності), які на сьогодні виконують більшість країн-учасниць ООН. Використовуючи аудит ефективності, Вищий орган фінансового контролю України може координувати здійснення зовнішнього державного контролю управління державними фінансами, а також може здійснювати незалежну оцінку результатів діяльності виконавчої влади та повноцінно робити висновки про ефективність використання бюджетних коштів.

Нам необхідно створити єдину струнку систему державного фінансового контролю, засновану на конституційних принципах розмежування предметів ведення і повноважень. Донині Рахункова палата, не має конституційного статусу вищого органу державного фінансового контролю, що не дозволяє їй в новій системі бюджетних координат контролювати не лише і не стільки технологію витрат, скільки результативність виконання конкретних функціональних завдань, поставлених перед державними управлінськими структурами. Для виконання цього непростого завдання система державних контрольних органів має бути структурно і методологічно єдиною, функціонально визначеною, з чітко прописаними правами, що охоплюють усю сукупність бюджетних ресурсів, спрямованих в економіку. Приймаючи нормативно-правові акти ми повинні використовувати стандарти ІНТОСАІ при будь-якому законодавчому реформуванні діяльність Рахункової палати

України. Таким чином, виникає ряд проблем, рішення яких залежить, передусім, від позиції законодавця.

В сучасній міжнародній практиці, в останні чотири десятиріччя, повноваження в області ДФК реалізуються органами законодавчої влади шляхом створення нею спеціалізованої контрольної-перевірочної організації, яка здійснює зовнішній фінансовий контроль бюджетного процесу. Для особливого виділення державної організації, уповноваженої здійснювати від імені держави зовнішній фінансовий контроль бюджетного процесу, використовується поняття «Вищий орган державного фінансового контролю» (ВОДФК). Специфіка діяльності такого органу може відбуватися тільки за наявності правових підстав, а його функціонування повинне відбуватися виключно у межах правового поля.

У правовому відношенні стає дивним, коли приймаються сучасні нормативно-правові акти діяльності Рахункової палати, а цю занадто важливу державну організацію боротьби з корупцією, конституційно не визнають Вищим органом державного фінансового контролю України.

Не визнання Рахункової палати органом «Вищого державного фінансово-економічного контролю України», позбавило визнати її як орган, що повинен здійснювати процес координації дій як зовнішнього державного фінансового контролю так і внутрішнього контролю. Положення нормативно-правових актів не дозволяли Рахунковій палаті здійснювати контроль за виконанням державного бюджету як цілісного процесу, оскільки її позбавили здійснювати контроль за доходною частиною бюджету, що є невід'ємною складовою бюджетного процесу в державі. Цей процес «приниження» Рахункової палати продовжувався і до сьогоднішніх днів. Як доказ, можна привести волаючий приклад, коли в 2015 році виконавча влада, яка апріорі не може впливати на повноваження і статут Рахункової палати, прийняла рішення про тимчасову заборону здійснювати нею контрольні-експертні заходи.

Відповідно до Конституції України, прийнятої Верховною Радою України 28 червня 1996 року, був закріплений конституційний статус Рахункової палати. Верховна Рада України 11 липня 1996 року ухвалила Закон України «Про Рахункову палату Верховної Ради України». Закон було введено в дію з дня опублікування – 22 жовтня 1996 року (згідно з Постановою Верховної Ради України від 11 липня 1996 року № 316/96-ВР). Президент України скористався своїм правом і 19 серпня 1996 року наклав вето на ухвалений закон. У жовтні Верховна Рада України подолала вето і закон був підписаний Президентом.

Президент України 28 грудня 1996 року звернувся до Конституційного Суду України з конституційним поданням щодо відповідності Конституції України Закону України «Про Рахункову палату Верховної Ради України». В

кінцевому рахунку Конституційний Суд України, на звернення Президента України задовольнив його прохання, ухваливши рішення від 23 грудня 1997 року № 7-зп, яким визнав деякі положення цього закону неконституційними.

Зазначене рішення загнало розвиток економіки в депресію на десятиріччя, сприяло безперешкодній діяльності «організованій злочинності», суспільству нанесені непоправимі моральні та фінансові втрати, оскільки зовнішній державний фінансовий контроль здійснюваний Рахунковою палатою був позбавлений контролю за дохідною частиною бюджету та контролю за рухом коштів. Рахункова палата була позбавлена статусу вищого органу державного фінансового контролю України та здійснювати аудит ефективності використання бюджетних коштів, що стало основою відсторонення її від боротьби з корупцією.

Лише позбавлення вищезазначених двох функцій стали наслідком того, що нашій державі доводиться долати і усувати у фінансово-господарській сфері ряд негативних явищ, які протягом двадцяти шести років незалежності держави набули характеру тенденцій. Це зловживання (на всіх рівнях) в процесі формування, розподілу і використання грошових фондів; недотримання чинного законодавства (передусім – бюджетного); нераціональність і економічна необґрунтованість використання та управління бюджетними ресурсами.

Нагадаємо, що на Конгресах ООН через кожні п'ять років, починаючи з п'ятого Конгресу (Женева, 1975 р.) одним із стратегічних напрямів запобігання корупції особливо наголошується на проблемі боротьби з «організованою злочинністю». Україна підписала відповідний документ щодо виконання вимог і рекомендацій ООН по боротьбі з «організованою злочинністю», а Верховна Рада України прийняла Закон України «Про організаційно-правові основи боротьби з організованою злочинністю» від 30 червня 1993 р. № 3341 (включно до 2017 року в закон було внесено більше тридцяти змін і доповнень). Як свідчить життя, на цьому, власне, розпочалася і закінчилася боротьба з корупцією, а термін «організована злочинність» фактично був виключений із наукових досліджень.

Сьогоднішні гілки влади (законодавча і виконавча) та Президент України, розробляють та приймають низку нормативно-правових актів щодо контролю за ефективним та результативним використання бюджетних коштів. Так, наприклад, прийняті нові Закони України «Про Рахункову палату» від 2 липня 2015 року за № 576, «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» 21 грудня 2017 року № 2258; внесені зміни до Закону України «Про аудиторську діяльність» та інші нормативно-правові акти стосовно упорядкування діяльності ДФК.

На жаль, приходиться констатувати, що окремі положення зазначених нормативно-правових актів по основним критеріям залишаються на тому ж науково-правовому рівні, які не відповідають сучасним стандартам INTOSAI.

Питання визначення місця Рахункової палати в системі органів державного фінансового контролю України до цього часу не має нормативним чином закріпленого єдиного визначення. Чинне законодавство дає лише непрямі вказівки в цій області.

Так, Конституція України не містить прямих приписів, які характеризують правове положення Рахункової палати. Використовуючи парламентську модель розміщення норм, що регламентують діяльність національного ВОДФК, законодавець включає спеціалізовані приписи функціонування Рахункової палати до складу п'ятого розділу Конституції України – «Верховна Рада України». А це означає, що створюється взаємозв'язок між Рахунковою палатою України і системою представницьких органів України, а не лише з «Рахунковою палатою».

Рахункову палату слід розглядати як самостійний підрозділ в структурі стримуючих важелів і противаг системи розподілу влади. Цей висновок слідує із декількох статей Лімської декларації керівних принципів аудиту державних фінансів (INTOSAI), наприклад, у статті 2 пункту 3 вказується, що «Контроль за фактом, що здійснюється Вищим органом контролю державних фінансів, дозволяє встановити відповідальність підзвітних осіб, відшкодувати збитки та перешкодити повторенню виявлених порушень у майбутньому».

На мою думку, чергова відмова авторів нового закону від формування легального визначення поняття «Рахункова палата України» відбувається не випадково. Використовуючи термінологію ООН «організована злочинність» і в черговій редакції нового закону про Рахункову палату не дозволила отримати статус ВОДФК України, оскільки Вищий орган державного фінансового контролю України (Рахункова палата України) в питаннях попередження корупції зобов'язана виконувати одну із ключових ролей.

Знову, шляхом використання не існуючої законодавчої лінгвістичної моделі, яка повністю не включає комплекси основних і допоміжних ідентифікуючих ознак у новому Законі України «Про Рахункову палату» мають місце ті ж самі неузгодженості і протиріччя.

Така постановка питання про здійснення зовнішнього фінансового контролю дозволяє зрозуміти, що, перш за все, Рахункова палата зобов'язана здійснювати фінансовий аудит. Тобто той вид контролю, який повинна в першу чергу здійснювати Державна аудиторська служба України та підконтрольні їй внутрішні органи контролю підприємств, установ, організацій тощо.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Одним з найважливіших напрямів формування ринкової моделі економіки України є реформування управління державною власністю, котре полягає, по-перше, в оптимізації розміру державного сектору (як за рахунок приватизаційних процесів, так і виокремлення комунального сектору), а по-друге, його адаптацію до умов ринкового середовища та підвищення ефективності управління об'єктами державної власності. На жаль, зазначені процеси відбуваються в Україні досить достатньо складно, що знаходить відображення у низьких показниках ефективності функціонування державного сектору та зумовлене втратою його керованості.

Аналітичний огляд наукових досліджень в сфері державотворення і регулювання економікою показує, що з розвитком ринкових відносин мінялися і погляди на роль держави в розвитку економіки. Стратегічна мета держави полягає в тому, щоб створити сприятливі умови для формування різних типів господарств і забезпечення розвитку підприємств і організацій усіх форм власності.

На нашу думку, лише комплексний системний підхід до дослідження механізмів впливу з боку держави на процеси формування і розвитку інституту підприємництва дозволить побудувати оптимальну структуру економіки України, визначить інструменти забезпечення її збалансованості, стабільності й конкурентоспроможності в умовах глобалізації й світової економічної кризи.

Основними формами впливу держави на соціально-економічний розвиток країни прийнято вважати: бюджетно-податкове, кредитно-фінансове, адміністративно-економічне та цінове регулювання [1, с. 41].

Одним з головних факторів визначення ефективності державного підприємництва є їхня правова форма. На прикладі країн Західної Європи можна виділити три основні форми:

- державні установи, що не володіють статусом юридичної особи;
- державні установи, що володіють статусом юридичної особи;
- контрольовані державою господарчі товариства[2, с. 39].

Управління підприємствами, що не володіють статусом юридичної особи, здійснюється органами державної влади. Їхній бюджет розраховується в рамках держбюджету, однак вони мають права на фінансову автономію.

Особливість другої групи в тому, що єдиним їхнім учасником є держава. Вони наділені відносною господарською самостійністю, на відміну від першої групи. Їхня кількість у результаті приватизації постійно зменшується. Їх приватизують у рамках програм зі створення конкурентоспроможних умов у секторах економіки, визнаних природними монополіями. Ця форма є класичною для промислового виробництва, енергетики та газової промисловості. У зв'язку з цим особливого значення за кордоном набули державні корпорації, які створювалися на підставі спеціальних законодавчих актів і очолювалися радами директорів, що призначалися міністерствами. Їхній статутний капітал формується міністерством, а майно вже формально не є державним. Однак суб'єкт не підлягає банкрутству, а майно не підлягає вилученню й у випадку ліквідації вертається державі.

Порядок діяльності підприємств визначається звичайним корпоративним правом. Їхні співробітники не є державними службовцями й мають особливий статус. Їхні ради директорів призначаються безпосередньо Урядом [2, с. 39].

Третя група державних підприємств – це державні або підконтрольні державі структури, у яких держава є переважним або єдиним акціонером. Такі підприємства мають специфічні особливості правового положення з погляду державного контролю, режиму майна і керування. Вони створюються на основі правових актів, які визначають їхню діяльність та форму організації. Дана форма звичайно використовується в секторах, де є конкуренція з боку приватного бізнесу, однак останнім часом з'явилися тенденції її використання й у суспільно-корисних і соціально значимих галузях економіки [2, с. 40].

Необхідно відзначити, що ряд країн західної Європи певні особливості правового статусу державних господарських товариств не визначають, але можуть фіксуватися в їхніх статутах. У багатьох країнах сформувалася багаторівнева система управління державним сектором, у рамках якої держава здійснює контроль не прямо, а через спеціальні керуючі компанії.

Узагальнюючи закордонний досвід розвитку підприємництва можна сказати, що важливою рисою сучасної ринкової економіки є існуюче різномайття організаційно-правових форм господарської діяльності. При цьому питома вага державного сектору залежить від двох факторів: по-перше, від рівня розвитку економіки тієї або іншої країни; по-друге, від соціально-політичної ситуації в країні. Тому частка державної власності в економіці зарубіжних країн різна, а єдиного підходу до визначення питомої ваги державного сектору в економіці країн не існує. Виняткової прерогативи участі держави в певних секторах економіки немає. У приватний сектор іноді навіть передаються підприємства природних монополій, хоча позиції приватного сектору в них поки незначні.

Широко поширена думка, що приватні підприємства, простіше адаптуються до зовнішніх умов господарювання і тому більш ефективні, ніж державні. Дане твердження засноване на численних фактах про низьку прибутковість, високі витрати й навіть збитковість державних підприємств. Звідси можна зробити висновок про малу ефективність державних підприємств. Однак вибір між повним або частковим державленням (у формі регулювання) повинен визначатися залежно від цілей і завдань, а також конкретних політичних і економіко-соціальних умов.

Підприємства з погляду характеру засновництва діляться на корпоративні й унітарні. Унітарне підприємство створюється одним засновником, що виділяє необхідне для цього майно, формує статутний фонд, не розділений на долі (паї), затверджує устав, розподіляє доходи. Керує підприємством його трудовий колектив на умовах трудового найму, вирішує питання реорганізації і ліквідації підприємства. До унітарних підприємств відносяться державні, комунальні підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійні організації або на приватній власності засновника. Господарський кодекс України відносить до «державних» підприємства, засновані на державній власності, у тому числі казенні [3].

Казенні підприємства створюються в галузях національної економіки, в яких:

- законом дозволене здійснення господарської діяльності лише державним підприємствам;
- основним (понад 50%) споживачем продукції (робіт, послуг) виступає держава;
- за умовами господарювання неможлива вільна конкуренція товаровиробників чи споживачів;
- переважаючим (понад 50%) є виробництво суспільно необхідної продукції (робіт, послуг), яка за своїми умовами й характером потреб, що їм задовольняються, як правило, не може бути рентабельною;
- приватизацію майнових комплексів державних підприємств заборонено законом [3].

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який їм призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника [3; 2].

Отже, значення державної власності у формуванні ринкової економіки не зменшуватиметься, а навпаки зростатиме; управління нею буде ключовим у подальшому реформуванні економічної системи. Управління державною власністю - це управління її відтворенням, використанням і трансформацією, що особливо важливо для перехідної економіки України. Оскільки воно є однією з форм загального менеджменту, то при її здійсненні потрібно враховувати його загальні ознаки.

Важливою функцією такого управління є координація взаємодії між суб'єктами державної власності, а також її з іншими формами власності. Її відтворення відбувається в умовах ринкових відносин, а звідси, при нею необхідно відповідати вимогам ринкових заходів: конкуренції, попиту, пропозиції, вартості тощо. Посилення державного підприємництва повинно здійснюватися шляхом перетворення державних комерційних підприємств, котрі характеризуються низькою відповідальністю їх керівників за результати своєї діяльності, у господарські товариства (перш за все акціонерні товариства), особливістю яких є розмежування функцій власності та управління.

Таким чином, удосконалення системи державного підприємництва є ефективним напрямом державного розвитку економіки на ринкових засадах. З урахуванням досвіду країн з розвинутою економікою, цей шлях економіко-соціального розвитку найбільш ефективний і логічний. Адже він дозволяє прийти до інтеграційних форм об'єднання державного і приватного капіталів, що породжує нові економічні якості і політичні можливості.

Список використаних джерел:

1. Варналій З. С. Регіональна політика України: нові умови, нові вимоги // Варналій З. С. // Стратегічна пріоритети. – 2007. – №1. – С. 142-143.
2. Лузан С. Регулирование и управление предприятиями с государственным участием: международный опыт /С. Лузан // Вопросы экономики. – 2004. – №9. – С. 35–44.
3. Верховна Рада України [Електронний ресурс]: Господарський кодекс України: Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

З набуттям Україною незалежності її пенсійна система зазнає певних змін. Не зважаючи на те, що сьогодні в державі здійснено ряд важливих для подальшого розвитку системи пенсійного страхування перетворень, пенсійна система України знаходиться в стані серйозної кризи, яка характеризується низьким розміром пенсій переважної більшості пенсіонерів, відсутністю належної диференціації розмірів пенсій, залежно від страхового стажу та розміру страхових внесків, багаторічним дефіцитом Пенсійного фонду, що призводить до посилення її залежності від трансфертів з державного бюджету, демографічною кризою, коли кількість пенсіонерів значно перевищують кількість громадян, які працюють та сплачують внески, постійними процесами тінізації заробітної плати громадян, що зменшують і так незначні надходження до пенсійної системи. Ці та інші проблеми вимагають прийняття рішень з реформування пенсійної системи у напрямку підвищення її надійності, стабільності, фінансової стійкості та соціальної справедливості.

Сучасна демографічна ситуація в Україні погіршується і поступово переростає в кризу. Ознакою демографічної кризи в державі є чіткий тренд скорочення чисельності українців – з 51,6 млн. осіб у 1991 р. до 42,4 млн. осіб у 2017 р., тобто більш ніж на 9 млн. осіб. Основним поясненням цьому є соціоекономічні причини, а з 2014 р. – ще й розгортання воєнного конфлікту на Донбасі [4, с. 148].

Як і для більшості країн світу, для України характерна тенденція постаріння населення, причиною якої демографи називають зниження народжуваності, демографічний перехід до сім'ї з 1-2 дітьми, зростання тривалості життя.

Відбувається процес старіння населення, зменшується його загальна чисельність, погіршується співвідношення між працездатним населенням і пенсіонерами. Усі ці тенденції негативно впливають на фінансування пенсійних виплат, отже, вимагають пошуку нових джерел фінансових ресурсів для даних цілей [2].

Тіньова, тобто формально незареєстрована, статистично необлікована та неоподатковувана економічна діяльність призводить до значних макрофінансових втрат держави, насамперед, через несплачені податки та

відрахування до фондів соціального, в т. ч пенсійного, страхування. Згідно з офіційними оцінками Мінекономрозвитку, останніми роками в Україні спостерігається досить високий рівень тінізації економіки, який, однак, має певну тенденцію до зниження – з 38% ВВП у 2010р. до 35% ВВП у 2016р. [4, с.191].

Стан ринку праці визначальним чином впливає на фінансову стабільність та інші параметри пенсійної системи, причому як солідарної, так накопичувальної. Показники зайнятості, безробіття, оплати праці, чисельності охоплених соціальним страхуванням найманих працівників і самозайнятих, а також характеристики неформальної зайнятості детермінують функціонування пенсійної системи як на поточному етапі, так і на перспективу.

Іншим виявом структурних диспропорцій сфери зайнятості в Україні є значний масштаб зовнішньої трудової міграції – за даними дослідження, проведеного в рамках проекту Міжнародної організації з міграції у 2014-2015 рр., за кордоном працюють приблизно 700 тис. громадян України, тоді як за більшістю експертних оцінок, їх число становить не менше 7 млн. осіб. Фактично, зовнішні трудові мігранти з України наповнюють бюджети інших держав і лише дуже незначне їх число уклали договори добровільного соціального страхування та здійснюють платежі до Пенсійного фонду України. Однак, очікуваною є ситуація, коли українські трудові мігранти на старості повернуться додому та цілком законно претендуватимуть принаймні на виплату соціальної допомоги з пенсійного фонду держави [4, с. 195].

Вважається, що стабільності пенсійної системи можна досягти за умови функціонування усіх трьох рівнів одночасно, проте, в Україні другий і третій рівні здійснюються добровільно і це, нажаль, говорить про існування трирівневої системи лише на папері. Отже, говорячи про недосконалість пенсійної системи в Україні чи нестачу коштів на забезпечення пенсій можна посылатись саме на небажання впровадження трирівневої пенсійної системи в дію [1, с. 6].

Солідарна пенсійна система – існуючий перший рівень української пенсійної системи, в умовах демографічної кризи неспроможна фінансово забезпечити гідний рівень життя пенсіонерів. Оскільки вона передбачає утримання громадян пенсійного віку наступними поколіннями працюючих, то може ефективно функціонувати лише за умови розширеного відтворення поколінь. Для підвищення її фінансової стійкості й пошуку нових джерел фінансування потрібно:

- розробити заходи, які сприяли б призупиненню процесів «тінізації» доходів населення, у тому числі заробітної плати, приховування їх від оподаткування;

- підвищити розмір заробітної плати та інших доходів населення. У сучасних умовах рівень заробітної плати працівників не повною мірою відповідає реальній вартості робочої сили. Заробітки працівників повинні надавати їм можливість не тільки сплачувати податки і страхові внески, підвищувати рівень споживання, а й робити відповідні заощадження в банківських установах, формуючи тим самим фінансові ресурси для інвестування національної економіки;

- залучити підприємців, які працюють за спрощеною системою оподаткування, до сплати пенсійних внесків. У свою чергу, співпраця з контролюючими державними органами дасть поштовх до легалізації найманих працівників. Для останніх можливе запровадження пенсійних канікул на певний строк, з поетапним підвищенням сплати пенсійних внесків у майбутньому [2].

До сьогодні проблемою для України є питання стабільності та розвитку третього рівня пенсійної системи. Недержавні пенсійні фонди розвиваються досить повільно, що спричинено складною економічною ситуацією, наслідком якої є низька платоспроможність населення, нестабільними суспільно-політичними та правовими тенденціями. Відсутність гарантій щодо здійснення фондами пенсійних виплат, слабкий і неефективний контроль з боку держави за використанням пенсійних активів та їх інвестуванням формують низький ступінь суспільної довіри до фінансових інститутів.

В усьому світі ідеологія інвестування пенсійних активів базується на консерватизмі та надійності. Прибутковість посідає далеко не перше місце. А це означає, що на фондовому ринку мають бути присутні у достатній кількості надійні фінансові інструменти.

Крім запровадження Накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування (другий рівень), яка б доповнювала недержавне пенсійне забезпечення, варто передбачити формування певного фонду гарантування внесків громадян у цій галузі, на кшталт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, що існує в банківській системі.

Реальні структурні зміни в економіці та зайнятості потребують чіткої стратегії створення нових робочих місць із гідними умовами оплати. Фіскальна політика має бути міцною і виваженою, здатною забезпечити справедливий розподіл фінансових зобов'язань та належну фінансову дисципліну.

Потрібна широка інформаційно-роз'яснювальна та виховна робота, спрямована на висвітлення соціальних цілей всіх реформ, формування свідомого та відповідального ставлення громадян до своїх обов'язків, зокрема сплати податків та ЄСВ, як запоруки забезпечення своїх прав, зокрема майбутньої пенсії [3].

Отже, сучасний стан пенсійної системи в Україні є вкрай незадовільним, насамперед через недостатнє фінансування для її ефективного функціонування. Солідарна система на сучасному етапі розвитку вже не здатна забезпечувати достатній рівень пенсій, тому реформування пенсійної системи повинно відбуватись не лише за рахунок реформування солідарної системи, а і за рахунок впровадження в активне користування накопичувальної системи, розвитку системи добровільного пенсійного забезпечення та заохоченням недержавних організацій.

Список використаних джерел:

1. Александрова Г. М. Сучасний стан пенсійної системи України // Г. М. Александрова, Ю. Б. Кондакова / Науковий журнал «Молодий вчений». Економічні науки. – 2016. – № 6 (33), С. 4-8.
2. Ріппа М. Становлення системи пенсійного забезпечення України: нормативний і соціально – демографічний аспекти / М. Ріппа // Світ фінансів. – 2009. – №1. – С. 44-55.
3. Ткаченко Л. Солідарна Пенсійна система України: сучасне становище та шляхи реформування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://texty.org.ua/pdf/penaions_polisy.pdf.
4. Фінансові, соціальні та правові аспекти пенсійної реформи в Україні. Світовий досвід та українські реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/uploads/article/2017-PENSII.pdf>.

Сук Ю. В., студентка

*Науковий керівник: Момотюк Л. Є., д. е. н., професор,
проректор з науково-педагогічної та виховної роботи
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ЗМІСТ ПРУДЕНЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ МВФ: МІКРО- ТА МАКРОВИМІРИ

Міжнародний валютний фонд – глобальна організація, що налічує 189 держав-членів і створена для сприяння благополуччю світової економіки. МВФ прагне сприяти розвитку міжнародного співробітництва у валютно-фінансовій сфері, забезпечувати фінансову стабільність, сприяти міжнародній торгівлі, високій зайнятості, сталому економічному зростанню і скороченню бідності в усьому світі. Міжнародний валютний фонд (МВФ) сприяє міжнародній фінансовій стабільності і співпраці в валютно-фінансовій сфері. До найважливіших цілей МВФ, який здійснює контроль над міжнародною валютною системою для забезпечення її ефективного функціонування,

відносяться сприяння стабільності валютних курсів і процесу розширення і збалансованого росту міжнародної торгівлі.

Новостворений МВФ був покликаний регулювати валютно-розрахункові відносини між державами і здійснення фінансової допомоги країнам-членам через надання їм за виникнення валютних труднощів, зумовлених порушенням рівноваги платіжних балансів, короткострокових позик в іноземній валюті. Сьогодні Фонд здійснює свою діяльність як спеціалізована установа ООН. Практично МВФ є інституціональною основою сучасної міжнародної валютної системи.

Метою діяльності МВФ є: сприяння міжнародному співробітництву шляхом забезпечення механізму для консультацій та погоджених дій стосовно міжнародних валютних питань; сприяння збалансованому зростанню міжнародної торгівлі з метою підвищення рівня зайнятості та реальних доходів населення, розвитку виробничих можливостей країн-членів; сприяння стабільності валют і впорядкованим валютним відносинам та запобігання конкурентному знеціненню валют; сприяння створенню багатосторонньої системи платежів та переказів по поточних операціях і прагнення ліквідації валютних обмежень.

МВФ приділяє основну увагу наступним трьом основним функціям:

1. Економічний нагляд. Надавати рекомендації державам-членам щодо вжиття заходів політики, які можуть допомогти в досягненні макроекономічної стабільності, прискоривши тим самим економічне зростання і скоротивши бідність.

2. Кредитування. Тимчасово надавати державам-членам фінансування, щоб допомогти їм у вирішенні проблем платіжного балансу, які включають обставини, коли ці країни відчують нестачу іноземної валюти, оскільки їх зовнішні платежі перевищують їх надходження в іноземній валюті.

3. Розвиток потенціалу. Пропонувати технічну допомогу та підготовку кадрів країнам, на їхнє прохання, для сприяння їм в накопиченні досвіду й знань та розвитку інститутів, необхідних для проведення обґрунтованої економічної політики [5].

Хоч положення МВФ мають переважно рекомендаційний характер, налагоджена співпраця з ним забезпечує країні довіру з боку учасників валютних відносин і підтримку в разі загострення кризових явищ. Таким чином, роль МВФ, в свою чергу, з урахуванням чисельності учасників цієї організації, його функцій в області макрофінансового регулювання і великого досвіду в області двостороннього і багатостороннього нагляду і надання технічної допомоги також унікальна [3; 4].

Для підтримки стабільності і запобігання кризам в міжнародній валютно-фінансовій системі МВФ спостерігає за економічною політикою країн та економічними, фінансовими змінами в країнах, регіонах і світі за допомогою офіційної системи, відомої як нагляд. МВФ дає рекомендації державам-членам, заохочує заходи політики, що сприяють економічній стабільності та зменшують вразливість по відношенню до економічних і фінансових криз і підвищують рівень життя. Він проводить регулярну оцінку глобальних перспектив у виданні «Перспективи розвитку світової економіки», фінансових ринків – в «Доповіді з питань глобальної фінансової стабільності» і змін у сфері державних фінансів – в своєму «Бюджетному віснику», а також публікує ряд видань з перспектив розвитку регіональної економіки.

Події кризи, коли великі і транснаціональні фінансові установи стали банкрутами або опинилися на межі банкрутства, показують необхідність ефективних методів і процедур, що дозволяють вийти з кризової ситуації. Добре опрацьовані механізми санації установ, причому не тільки банків і не тільки в національних рамках, є обов'язковим компонентом стратегії, спрямованої на підтримку глобальної фінансової стабільності.

Пропозиції МВФ з даного питання зараз широко обговорюються на різних міжнародних форумах. Ці пропозиції сконцентровані на здатності великих, транснаціональних фінансових фірм долати труднощі і, зокрема, на наступних питаннях:

- плани санації (їх називають «living wills») як інструмент, що визначає, які кроки фінансова установа і державна влада повинна вжити для запобігання банкрутства [11];

- ефективні режими санації системоутворюючих фінансових установ при мінімізації ризиків для фінансової стабільності і державного сектора;

- розмежування механізмів санації та заходів щодо поділу фінансового тягаря [9];

- здатність приймаючих держав – при відсутності ефективних транскордонних механізмів санації – змусити іноземний банк працювати автономно під їх юрисдикцією як дочірня компанія [6].

Додатковим інструментом санації можуть стати процедури поруки (bail-in), які сьогодні також широко обговорюються [10].

МВФ нещодавно запропонував «прагматичний підхід» до питання про транскордонні механізми санації, в тому числі для небанківських установ. Центральне місце в цьому підході займає розширений механізм транскордонної координації, який повинен бути створений на основі багатосторонніх, які не мають обов'язкової сили домовленостей між державами [11].

Останні повинні погодитися з наступними чотирма елементами запропонованого МВФ плану:

- прийняття законодавства, що дозволяє місцевій владі приймати участь у співпраці на міжнародному рівні;

- дотримання «базових стандартів координації». Це необхідно для того, щоб національні наглядові органи та режими банкрутства були досить сильними і гармонізованими та щоб режим банкрутства національних банків не містив дискримінаційних норм стосовно іноземних кредиторів;

- досягнення домовленості за критерієм і параметрами, які будуть використовуватися в процесі поділу фінансового тягаря між країнами;

- досягнення домовленості за процедурами, які будуть «запускати» процес санації максимально швидко і передбачуваним чином [4].

Традиційна мікропруденціальна політика повинна супроводжуватися макропруденційними заходами, спрямованими на вирішення двох основних проблем - системного ризику, що виходить від фінансових установ та від їх взаємодії, і проциклічного характеру політики регуляторів і поведінки ринків.

Список використаних джерел:

1. Резнікова Н. В. Стабілізаційні програми ЄС як відповідь світовій фінансовій кризі [Електронний ресурс] / Н. В. Резнікова, М. М. Відякіна. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

2. Резнікова Н. В. Світова фінансова криза як фактор економічного розвитку / Н. В. Резнікова, М. М. Відякіна // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1 (3). – С. 271–279.

3. Резнікова Н. В. Теоретико-методологічні підходи до визначення природи економічних дисбалансів в контексті кризових потрясінь. – /Н. В. Резнікова // Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і права. №1. – 2012. – С. 177–184.

4. Резнікова Н. В. Сучасна світова фінансова криза в деструктивних вимірах інвестиційного прагматизму / Н. В. Резнікова, М. М. Відякіна // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 5 (171). – С. 23-27.

5. Іващенко О. А. Потоки капіталу в контексті проблем платіжних дисбалансів: аналіз теоретичних засад та практичних моделей / О. А. Іващенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Випуск 112. Частина II (у двох частинах). К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2013. – С.95-101.

6. Резнікова Н. В. Інституційні актори боргової залежності: роль кредитно-рейтингових агентств та міжнародних фінансових організацій / Н. В. Резнікова // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 11. – С. 5-9.

7. Ferdinand P. China and the IMF: from mimicry towards pragmatic international institutional pluralism [Electronic resource] / P. Ferdinand, J. Wang. – Mode of access: <http://www.chathamhouse.org/publications/ia/archive/view/193093>

8. IMF 2013. Guidance Note for the Liberalization and Management of Capital Flows [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.imf.org/external/np/pp/eng/2013/042513.pdf>.

9. IMF 2014. Annual Report on Exchange Rate Arrangements and Exchange Restrictions [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.imf.org/external/pubs/nft/2014/areaers/ar2014.pdf>.

10. IMF 2015. The IMF's Approach to Capital Account Liberalization: Revisiting the 2005 IEO Evaluation [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ieomf.org/ieo/files/whatsnew/The%20IMFs%20Capital%20pdf>.

11. IMF 2016. Годовой отчет МВФ 2016. Совместный поиск решений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/ar/2016/pdf/ar16_rus.pdf.

Траченко А. П., студентка
Уманська філія ПВНЗ «Європейський університет»

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕАЛІЇ

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.

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

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 матеріалоемності, 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».

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.

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.

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.

Реалізація розглянутих заходів буде значною мірою сприяти інноваційному спрямуванню економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40 «Відомості Верховної Ради України» № 36, 2003, ст. 266.

2. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2014. – 315 с.

Фучило В. В., студент

Науковий керівник: Мельник В. В. к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУТЬ, ФОРМИ ТА МЕЖІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Історія розвитку країн з ринковою економікою характеризується неоднозначністю рішень щодо втручання держави в економіку. Однак у жодній країні держава не припинила діяльності щодо розвитку ринкової економіки. Навпаки, постійно ведеться пошук нових напрямів удосконалення взаємовідносин між державою та товаровиробниками, і залежно від багатьох факторів спостерігається послаблення або посилення державного втручання. В нинішніх умовах господарювання держава вже не тільки визначає загальні

правила і рамки функціонування ринкової економіки, а й сама доповнює ринковий механізм [1].

Сучасна економічна та управлінська ситуації в Україні характеризуються суттєвими змінами у взаємовідносинах між органами державної влади та суб'єктами господарювання. Самостійність господарюючих суб'єктів, свобода підприємницької діяльності, заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини, що знайшли своє закріплення на рівні правових принципів господарювання, обумовлюють необхідність вироблення інших правових зв'язків між суб'єктами господарювання та державними органами. У свою чергу, комплексне регулювання публічного та приватного секторів економіки вимагають нових підходів до визначення форм та методів державного впливу [2, с. 112].

Основні цілі економічного розвитку, що визначаються державою у кожний конкретний період, знаходять своє вираження у функціях державного регулювання та державного управління. У науковій літературі визначають:

- цільову функцію, яка спрямована на визначення основної мети, напрямів та пріоритетів розвитку національної економіки;
- нормативну, спрямовану на встановлення певних стандартів поведінки господарюючих суб'єктів, створення певного середовища для їх діяльності шляхом нормативно-правового регулювання;
- соціальну, спрямовану на створення соціальних систем захисту суб'єктів права, в тому числі і суб'єктів господарювання;
- безпосереднього управління, спрямовану на регулювання державного сектору економіки та створення суспільних благ;
- контрольну, яка передбачає державний нагляд та контроль за дотриманням законності у сфері державного управління [3, с. 65].

Відносно України питання пошуку оптимуму ринкового і державного регулювання економіки має особливу актуальність. Вона зумовлена тим, що тут ще не сформувалася у повній мірі ринкова економіка, а державному регулюванні економіки притаманні (порівняно з країнами Заходу) значні «провали» і особливо такі ознаки як недостатня професійність державних менеджерів, їх корумпованість, політична заангажованість, нетривалі терміни виконання службових обов'язків тощо. Порівняно низький рівень науковості і менеджменту. Відповідно провали як менеджменту підприємств, так і державного регулювання економіки в Україні істотно вагоміші, про що свідчать такі факти, як низька ефективність, нестабільність і соціалізованість (низький рівень добробуту абсолютної більшості населення, недопустимий соціальний диспаритет в його доходах і багатстві) національної економіки. Зрештою, є всі

підстави стверджувати про низьку ефективність регуляторної дії обох механізмів державного регулювання економіки і менеджменту підприємств. [5, с. 25].

Список використаних джерел:

1. Дьомін А. І. Вища освіта України і Болонський процес: Навчально-методичний посібник з організації самостійної роботи студентів та аспірантів вищих навчальних закладів III – IV рівнів акредитації за вимогами кредитно-модульної системи організації навчання / А. І. Дьомін, Л. Л. Побережна. – Біла Церква, 2007. – 170 с.
2. Щербина В. С. Господарське право: підручник / В. С. Щербина: 6-те вид., перероб. і допов. – К.: Юрінком Інтер, 2013. – С. 112–113.
3. Адміністративне право України. Академічний курс: підручник: у двох томах. – Том 1. Загальна частина / Ред. колегія: В. Б. Авер'янов (голова). – К., 2004. – С. 64–66.
4. Мельник В. В. Державне регулювання довгострокової інноваційної політики в Україні / В. В. Мельник // Зб. наук. праць Уманського національного університету садівництва. Редкол.: .О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. – Умань: УНУС. – 2016. – Вип. 88. – Ч.: 2. Економічні науки. – 344 с.
5. Макаренко А. П. Важливі аспекти державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників / А. П. Макаренко // Бізнес-навігатор. – 2007. – № 2 (12). – С. 25-28.

Чайка І. Р., студент
Уманська філія ПВНЗ «Європейський університет»

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Інновації є найважливішою економічною категорією. Вони виконують значиму роль в активізації структурних перетворень в економіці, максимізації прибутку, економічного підйому, стабільного функціонування підприємств. Впливаючи на всі сторони життя держави, інноваційна діяльність об'єктивно перетворилася в нових економічних умовах у системний фактор розвитку економічних процесів.

На сьогодні вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу України на інноваційну модель економічного розвитку, оскільки практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку країни здатні не тільки забезпечити високі показники економічного росту, але і вирішити певні

екологічні, соціальні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, підвищити експортний потенціал країни.

Однак, в Україні практично не створені умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Перешкоди фінансового, політичного, правового, організаційного характеру стають перепоною на шляху масової реалізації інновацій. Процеси ж створення нових інноваційних структур, які здатні реалізовувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер.

Необхідність державного регулювання інноваційних процесів у першу чергу викликано їх зростаючим значенням для економіки й суспільства в цілому. Економічний ріст країни базується на сполученні екстенсивних й інтенсивних факторів. У сучасну епоху можливості економічного росту за рахунок залучення в оборот нових первинних ресурсів сильно обмежені. Тому вирішальне значення для економічної динаміки здобувають інтенсивні фактори. Отже, першим аспектом загальнодержавного значення інновацій є їх вирішальний вплив на макроекономічні показники. Крім цього, інновації впливають на структуру суспільного виробництва і на інституціональні економічні механізми, на соціальну стабільність та стан навколишнього середовища, на інтенсивність міжнародного технічного співробітництва і рівень національної безпеки й, що найважливіше, на конкурентоздатність національної економіки в системі світового господарства. Очевидно, що держава повинна регулювати інноваційний процес, тому що в цей час саме він визначає перспективи розвитку країни [4].

Ефективність інноваційної діяльності в Україні знижують такі фактори: неплатоспроможність вітчизняних споживачів, економічні ризики, низький попит на інноваційні розробки в країні, недосконалість законодавства, прагнення іноземних замовників використовувати наукові результати без інвестицій, недостатність інформації про ринки збуту та відсутність систематизованого фінансування інноваційної діяльності [3].

Хоча у здійсненні технологічних інновацій українські підприємства виступають зацікавленою стороною, зараз вони не спроможні проводити кардинальні інноваційні зміни, в першу чергу, через зношення засобів виробництва та дефіцит фінансових ресурсів, по-друге – через відсутність чіткої державної стратегії інноваційного розвитку, головним завданням якої є формування відповідного стимулюючого середовища, спрямованого на створення і реалізацію нововведень.

На нашу думку, удосконалення державної системи регулювання інноваційного розвитку шляхом впровадження певних заходів економічної політики є актуальним завданням української державної політики, виконання якого призведе до кардинального поживлення інноваційних процесів в країні.

Активізація використання інноваційного фактора призведе до створення конкурентоспроможної української економіки, для чого необхідно, проведення активної державної інноваційної політики, спрямованої на розвиток науково-технічного потенціалу країни та формування українського бізнесу, націленого на використання інновацій.

Таким чином, пріоритетною задачею в період економічних реформ є активне проведення науково-технічної й інноваційної політики, що забезпечить безперервний процес заміни застарілих технологій у виробництві на передові, що відповідають реаліям сучасності. Майбутнє України пов'язано з інноваціями, у силу чого відновлення інноваційного потенціалу повинне стати пріоритетною задачею, реалізація якої вимагає розробки цивілізованої інноваційної політики як каркасу всіх економічних реформ [3]. Крім того, регулювання інноваційної діяльності повинне здійснюватися в рамках стратегії державної економічної політики, причому основним інструментом регулювання повинні бути інвестиційні програми і проекти, орієнтовані на пріоритетні напрямки розвитку економіки країни в цілому, окремих її сфер і регіонів.

Однак низька ефективність інноваційної політики значною мірою обумовлена наявністю суттєвих структурних перешкод для розвитку інноваційної діяльності в Україні. Для поліпшення цього стану потрібно вжити цілий ряд комплексних заходів економічної політики в різних сферах, які мають на меті досягнення кардинального пошкваллення інноваційних процесів, а саме:

- держава повинна сприяти розвитку науки, у тому числі прикладної, і підготовці наукових й інженерних кадрів (основне джерело інноваційних ідей);
- у рамках більшості урядових відомств необхідно формувати різноманітні програми, спрямовані на підвищення інноваційної активності бізнесу;
- державні замовлення, переважно у формі контрактів, на проведення НДДКР повинні забезпечувати початковий попит на велику кількість нововведень, які потім знаходять широке застосування в економіці країни;
- фіскальні та інші елементи державного регулювання повинні формувати стимулюючий вплив зовнішнього середовища, які обумовлюють ефективність і необхідність інноваційних рішень окремих фірм;
- державі належить виступати в ролі посередника в справі організації ефективної взаємодії академічної й прикладної науки, стимулювати кооперацію в області НДДКР промислових корпорацій й університетів та ін.

Таким чином, на підставі вищевикладеного матеріалу можна зробити наступні висновки. У комплексі заходів для стабілізації економічної ситуації, подолання бюджетної кризи, підтримки підприємств реального сектора економіки і зміцнення тим самим економічних основ держави важливе місце

займає оптимізація інноваційної діяльності.

На нашу думку, реалізація інноваційної політики сприятиме поліпшенню макроекономічних показників національної економіки, що має важливе соціально-економічне значення, забезпечуючи реалізацію державних соціальних програм, є чинником постійного розвитку ринкової системи, що дозволяє істотно підвищити ефективність і стабільність економіки країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р.
2. Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 16.01.2003 р.
3. Малащук Д. В. Особливості інноваційного потенціалу машинобудування України / Д. В. Малащук / Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 2 – С. 111-120.
4. Мержа С. І. Інноваційна діяльність у промисловість: сучасний стан та напрямки активізації в Україні / С. І. Мержа / Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 9. – С. 155-159.

СЕКЦІЯ 2 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ТА ФІНАНСАМИ

Борозна Т. С., студентка
*Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ

Сьогодні на ринку фінансових послуг склалася низка тенденцій і напрямів розвитку, що суттєво впливають на якість і специфіку послуг фінустанов. До них, зокрема, можна віднести домінування банківського сектора над усіма іншими на фінансовому ринку. Так, фінансовий ринок України розвивається за європейською моделлю [1]. Глобалізація світових економічних процесів та її вплив на фінансовий сектор також суттєво позначаються на тенденціях, що панують у фінансовому секторі економіки. Похідними від цього є процеси злиття й поглинання українських фінансових установ іноземними корпораціями, групами компаній, холдингами і т. п. [2].

У зв'язку з процесами глобалізації на міждержавному рівні приймаються угоди про універсалізацію вимог до діяльності фінансових інституцій, посилюється вплив транснаціональних фінансових корпорацій, збільшуються обсяги транскордонного переміщення капіталів. Важливою закономірністю розвитку сучасного фінансового ринку стала тенденція до універсальності та комплексності фінансових послуг клієнтам. Зі зростанням фінансової освіченості населення зростає зацікавленість у послугах небанківських фінансових установ [1].

В умовах фінансової кризи особливого значення набувають фінансові установи із соціальною складовою, які здатні захистити від знецінення заощадження населення, забезпечити доступними фінансовими послугами громадян і мале підприємство. Саме ці ознаки властиві установам кредитної кооперації, які в Україні діють в такій організаційно-правовій формі, як кредитні спілки. Метою кредитної кооперації є надання фінансових послуг через спільне заощадження членами кредитного кооперативу власних коштів та взаємне кредитування за рахунок цих коштів на взаємовигідній основі. Головну роль у забезпеченні стабільного фінансового розвитку кредитної спілки відіграють її фінансові ресурси. На сьогодні для кредитних спілок України гостро постало питання забезпечення їх фінансової стабільності, спроможності виконувати власні зобов'язання. Усе це визначає актуальність і необхідність дослідження питань подальшого розвитку кредитного ринку й, зокрема, функціонування небанківських кредитних установ [3].

Світова фінансова криза змусила переглянути усталені принципи регулювання державою фінансового ринку. Саміт «Групи 20» не лише піддав гострій критиці недооцінку економічної ролі держави, а й вказав на необхідність зростання її ролі в регулюванні ринкової економіки, що було чітко зазначено у прийнятій самітом декларації: «Загальнонаціональні інтереси задають формат для реалізації приватних інтересів, чим більше ринків, тим більше потрібно держави, тим більше лягає відповідальності на державні інститути за вектор економічного і соціального розвитку» [4]. У теорії та практиці державного регулювання загальноприйнято, що центральний банк виконує функції нагляду, контролю й регулювання в банківській та монетарній системах, що закріплено у законодавчих актах. Однак у деяких країнах світу, в тому числі й в Україні, переконалися, що центральний банк не завжди виконує ці функції ефективно. З цих причин у багатьох європейських країнах його позбавили таких функцій, включаючи таргетування інфляції, передавши цю справу єдиному органу нагляду й контролю за всіма фінансовими інституціями. Це досить глибокі зміни, що руйнують усталені порядки у грошово-фінансовій системі [4]. Аналізуючи ключові аспекти національної фінансової політики з

нормативної точки зору, слід також відзначити, що основні аспекти питання фінансової безпеки відображені в Законі України «Про основи національної безпеки України» [6].

Список використаних джерел:

1. Беленький П. Розвиток системи фінансових посередників України в умовах посилення глобалізаційних процесів / П. Беленький, О. Другов / Вісник НБУ. – 2009. – № 12. – С. 30–33.
2. Фурман В. Перспективи створення альянсів страхових компаній і банків в Україні / В. Фурман / Вісник НБУ. – 2012. – № 4. – С. 20–22.
3. Хамутенко О. Фінансові ресурси кредитних спілок України та джерела їх формування / О. Хамутенко / Фінанси України. – 2008. – №10. – С. 61–71.
4. Шаро О. Але навіщо ж стільці ламати? / О. Шаро / Дзеркало тижня. – 16.05.2009.
5. Мельник В. В. Економічні аспекти розвитку України в умовах екологізації суспільства / В. В. Мельник // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції – Умань. – 2012. – 184 с.
6. Закон України від 19.06.2003 «Про основи національної безпеки України» №964-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: // zakon1.rada.gov.ua.

Григораш Е. Б., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Як зазначив професор Джордж Дей, уже в 60-ті та на початку 70-х років, коли ринкова концепція набула «повторного відкриття», маркетингова діяльність фактично стала «філософією бізнесу», так як саме філософія є наукою про знання, так маркетинговий спосіб мислення лежить в основі здійснення будь-яких комерційних операцій. Об'єми випуску продукції, виробництво чи продаж розглядаються як менш важливі показники, ніж задоволення потреб залучених споживчих сегментів за рахунок пропонування їм відповідних продуктів, виготовлених на замовлення. Основна роль маркетингу в ті часи залишається актуальною і сьогодні – переконати своє підприємство мати те, що потрібно споживачеві, а не навпаки [1, с. 52].

Сьогодні термін «управління маркетингом» визначається як «аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, розрахованих на встановлення, зміцнення й підтримку вигідних обмінів із цільовими покупцями заради досягнення певних завдань організації, таких, як одержання прибутку, ріст обсягу збуту, збільшення частки ринку [2, с. 24]. Таким чином, сутність управління маркетингом полягає в тому, щоб знайти оптимальну кількість клієнтів, необхідних для реалізації всього виробленого фірмою в цей момент обсягу продукції. Завдання управління маркетингом полягає «у впливі на рівень, час і характер попиту таким чином, щоб це допомагало організації в досягненні її цілей» [3, с. 13]. Це означає, що підприємство повинно мати таку маркетингову систему, яка б дозволяла йому максимально точно планувати свою маркетингову діяльність, правильно організовувати роботу відділу маркетингу та контролювати ці процеси.

Варто зупинитись також на основних функціях управління маркетинговою діяльністю. За М. Месконом їх чотири: планування, організація, мотивація і контроль [4, с. 56]:

- функція планування пропонує рішення про те, якими повинні бути цілі підприємства і що повинні робити члени підприємства, нібито досягти цих цілей.; функція планування відповідає на три наступних питання: де ми знаходимося в даний час? куди ми хочемо рухатися? і як ми збираємося зробити це?;

- функція організації передбачає формування структури підприємства, спочатку розподіл і координація робіт співробітників, а потім проектування структури підприємства в цілому;

- функція мотивації являє собою процес, за допомогою якого керівництво спонукає співробітників діяти так, як було заплановано та організовано;

- функція контролю являє собою процес, в якому керівництво встановлює: чи досягає підприємство своїх цілей, виділяє проблеми і вживає коригувальні заходи перш, ніж буде завдано серйозної шкоди.; контроль дає можливість керівництву визначати, чи слід переглядати плани, оскільки вони нездійсненні або вже виконані. Даний зв'язок між плануванням і контролем завершує цикл, який і робить управління процесом взаємозалежних функцій.

Маркетинг як базова функція управління підприємством в умовах ринку пропонує керівництву підприємства деякі перевірені практикою можливості досягнення позитивних результатів фінансово-економічної діяльності господарської діяльності в ринкових умовах з мінімальним ризиком. Це, насамперед, певна послідовність здійснення аналітичної роботи; вихід на найсприятливіші цільові сегменти ринку; формування в інтересах підприємства змінних факторів зовнішнього середовища, включаючи поведінку споживачів;

ускладнення дозволеними методами діяльності конкурентів; створення для цільового споживача сприятливого образу підприємства і всієї його діяльності тощо. Однак треба зауважити, що в сучасних умовах стрімкого розвитку науки, техніки і технологій, посилення конкуренції успіху може досягти тільки таке підприємство, яке творчо застосовує ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства у своїй діяльності, постійно знаходиться у пошуку нових шляхів адаптації до безперервно мінливих умов, що диктує ринок [4, с. 5].

Список використаних джерел:

1. Дей Д. Стратегический маркетинг. / Д. Дей – М.: Изд-во Ексмо, - 2003. – 640 с
2. Гайдаенко Т. А. Управление маркетингом: Полный курс МВА / Т. А. Гайдаенко. – М.: ЭКСМО, 2008. – 480 с.
3. Данько Т. П. Управление маркетингом: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Т. П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 334 с.
4. Бутенко Н. В. Маркетинг: підручник/ Н. В. Бутенко – К.: Атіка, 2008. – 300 с

Григор'єва І. В., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Найважливішого значення для розвитку людської цивілізації набули наукова революція XVI ст. з її географічними та природознавчими відкриттями, промислова революція XVIII ст. з витісненням ручної фізичної праці машинним виробництвом, науково-технічна революція XX ст., яка характеризувалася новими відкриттями, винайденням принципово нових технічних рішень та створенням на їх основі «піонерських» технічних засобів. Технічні засоби, породжені науково-технічною революцією, стали найважливішими засобами виробництва у сфері прикладної наукової діяльності, примноживши силу розумової праці та кардинально змінивши способи (методи) досліджень прикладного характеру [1, с. 18–19]. Фактично основною функцією науково-технічного прогресу стало забезпечення виробничої та іншої доцільної діяльності людини найбільш оптимальними засобами, способами й матеріалами для розв'язання багатьох завдань –

виробничих, оборони держави, охорони здоров'я, соціально-культурного будівництва тощо [2, с. 23]. Таким чином, результати інтелектуальної діяльності людей поступово набули не тільки наукового, а й широко затребуваного у виробництві технічного характеру.

Органічний взаємозв'язок наукових і технічних процесів зумовив інтеграційні тенденції в розвитку законодавства про науку та законодавства про техніку, що є спільними за кінцевою метою. Слід зазначити, що до кінця 50-х – початку 60-х років законодавство СРСР, а в цілому і правова доктрина держави, відокремлено розглядали питання правового регулювання науки і техніки. Законодавство про науку було представлено в основному авторським, а законодавство про техніку – винахідницьким правом. Їх правові норми встановлювали насамперед порядок охорони прав на наукові й технічні результати – твори науки, винаходи й раціоналізаторські пропозиції. Порядок же їх використання був урегульований значно слабше. Починаючи ж із указанного періоду до орбіти законодавства про науку й техніку потрапили питання використання науково-технічних досягнень, що є структурним елементом системи розвитку науки й техніки в цілому [3, с. 20–21].

Завдання з доведення результатів наукових досліджень до стану практичного використання у виробництві вимагало від держави системної організації та детального врегулювання різноманітних відносин, що складаються при розробленні та використанні нової техніки. У результаті почали виокремлюватися різноманітні роботи, що сприяють «матеріалізації» та практичному використанню науково-технічних досягнень у виробничому процесі. Зверталася увага на доцільність їх виконання, зокрема, проведення експериментальних та дослідно-промислових робіт, конструкторської або технологічної розробки. Підготовка технічного проекту, робочих креслень тощо, виготовлення дослідного зразка (дослідної партії), його випробування та доведення, розробка технології виробництва та підготовка оснащення, освоєння серійного виготовлення виробу – були визнані стадіями процесу реалізації результатів наукових досліджень як об'єктів нової техніки [4, с. 326].

Таким чином, завдання щодо практичного використання, реалізації науково-технічних результатів у виробництві стало основною причиною цілеспрямованого планування та управління проведенням наукових досліджень з боку держави та до переходу до комплексного правового регулювання відносин, пов'язаних з отриманням, охороною та використанням найрізноманітніших науково-технічних результатів, що, у свою чергу, привело до необхідності перегляду змісту та структури інститутів законодавства, норми яких спрямовані на врегулювання зазначених суспільних відносин [5, с. 13–14].

Список використаних джерел:

1. Мамиофа И. Э. Охрана изобретений и технический прогресс [Текст]: монография / И. Э. Мамиофа. – М.: Юрид. лит., 1974. – 199 с.
2. Подопригора А. А. Проблемы правового регулирования научно-технического прогресса в СССР [Текст]: монография / А. А. Подопригора. – Киев : Вища шк., 1985. – 170 с.
3. Зенин И. А. Наука и техника в гражданском праве [Текст] : монография / И. А. Зенин. – М.: Изд-во МГУ, 1977. – 208 с.
4. Правовые вопросы научно-технического прогресса в СССР [Текст] / под общ. ред. М. М. Богусльвского. – М., 1967. – 511 с.
5. Атаманова Ю. Є. Господарсько-правове забезпечення інноваційної політики держави [Текст] : монографія / Ю. Є. Атаманова. – Х. : ФІНН, 2008. – 424 с.

Гунців В. А., магістр
Вінницький національний аграрний університет

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПЕРАЦІЙ З БАНКІВСЬКИМИ МЕТАЛАМИ В УКРАЇНІ

Сучасне ведення банківського бізнесу в конкурентному середовищі потребує застосування нових видів операцій, технологій їх проведення, методів управління ними. Тому останнім часом спостерігається великий попит до ринкового обігу дорогоцінних металів, а операції з ними привертають увагу економістів світового значення. За відсутності розвинутого первинного ринку дорогоцінних металів головна увага в Україні приділяється розвитку ринку банківських металів, які є найпривабливішим інструментом для довгострокового вкладення коштів.

Актуальність даної теми обумовлюється тим, що ринок банківських металів пов'язаний з інвестиційною діяльністю, розвитком національної грошової системи та ринком фінансових послуг. А формування цього сегмента є сьогодні пріоритетним завданням у сфері макроекономічного регулювання та розвитку фінансового сектора.

Вирішенню даної проблеми присвячено багато праць вітчизняних авторів. Питання щодо розвитку та функціонування ринку банківських металів, зокрема, ринку золота досліджувались в роботах таких провідних вчених, як В. Міщенко, А. Герасимович, А. Мороз та інші.

Відповідно до Закону України «Про Національний банк України» банківськими металами вважаються золото, срібло, платина та паладій, доведені до найвищих проб відповідно до світових стандартів у зливках і порошках, що мають сертифікат якості, а також монети, вироблені з дорогоцінних металів [1].

У період нестабільності фінансової та економічної ситуації дуже важко сказати на скільки ефективно і прибутково банкам проводити операції з банківськими металами. На це впливають різноманітні фактори, які мають як позитивні, так і негативні тенденції. Щоб зрозуміти це, треба охарактеризувати ситуацію на ринці банківських металів.

Золото знаходиться на піку ціни і підтверджує свій статус головного засобу заощаджень в смутні часи. На даний момент вітчизняний ринок банківських металів дуже стрімко розвивається. Це можна відстежити за зростанням обігу банківських металів: з 2016 до 2017 року зріс на 28,6%, а протягом 2018 року - на 32%. Також розвиток ринку можна побачити за ціною, яка зростає. Нинішня середня ціна золота в наших банках уже майже відсотків на п'ять перевищує європейську. У середньому по ринку ціна продажу тільки восени зросла на 300 грн. за 1 г золота, що спочатку навіть призвело до ажіотажного підвищення попиту. За даними банків, вартість 1 г золота в стограмовому злитку сьогодні перебуває у рамках 1000 - 1300 гривень. З кінця року ціни на золото в Україні зросли вже майже на 30%, переважно за рахунок послаблення курсу долара [3].

Аналіз свідчить, що на ринку банківських монет України продається близько 10 тисяч одиниць у рік. Хоча потенційна можливість - близько 70-100 тисяч. Банківські монети мають такі переваги, як екзотичність, обмежений тираж та висока якість карбування. Тому вони завжди були, є і будуть предметом колекціонування, внаслідок чого їх вартість зростатиме швидше, ніж вартість металу, з якого вони виготовлені.

Учасники ринку банківських металів для здійснення операцій дорогоцінними металами повинні мати письмовий дозвіл Національного банку України, який регламентується Законом України «Про банки і банківську діяльність» та Положенням про порядок видачі банкам банківських ліцензій, письмових дозволів та ліцензій на виконання окремих операцій. Лише за цієї умови вони мають право забезпечувати реалізацію наступних фінансових операцій на користь клієнтів:

- відкриття та ведення поточних та депозитних рахунків клієнтів у банківських металах;

- відкриття та ведення кореспондентських рахунків у банківських металах інших уповноважених банків;

- залучення банківських металів на вклади клієнтів;
- купівля-продаж банківських металів за дорученням клієнтів за національну грошову одиницю;
- залучення міжбанківських депозитів у банківських металах;
- надання міжбанківських кредитів у банківських металах;
- обмін злитків банківського металу на зливки цього самого металу меншої або більшої маси;
- конвертація одного банківського металу в інший;
- відповідальне зберігання банківських металів;
- надання кредитів у банківських металах резидентам;
- надання та отримання банківських металів у заставу [2].

Якщо уповноважений банк має письмовий дозвіл НБУ на здійснення операцій з банківськими металами на міжнародних ринках, він має право додатково здійснювати операції з відкриття коррахунків у банківських металах у банках-нерезидентах та проводити операції з ними, операції з купівлі-продажу банківських металів за іноземну валюту, а також розміщення міжбанківських депозитів та отримання міжбанківських кредитів у банківських металах.

Власники заощаджень можуть здійснити розміщення банківських металів на металевих депозитних рахунках для забезпечення їх нагромадження. На даний момент ставка нагромадження за такими депозитними рахунками в Україні коливається в межах 2-6%. Сплата відсотків за такими депозитними операціями може здійснюватися як у банківських металах, так і у гривнях на умовах, що визначені депозитним договором [4].

Отже, дорогоцінні метали є важливим компонентом міжнародної ліквідності і входять у структуру офіційних валютних резервів кожної країни. Банківські метали - це золото, срібло, платина та паладій, доведені до найвищих проб відповідно до світових стандартів у зливках і порошках, що мають сертифікат якості. На думку банкірів, банківські метали є однією з найдохідніших інвестицій. Адже на сьогодні вони поступаються лише інвестиціям у цінні папери. Щодо факторного аналізу, то можна сказати, що золото й інші банківські метали не залежать від економічної і політичної ситуації і не є зобов'язанням держави, тому найбільш ефективно захищають вкладені кошти від знецінювання.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про Національний банк України» від 20.05.1999 № 679-ХІV зі змінами 01.10.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14>.

2. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 20.09.2001 № 2740-III зі змінами 03.07.2018р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.

3. Постанова Правління Національного банку України від 08.02.2000 № 49 «Про валютний контроль» зі змінами 06.09.2018р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0209-00>.

4. Положення про здійснення уповноваженими банками операцій з банківськими металами №325 від 06.08.2003р.зі змінами 01.08.18р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0749-03>.

Корнєєва І. О., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ХАРАКТЕРИСТИКА ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ

Україна бере активну участь у діяльності Європейської Економічної комісії та з 1995 року є членом Ради Європи – однієї з найвпливовіших організацій, в діяльності якої питання охорони навколишнього середовища займають важливе місце. Пріоритетними напрямками діяльності асоціації Україна – Європейський Союз (ЄС) в цьому напрямі є наступні:

– дотримання Україною стратегії розвитку з питань навколишнього природного середовища на період до 2020 року з метою забезпечення можливості вживати заходів для здійснення бюджетної підтримки;

– подальше вдосконалення українського законодавства, зокрема щодо оцінки впливу, стратегії, доступу до інформації у сфері навколишнього природного середовища та участі громадськості;

– розвиток національних правових інструментів відповідно до багатосторонніх угод у сфері навколишнього природного середовища підписаних та ратифікованих Україною та Європейським Співтовариством (Стокгольмська Конвенція, Конвенція про захист річки Дунай, Рамкова Конвенція про зміну клімату, Кіотський Протокол, Монреальський Протокол, Конвенція про охорону європейського природного середовища (Рада Європи) тощо);

– впровадження Кіотського протоколу через діалог в рамках спільної робочої групи Україна – ЄС з питань зміни клімату;

- забезпечення реалізації Бухарестської конвенції і протоколів до неї та спільній роботі з Сторонами Конвенції для забезпечення приєднання Європейського Співтовариства до Конвенції;
- вивчення можливостей створення офісу РЕЦ в Україні з метою посилення ролі громадянського суспільства з питань навколишнього природного середовища [1].

Вирішувати спільні екологічні проблеми сучасності покликана екологічна політика. Вона може бути глобальною, національною, регіональною. В цілому, «глобальний» у характеристиці політики у більшості наукової літератури позначає її рівень, а не якісну характеристику окремого явища. Можна визначити глобальну екологічну політику як розв'язання екологічних питань планетарного масштабу – потепління клімату внаслідок забруднення, руйнування озонового екрану, створення еталонних біосферних резерватів, планетарного моніторингу та багато інших; вироблення міжнародних угод і конвенцій, що є обов'язковими до виконання і – регулюють міжнародні відносини у сфері використання світових ресурсів, у сфері зменшення загальних рівнів забруднення та інші. І Україна, і Польща є суб'єктами глобальної екологічної політики, оскільки беруть участь у роботі ООН та її організацій від часу їх створення, але як країни-сусіди, реалізують також власні пріоритети екологічної політики, які виражаються у прийнятті та виконанні спільних нормативно-правових документів, наприклад, Угоди між Урядом України, Урядом Республіки Білорусь та Урядом Республіки Польща про створення транскордонного біосферного резервату "Західне Полісся", затвердженої Постановою КМУ від 11.07.2012 № 621. Як передбачено цією Угодою, співробітництво здійснюється на принципах рівності, територіальної цілісності Сторін, взаємної вигоди та добросусідства [3].

Список використаних джерел:

1. Арбатова, Н. К. Співробітництво України та ЄС в сфері охорони довкілля [Електронний ресурс] / Н. К. Арбатова, А. М. Кокеєв – Режим доступу : <http://lib.znate.ru/docs/index-272010.html?page=3>.
2. Кірдан О. П. Економічний зміст роздержавлення та приватизації в Україні / О. П. Кірдан // Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні економічні перспективи в умовах сталого розвитку», (14 грудня 2007 р.) – Кіровоград : Вид-во КІРОЛ «Україна», 2007. – С. 53-56.
3. Угода між Урядом України, Урядом Республіки Білорусь та Урядом Республіки Польща про створення транскордонного біосферного резервату «Західне Полісся», затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 11.07.2012 № 621 // Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/998_534.

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

За оцінкою вітчизняних економістів, для науково-технічної сфери України характерні такі тенденції:

- зменшення кількості науково-технічних організацій;
- старіння лабораторного устаткування;
- низький рівень попиту на вітчизняну наукову продукцію;
- зниження інтересу до наукових установ з боку держави та приватного сектора;
- відтік наукових кадрів за кордон;
- «старіння» наукових кадрів;
- скорочення кваліфікованого допоміжного персоналу в науково-технічній сфері [1].

Не викликає сумнівів теза щодо пріоритетності розвитку освіти й науки в Україні, необхідності інноваційного розвитку держави. Євросоюз, США, інші країни давно оголосили про розбудову економіки знань. Європейці в Лісабонській стратегії передбачили виділення на науку щорічно не менше 3% ВВП. США щорічно витрачає не менш як 4% ВВП на науково-технічну галузь. На науку всі розвинені країни витрачають не менше 3–5% ВВП, тоді коли в Україні на вітчизняному законодавчому рівні закріплено, що фінансування науки повинно здійснювати на рівні не менше 1,7% ВВП [2].

Крім того, щоб увійти до числа впливових на міжнародній арені держав, Україні необхідно зробити рішучі кроки для підвищення ефективності наукової сфери і прискорення технологічного розвитку базових галузей промисловості. Це пов'язано з тим, що крім недостатнього фінансування наукової сфери з боку держави, існує ще ряд причин та факторів, які в цілому ускладнюють розвиток науки України. До них відносяться:

- відсутність стратегічного плану розвитку економіки України як основи для визначення пріоритетів науково-технічної сфери та концентрації для їх вирішення значних ресурсів;
- відсутність повноважного органу центральної виконавчої влади, здатного провести відповідні реформи науково-технічної сфери України;

- штучне створення державою несприятливих умов, що сприяють неефективному використанню потенціалу та можливостей академічного та університетського секторів науки;
- значне скорочення державного сектора галузевої науки і його неефективне використання для національного виробництва;
- недоліки у підготовці та атестації наукових кадрів, їх матеріальному і соціальному забезпеченні;
- відсутність дієвої системи незалежної професійної експертизи наукових досліджень і розробок, захисту прав на інтелектуальну власність;
- неефективна діяльність більшості громадських наукових товариств та спілок, їх незначний вплив на демократизацію наукового життя [3].

На думку провідних вчених, недостатнє фінансування негативно впливає на проведення досліджень на рівні, який би допомагав українським вченим в отриманні конкурентоспроможних на світовому ринку результатів, інтеграції в Європейський науковий простір [4; 5; 6]. Тобто недостатнє фінансування негативно впливає на всі сфери наукової діяльності – від процесу підготовки наукових кадрів до міжнародного співробітництва. Таким чином, в черговий раз підтверджується низький рівень фінансування сучасної наукової системи України, що, в свою чергу, не дозволяє науці виконувати її економічну функцію і забезпечувати економічне зростання і добробут суспільства.

Список використаних джерел:

1. Амоша А. И. Методология оценки эффективности инноваций в угольном производстве / А. И. Амоша, А. И. Кабанов, В. Е. Нейенбург, Ю. З. Драчук. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2005. – 250 с.
2. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України № 1977-ХІІ від 13.12.1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
3. Красовская О. В. Финансирование фундаментальных исследований в Украине: по результатам опроса ученых / О. В. Краковская, Н. Б. Исакова // Проблемы науки. – 2005. – № 2. – С. 7–15.
4. Боголіб Т. М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в Україні : дис. ... д. е. н. : спец. 08.04.01 / Т. М. Боголіб ; Науково-дослідний фінансовий інститут Міністерства фінансів України. – Київ, 2006.
5. Ілляшенко Т. О. Проблеми та перспективи фінансування освіти і науки в Україні в умовах економічної кризи / Т. О. Ілляшенко, І. О. Радіонова // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 1. – С. 223–228.
6. Широков А. І. Щодо фінансування науки в Україні НАН України / А.І. Широков // Вісник Національної академії наук України. – 2012. – № 5. – С. 43–

Кубарська Д. В., студентка
Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Державне регулювання сільськогосподарського виробництва в Україні передбачає відповідний вплив шляхом встановлення та застосування правил, спрямованих на коригування економічної діяльності суб'єктів аграрного господарювання.

На думку О. І. Дадія, передчасне згортання державного регулювання, створення та функціонування ринкового середовища, різке послаблення державних контрольних функцій у забезпеченні матеріально-технічними ресурсами аграрного виробництва призвели до значного зниження його ефективності, витіснення власного товаровиробника з внутрішнього та зовнішнього ринків продовольства, загострення соціальної напруги на селі [1].

В. Г. Андрійчук наголошує на тому, що з усіх галузей національної економіки найбільш радикального і дійового державного регулювання та підтримки для нормального розвитку вимагає аграрний сектор. Це зумовлено тим, що по-перше, дана галузь є життєво необхідною в будь-якому суспільстві і розглядається як пріоритетна при обґрунтуванні перспектив соціально-економічного розвитку країни; по-друге, сільськогосподарське виробництво через існування короткострокової і довгострокової проблем не може ефективно розвиватися без стабілізуючого впливу держави [2].

Також створення всебічно розвинутого високопродуктивного сільського господарства вимагає відповідного рівня розвитку матеріально-технічної бази аграрних підприємств. Матеріально-технічна база є найважливішою складовою частиною продуктивних сил і має багатогранне значення в розвитку аграрного виробництва. У складі матеріально-технічної бази аграрних підприємств першорядну роль відіграють засоби виробництва. До них належать [4]:

1. Земля як головний засіб сільськогосподарського виробництва.
2. Трактори, мотори комбайнів, автомобілі, стаціонарні двигуни, електросилові установки і робоча худоба. Ці елементи матеріально-технічної бази складають енергетичні ресурси підприємства. Силові машини безпосередньо не впливають на предмети праці, але їх роль у розвитку продуктивних сил сільського господарства надзвичайно велика.
3. Сільськогосподарські машини і знаряддя, обладнання тваринницьких ферм і машини для приготування кормів, інші робочі машини, які

застосовуються в сільськогосподарському виробництві, електромережі, водопроводи. Робочі машини є основою виконання всіх робіт у рослинництві і тваринництві, а також у галузях первинної переробки сільськогосподарської продукції.

4. Виробничі приміщення та споруди, транспортні засоби і дороги.

5. Продуктивна худоба і птиця.

6. Корми, насіння, органічні і мінеральні добрива, засоби хімізації рослинництва і тваринництва, а також інші засоби виробництва в аграрних підприємствах.

Слід звернути увагу на те, що національна агропродовольча політика не може бути постійною, оскільки вона змінюється із часом під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Виникає запитання, як держава повинна підтримувати свого товаровиробника і які застосувати методи державного регулювання. Наприклад, країна з високим рівнем підтримки цін для своїх товаровиробників фактично закриває свій внутрішній ринок для інших країн, а в деяких ситуаціях може використати демпінг на світових ринках, реалізуючи свою продукцію за більш низькими цінами. Припустимо, що держава не проводить ніяких виплат суб'єктам господарювання в аграрній сфері, але вводить високі імпорتنі тарифи на продовольство, яке завозять у країну. Така політика неминуче призводить до підвищення цін на продукти харчування й основні сільськогосподарські продукти на внутрішньому ринку, а сільськогосподарські товаровиробники отримують додаткові доходи внаслідок підвищення цін, які сплачує внутрішній споживач [4].

Список використаних джерел:

1. Дацій О. І. Інституційні зміни як основа подолання суперечностей інноваційного розвитку // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – №9. – С. 32-35.

2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: навч. посібник / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.

3. Кірдан О. П. Методологічні аспекти аналізу власності в альтернативних соціальних системах / О. П. Кірдан // Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. – К.: НДЕІ, 2000. – Вип. 11. – С. 258-262.

4. Відомості Верховної Ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3715-17> (дата звернення 13.03.17).

Кудрявська А. О., студентка
*Науковий керівник: Бондарук Т. Г., д. е. н., професор
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми фінансового забезпечення діяльності підприємств в складних умовах сьогодення набувають особливої важливості й актуальності, особливо зважаючи на кризові явища в економіці України. Нестабільність зовнішнього середовища, в якому проваджують свою діяльність вітчизняні підприємства та нестача в них власних оборотних коштів призводять до недоотримання прибутку, нарощування збитковості, що у свою чергу не дає змогу своєчасно оновлювати та модернізувати основні засоби з тим, щоб забезпечувати належний рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку. Підприємства повинні бути готовими адаптуватись до постійних оновлень бізнес середовища. Основними індикаторами успішного розвитку підприємства звичайно виступають позитивні зміни фінансової та операційної діяльності, що впливають на фінансове забезпечення діяльності підприємств.

Попри активне функціонування підприємницької діяльності спостерігається наявність фінансових проблем, зокрема банкрутство значної кількості підприємств, яка призвела до порушення фінансової рівноваги та втрати оборотного капіталу, погіршення таких показників як фінансова стійкість, рентабельність та ліквідність. Виходячи із цього, проблема удосконалення фінансового забезпечення діяльності підприємств на сьогодні є однією з найбільш значущих.

Проблематика теоретичних основ та практичних аспектів фінансового забезпечення діяльності підприємств широко розглядається сучасними науковцями, серед яких: М. М. Бердар [1], В. А. Власенко [2], І. С. Козій [3], В. В. Мацьків [4], Л. М. Худолій [5], О. М. Рудницька [6] та ін.

Фінансове забезпечення є основою функціонування підприємства, стимулює операційну діяльність, спрямоване на його розвиток та досягнення встановлених завдань економічної політики підприємства. Під фінансовим забезпеченням розуміють процес забезпечення діяльності суб'єкта господарювання необхідними фінансовими ресурсами різними методами, з використанням різних інструментів [5, с. 9].

Механізм фінансового забезпечення діяльності підприємства виступає як регулятор, що задає напрями руху та пропорції розподілу фінансових ресурсів.

Отже, фінансове забезпечення виступає частиною фінансового механізму та спрямоване на вирішення таких основних завдань:

- фінансування поточної виробничо-господарської діяльності;
- пошук резервів збільшення доходів, прибутку, підвищення рентабельності та платоспроможності;
- виконання фінансових зобов'язань перед іншими суб'єктами підприємництва, бюджетом, банками;
- мобілізація фінансових ресурсів в обсязі, необхідному для фінансування виробничого розвитку, збільшення власного капіталу;
- контроль за ефективним, цільовим розподілом та використанням фінансових ресурсів [1, с. 24].

Низька ефективність управління фінансовими коштами підприємства виступає найбільш серйозною перешкодою на шляху успішного розвитку будь-якого підприємства. Втрати від неефективного управління складають значну частку обороту підприємств [4, с. 353]. Об'єктивна необхідність в удосконаленні фінансового забезпечення діяльності підприємства зумовлена такими його характеристиками та особливостями:

- співвідношення власних і залучених джерел фінансування та їх взаємозв'язок з певними видами активів дозволяє досягнути бажаних показників обсягів діяльності та дохідності підприємства;
- фінансове забезпечення передбачає формування та використання фінансових ресурсів підприємств за допомогою оптимізації співвідношення всіх його форм і дає змогу створити такі обсяги фінансових ресурсів господарської діяльності, від яких підприємство мало б змогу функціонувати не тільки безбитково, але і підвищувати ефективність діяльності та зміцнювати економіку країни загалом [3, с. 228];
- фінансове забезпечення спрямоване на завантаження підприємства всіма видами ресурсів, що необхідні для його нормального функціонування, а також на забезпечення ефективності їх розподілу;
- фінансове забезпечення передбачає формування та використання фінансових ресурсів для задоволення потреб суб'єкта господарювання, регламентованих відповідними нормативними актами, що визначають способи їх мобілізації, розподілу й використання на всіх рівнях господарського управління [2, с. 67];
- фінансове забезпечення підприємства повинно забезпечити своєчасне надходження і витрачання грошових коштів, підтримку постійної платоспроможності та фінансової стійкості;

- обґрунтований підхід до формування фінансового забезпечення діяльності підприємства має ґрунтуватись на конкретних джерелах її фінансування.

Фінансове забезпечення здійснюється за допомогою таких форм, як самофінансування, кредитування і бюджетне фінансування, інвестування, лізинг, страхування [3, с. 227]. Залежно від розміру підприємства, його організаційно-правової форми, ефективності діяльності, можуть застосовуватись різні інструменти фінансового забезпечення. Найбільш поширеними в сучасних умовах в Україні є самофінансування та кредитування, проте суб'єкт господарювання повинен обирати із них такі, які дозволять йому функціонувати не лише беззбитково, але й підвищувати власну ефективність діяльності.

Позитивними змінами, які є результатом удосконалення фінансового забезпечення діяльності підприємства, виступають: формування оптимальної моделі джерел фінансування підприємства; якісне використання капіталу на всіх рівнях управління діяльністю підприємства; розширення взаємодії з контрагентами; можливості інноваційного розвитку. Звідси з метою покращення фінансового забезпечення діяльності підприємств необхідним є провадження таких заходів:

- формування джерел фінансування діяльності підприємства на основі методів оптимізації структури капіталу;

- попередження операцій надходження й оплати запасів, які не відповідають вимогам підприємства за якістю або кількістю;

- створення стабільної фінансової бази; забезпечення стійкого фінансового становища підприємств у довгостроковій перспективі, створення оптимальної структури балансу та фінансових результатів, фінансової системи підприємства до несприятливого зовнішнього впливу [6, с. 135].

Таким чином, фінансове забезпечення виступає одним із важливих елементів фінансового механізму, який дозволяє підприємству сформувати достатній рівень незалежності від зовнішніх джерел фінансування, а також забезпечити високу ефективність операційної діяльності, спрямованої на оновлення виробничих або комерційних потужностей підприємства та зміцнення його конкурентних позицій і, як наслідок, виходу вітчизняного товаровиробника на світовий ринок високотехнологічної продукції.

Список використаних джерел:

1. Бердар М. М. Фінанси підприємств: навч. посібник / М. М. Бердар. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.

2. Власенко В. А. Процес управління фінансовим забезпеченням розвитку підприємств в умовах мінливого середовища / В. А. Власенко // Фінанси України. – 2007. – № 6. – С. 148–155.

3. Козій І. С. Місце і значення фінансового забезпечення в структурі фінансового механізму / І. С. Козій. – Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.9. – С. 223–229..

4. Мацьків В. В. Теоретичні основи фінансового забезпечення підприємств / В. В. Мацьків // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 5. – С. 351-356.

5. Худолій Л. М. Методи та інструменти фінансового забезпечення аграрного бізнесу України / Л. М. Худолій // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України : [наукове видання : збірник] / Національний університет біоресурсів і природокористування України. – Київ, 2014. – Вип. 200, ч. 3. – С. 9-14.

6. Рудницька О. М. Шляхи покращення фінансового стану українських підприємств / О. М. Рудницька, Я. Р. Біленська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 639. – С. 132-138.

Лантух І. Ю., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Поняття «інноваційне середовище» з'явилося в 80-х роках ХХ ст. як засіб аналізу системних умов, що надаються економічним суб'єктам для виробництва нових ідей, продуктів, створення нових виробництв і розвитку нових ринків. Ключовим елементом для всієї системи відносин між характеристиками інформаційно-технологічного виробництва і виробничої просторової структури є розміщення технологічних інноваційних виробничих комплексів [1, с. 31].

В Україні діє Закон «Про інноваційну діяльність» та Закон «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні». Відповідно до них пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в нашій країні – це напрямки, що мають наукове економічне обґрунтування, які направлені на здійснення інноваційної діяльності, з метою забезпечення економічної безпеки держави, впровадження у виробництво продукції, яка є високотехнологічною, конкурентоспроможною, екологічно чистою, на виробництво послуг високої

якості та «збільшення експортного потенціалу держави з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень» [2].

Але не дивлячись на існування правової бази, інноваційна діяльність в Україні все одно гальмується і не розвивається високими темпами. Основними чинниками, які заважають динамічному розвитку інноваційної діяльності є [3]:

- відсутність джерел фінансування та високі ризики;
- орієнтованість на короткотермінову окупність;
- недостатня кількість науково-інноваційних оргструктур;
- недостатні обсяги міжнародних науково-технічних програм та проектів співробітництва;
- недосконала законодавча база, що регулює інноваційну діяльність;
- опір змінам, що призводить до зміни статусу;
- недостатній професійний рівень інноваторів, недосконала система мотивації та стимулювання творчої праці;
- вплив наукових працівників.

Не дивлячись на те, що Україна посідає одне із перших місць за станом інноваційного середовища, інноваційна активність все одно знаходиться на достатньо низькому рівні. Але під час аналізу країн-лідерів за станом інноваційного становища виявилось, що в кожній країні існують та реалізуються стратегічні документи щодо інноваційного розвитку, період дії яких обмежується 2020 р. Згідно з ними рівень інноваційної активності має зрости на 40-50% підприємств при одночасному зростанні частки інноваційної продукції до 25-35% [4].

Аналізуючи досвід світової практики щодо реалізації інноваційної політики можна, зробити висновок, що забезпечення інноваційного розвитку регіонів має здійснюватися за такими основними етапами [6]:

1. формування і законодавче забезпечення державної політики підтримки інноваційного розвитку регіонів.
2. формування ефективно діючої регіональної інноваційної інфраструктури.
3. Розроблення програм інноваційного розвитку конкретних регіонів з урахуванням пріоритетних напрямів інноваційної діяльності регіонального рівня.
4. Реалізація програм інноваційного розвитку регіонів з поточним корегуванням.

Список використаних джерел:

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – Пер. с англ; под ред О. И. Шкаратана. – М.: Изд. ГУ ВШЭ, 2010.– 69 с.

2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011, № 3715–VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.

3.Гриньова В. М., Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств : монографія / В. М. Гриньова, О. В. Козирева. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – С. 192.

4. Кармышев Ю. А. Инновационный тип развития как фактор динамизации социальноэкономических процессов / Ю. А. Кармышев // Сб. науч. трудов ТГУ им. Г.Р. Державина / Гл. ред. В.М. Юрьев. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2012. – Вып. 1. – 68 с.

5. Мельник В. В. Державне регулювання довгострокової інноваційної політики в Україні / В. В. Мельник // Зб. Наук. праць Уманського національного університету садівництва. Редкол.: О. Непочатенко (відп.ред.) та ін. - Умань: УНУС 2016. - Вип.88. - Ч.: 2 Економічні науки. – 344 с.

6. Регіональні перспективи розвитку технопарків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.raexpert.ru/researches/technopark/part4>.

Лисак А. А., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Система заходів щодо регулювання безробіття в Україні включає: розвиток розгалуженої системи державної служби зайнятості, професійної орієнтації, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів; надання підприємцям субсидій, премій та податкових пільг для найму додаткової робочої сили або переведення частини працівників на скорочений робочий день; державну підтримку нетрадиційним сферам зайнятості; стимулювання підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили; залучення приватного (як вітчизняного, так й іноземного) капіталу в райони зі стійким рівнем безробіття; регулювання можливості працевлаштування за кордоном, приєднання України до міжнародного ринку праці; збільшення кількості стажистів у системі професійної освіти; заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес; організацію регіональними

або місцевими органами влади у кооперації з окремими підприємствами або закладами соціальних (громадських) робіт тощо [1].

Шведський підхід до державного регулювання зайнятості віддає перевагу активним заходам. Безробітних перенавчають новим професіям, створюють нові робочі місця, підтримують самозайнятість, мале підприємництво, здійснюють інші заходи щодо розширення сфери докладання праці. Такий підхід називається «протекціоністським» і є основою соціал-демократичного ринку праці. Саме він найбільш прийнятний для України [2].

Хоча й спостерігається значна тенденція до зменшення безробіття та вихід України з кризи, все ж існують певні проблеми та причини виникнення даного економічного явища.

Основними з яких є:

- проблема молодіжного безробіття, адже молодь без досвіду роботи зазнає найбільших труднощів з пошуку роботи, особливо офіційного працевлаштування;

- структурні зрушення (міжгалузеві, внутрішньогалузеві, регіональні) в економіці, що виражаються у впровадженні нових технологій, згортанні виробництва в традиційних галузях, закритті технічно відсталих підприємств;

- проблеми безробіття серед людей старшого віку;

- відповідне скорочення сукупного попиту на робочу силу;

- політика уряду в галузі оплати праці;

- скорочується купівельна спроможність населення;

- бюджет втрачає платників податків;

- сезонні зміни в рівні виробництва в окремих галузях;

- зміни в демографічній структурі населення

- рух робочої сили (професійний, соціальний, регіональний) [3].

Одним із головних наслідків безробіття є те, що відбувається збідніння населення через втрату трудового заробітку та заморожування заробітної плати працівників, які залишаються на виробництві, що тягне за собою падіння купівельної спроможності населення і, відтак, падіння сукупного попиту на товари, що розглядається як головний фактор падіння виробництва й економіки в цілому.

Говорити, про наслідки, які тягне за собою дане явище можна довго, але найголовнішим є не його аналіз, а пошук шляхів зменшення негативних наслідків [4].

Основні шляхи вирішення проблем безробіття мають включати цілу низку заходів, зокрема:

- приведення законодавства України у відповідність до міжнародних норм і принципів;

- запровадження механізмів захисту внутрішнього ринку праці;
- реалізацію Державної та регіональних програм зайнятості;
- сприяння стабільній діяльності стратегічно важливих підприємств;
- зниження податків для підприємств, за умови збереження робочих місць (для компенсування витрат на прийом нових працівників);
- забезпечення збереження ефективно функціонуючих робочих місць та створення нових;
- створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу та підприємницької діяльності безробітних;
- легалізацію тіньової зайнятості [6].

Список використаних джерел:

1. Кулішов В. В. Мікро - Макро економіка. Підручник. –/ В. В. Кулішов / Львів: «Магнолія 2006». - 2008. – 488 с.
2. Кулішов В. В. Мікроекономіка: Основи теорії і практики. Навчальний посібник. 2 –ге вид., стереотипне. / В. В. Кулішов / – Львів: « Магнолія плюс». - 2006. – 337 с.
3. Пазюк О., Пономарьова О. Проблеми безробіття в Україні / О. Пазюк, О. Пономарьова / Україна: аспекти праці. – 2004. – № 2. – С. 3-10.
4. Нікіфоров П. О. Фінансово-економічні аспекти праці та боротьби з безробіттям / П. О. Нікіфоров, А. О. Вольська / Фінанси України. – 2008. – №10. – С. 23-30.
5. Стойка В. О. Роль туристичної галузі в забезпеченні розширеного економічного відтворення економіки України / В. О. Стойка // Бізнес Інформ. – 2014.–№7.С.195199.Режимдоступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_7_36.
6. Соколова Т. М. Структура зайнятості та безробіття: проблеми та тенденції / Т. М. Соколова / Україна: аспекти праці. – 2010. – №2. – С. 7–11.

Пачева Н.О., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ПОЗАЕКОНОМІЧНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІДТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

На сучасному етапі розвитку соціально орієнтованих ринкових відносин все більш актуальною стає проблема соціальних відносин між людьми, що виступають не лише складовими соціальної структури суспільства, а також їх ресурсом. Теорія соціального капіталу втілена в позаекономічних інститутах і фокусує свою увагу на таких поняттях як відносини та зв'язки.

Соціальний капітал є продуктом соціальних відносин та включає громадянську культуру довіри до людей та інститутів, соціальні норми та цінності, соціальну єдність суспільства [1, 3]. Відтворення соціального капіталу за допомогою позаекономічних інститутів має суттєве значення у стабілізації соціально-економічного розвитку.

В свою чергу, позаекономічні інститути – це формальні та неформальні правила та норми поведінки, що безпосередньо не пов'язані з організацією економічної діяльності та забезпечують цілісність процесу відтворення соціального капіталу. Через всю мережу позаекономічних інститутів наскрізно прослідковується 3 головних, розглянемо конкретно кожен позаекономічний інститут:

- менталітет – це результат розвитку суспільства, що втілює базові норми та цінності, за допомогою яких він був сформований і панує в даній соціальній мережі (в суспільстві);

- звички та стереотипи мислення – людина діє на основі само підтримувальних соціокультурних норм, а це і є звички та стереотипи;

- довіра виникає в рамках певного суспільства і включає мотиви взаємовідносин оснований на довірі та готовність вести себе нормально та чесно, відповідно до прийнятих у суспільстві норм. Довіра породжує розвиток соціальних мереж;

- освіта основана на взаємодії соціальних спільнот для досягнення загальних цілей у вихованні та навчанні;

- релігія є системою соціальних норм і духовних цінностей. В результаті взаємодії людей в будь-якій релігії відбувається формування соціальної мережі між віруючими. Релігійна людина має жити по правилам і встановленим нормам та притримуватися визначених цінностей. Релігія породжується системою суспільних відносин;

- культура – це структурний елемент соціальних відносин; це сукупність цінностей (духовних, матеріальних і нематеріальних), та норм поведінки, що притаманні конкретному суспільству. Культура є соціальним механізмом взаємодії, що передбачає передачу з покоління в покоління цінностей, норм поведінки, традицій, звичок тощо [2].

Отже, розглядаючи структурні елементи позаекономічних інститутів, ми можемо виокремити 3 основних (базових) позаекономічних інститутів, а саме: соціальні мережі, норми та цінності, довіра.

В результаті нашого дослідження ми дійшли висновку, що структурні елементи позаекономічних інститутів мають вагомий вплив на відтворення соціального капіталу, високий рівень якого забезпечує здатність до партнерства та взаємодопомоги в певній соціальній мережі і характерний демократичним

державам.

Соціальний капітал зменшує трансакційні витрати, економить ресурси, а при його відтворенні зростає ефективність позаекономічних інститутів (політичних, правових, ідеологічних, етичних). Формування позаекономічних інститутів позначається на відтворення соціального капіталу на мікро-, мезо- та макрорівнях. Відповідно соціальний капітал виконує зворотній вплив на систему соціально-економічних відносин у суспільстві за допомогою своїх складових, а саме: соціальних мереж, норм та цінностей, довіри.

Список використаних джерел:

1. Дем'янчук О.І. Елементи соціального капіталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eprints.oa.edu.ua/1190/1/demianchuk_2_19022012.pdf.

2. Пачева Н.О. Вплив основних позаекономічних інститутів на відтворення соціального капіталу / Н.О. Пачева // Materials of the X International scientific and practical conference, «Conduct of modern science», (November 30, 2014 - December 7, 2014). - Volume 7. - Economic science. Sheffield. Science and education LTD. – С. 28-29.

3. Чирва О. Г. Конкурентоспроможність регіональних соціально-економічних систем держави як економічне явище / О. Г. Чирва // Агросвіт, 2014. – №4. – С. 75 – 80.

Пітель Н. Я., к. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В сучасних умовах інноваційний тип розвитку економіки стає своєрідним базисом економічної потужності країни, її потенціалу і перспектив на світовому ринку. Разом з тим, інноваційна діяльність – це складний процес трансформації нових знань та ідей у формування економічних відносин. Такий процес є складною багаторівневою системою економічних взаємин, спрямованих на «уречевлення» знань, із притаманними їм специфічними взаємозв'язками та закономірностями. Зважаючи на провідну роль інноваційних процесів у сучасній економіці, дослідження, аналіз і врахування їх специфіки є неодмінною умовою забезпечення ефективного розвитку перспективної економічної стратегії держави.

До початку 90-х років наша країна володіла значним потенціалом для успішного розвитку науково-технологічної сфери. Створений в Україні науково-технічний і технологічний потенціал за багатьма параметрами відповідав рівню розвитку провідних країн світу. Проте у наступні роки він стримувався загальною орієнтацією на екстенсивний тип відтворення, зумовлений застарілими формами і методами планування, обмеженістю фінансових ресурсів, відсутністю доступу основних галузей економіки до інноваційних результатів, недосконалими критеріями ефективності, відсутністю налагоджених і системно діючих механізмів їх концентрації на визначених інноваційних пріоритетах. Спостерігалась непослідовність державної політики підтримки наукової і науково-технічної сфери, тому відбулося значне відставання носіїв нових знань і науково-технічних результатів українського походження, на користь інших країн.

Нині інновації вважають одним із найважливіших факторів ефективності наукової, фінансової, організаційної та виробничої сфер. Адже поєднання зазначених чинників гарантує бажаний економічний ефект. До того ж, досвід багатьох країн світу доводить, що активізація інноваційної діяльності сприяє нарощуванню темпів економічного розвитку, оптимізує структуру виробництва, поліпшує життєвий рівень у країні та, що особливо важливо, визначає орієнтири подальшого розвитку. Проте нинішня ситуація в Україні з інноваційними процесами досить складна (рис. 1).

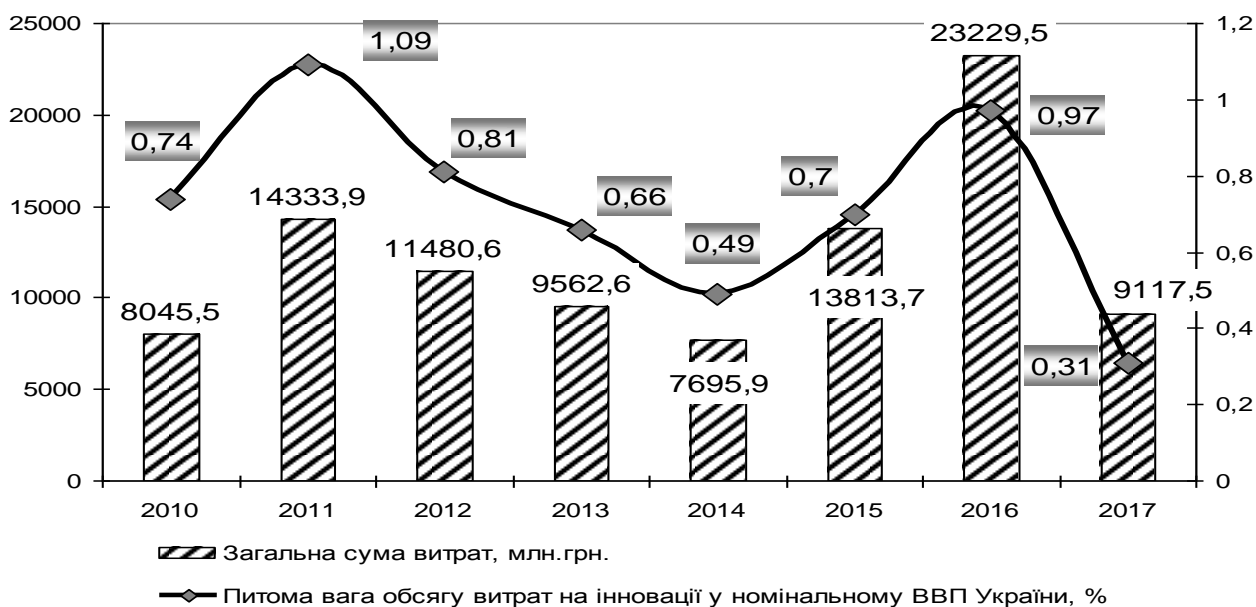


Рис. 1. Динаміка витрат на інноваційну діяльність промислових підприємств та їх частка у ВВП України*

Примітка. * – систематизовано і побудовано за даними [1; 2]; починаючи із 2014 р. дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій

Впродовж 2010-2017 рр. найбільше коштів на інноваційну діяльність було спрямовано у 2016 р. (23,2 млрд. грн), їх частка у ВВП країни склала 0,97 %. Проте у 2017 р. фінансування інноваційних процесів скоротилось у 2,6 раза і склало 9,1 млрд. грн (0,3 % у ВВП). У 2017 році питома вага підприємств, що впроваджували інновації склала лише 14,3 % (проте цей показник у 2010 р. дорівнював 11,5 %). За таких умов вітчизняним підприємствам дуже складно конкурувати і на внутрішньому, і на зовнішньому ринку із більш технологічно та технічно оснащеними іноземними компаніями. Тому потрібні дієві радикальні зміни на макроекономічному рівні, спрямовані на стабілізацію і розвиток інноваційної діяльності українських підприємств задля підвищення їх конкурентоздатності.

Підсумовуючи, відзначимо, що інноваційна активність вітчизняних підприємств залишається досить низькою. На відміну від високорозвинутих країн світу в Україні донині не створено збалансованої національної інноваційної стратегії. Інноваційні процеси не набули достатніх масштабів і не стали важливим фактором росту ВВП. А сучасна інноваційна діяльність характеризується інституційною неповнотою, структурною деформованістю, неузгодженістю, незбалансованістю технологічних, економічних і соціально-ціннісних чинників. Структурні зміни останніх десятиліть характеризуються серйозним технологічним відставанням.

В умовах суттєвого зниження обсягів централізованих капіталовкладень і недофінансування науки спостерігається фізичне та моральне старіння науково-дослідної бази, погіршується матеріальне забезпечення. Скорочення наукового потенціалу не супроводжується реорганізацією наукових установ і організацій. Частка основних засобів наукових організацій у загальному обсязі основних засобів підприємств України становить 0,9%. Лише близько 2% наукового обладнання українських науково-технічних установ має рівень сучасних світових стандартів [3, с. 22]. Ускладнюють ситуацію стійкі тенденції скорочення чисельності працівників, зайнятих виконанням наукових і науково-технічних робіт та старіння наукових кадрів. В результаті існує реальна загроза інтелектуальній спадковості поколінь, адже втрачаються наукові школи і загалом, науковий кадровий потенціал України.

В процесі дослідження нами вивчені і систематизовані основні дестабілізаційні чинники інноваційного розвитку України. Серед них варто виокремити наступні:

1. Недостатня конкретизація пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та недосконалість нормативно-правової бази її регулювання, поширення практики ігнорування законодавства чи призупинення дії окремих

статей законів, що стосуються фінансування і стимулювання науково-технічної діяльності та інновацій.

2. Відсутність національної стратегії переходу до інноваційної моделі розвитку. При цьому спостерігається неналежне використання методів та інструментів наукового планування в управлінні (зокрема, економічного аналізу, оптимізації, прогнозування, програмно-цільових методів менеджменту). Працівники органів державної влади демонструють низький рівень інноваційної культури. Проголошений в останні роки перехід вітчизняної економіки до прогресивної інноваційної моделі розвитку не забезпечується формуванням єдиної системи управління за наявності всіх її нормативно-правових, організаційних та інституційних складових.

3. Недостатнє фінансове забезпечення реалізації національної науково-технічної та інноваційної політики.

4. Розпорошеність бюджетних видатків та неефективне використання наявного капіталу й інвестиційних ресурсів, спрямовуваних на реалізацію державної науково-технічної й інноваційної політики.

5. Нераціонально побудована і неефективна адміністративно-організаційна структура державного управління науково-технічною та інноваційною діяльністю.

6. Повільне формування сучасного ринку інноваційної продукції та інфраструктури інновацій. Вітчизняне законодавство, призначене для формування і розвитку національної інноваційної системи, значною мірою вже створене, проте його застосування на практиці стримується нерозвинутістю системи інноваційного менеджменту, недостатньою інфраструктурою, відсутністю інструментів захисту прав інтелектуальної власності. Винахідники не мають можливостей для реалізації в Україні економічного потенціалу багатьох своїх розробок та нововведень.

7. Невідповідність корпоративної структури вітчизняних підприємств і організацій вимогам інноваційного розвитку.

З метою мінімізації негативного впливу зазначених дестабілізаційних чинників інноваційного розвитку України необхідне здійснення комплексу заходів, що включатимуть, зокрема, такі: удосконалення нормативно-правової бази для забезпечення стабільного розвитку інноваційної системи України; системне і послідовне впровадження визначальних принципів державного управління інноваційною діяльністю; збалансоване включення всіх елементів інноваційного розвитку в єдину цілеспрямовану функціонуючу національну інноваційну систему, яка функціонує на основі дії потужних системоутворюючих факторів.

На загальнодержавному рівні передумовами інноваційного розвитку має стати формування сучасної інноваційної інфраструктури, що передбачає розробку наукового підґрунтя інновацій, ріст попиту на нововведення і результати науково-технічної діяльності, налагодження зв'язків між науково-дослідними установами і виробничими підприємствами й організаціями з метою прискорення комерціалізації наукових досягнень.

Отже, визначальними дестабілізаційними чинниками інноваційного розвитку України є недосконалість нормативно-правової бази; відсутність національної стратегії інноваційної моделі розвитку; недостатнє фінансове забезпечення та неефективне використання інвестицій; нераціональна структура управління; слабке формування ринку та інфраструктури інновацій.

Список використаних джерел:

1. Валовий внутрішній продукт України. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення: 04.10.2018).
2. Наукова та іноваційна діяльність України. URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ20rik/ind_u/2002.html (дата звернення: 04.10.2018).
3. Дорошко О. О. Особливості інноваційного розвитку України / О. О. Дорошко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 5. – С. 21-24.

Путь А. В., студентка

*Науковий керівник: Бондарук Т. Г., д. е. н., професор,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСІВ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

У сучасних умовах господарювання ефективна діяльність суб'єктів підприємництва не здійснюється за рахунок власних фінансових ресурсів. Частіше такий вид діяльності вважається не вигідним. Звідси постає питання про використання позичених та залучених коштів від фізичних та юридичних осіб. Отже, відбувається формування фінансів суб'єктами підприємництва.

Фінанси суб'єктів підприємництва відіграють ключове значення в аналізі фінансового стану підприємств.

Дослідженням питання формування і використання фінансів суб'єктів підприємництва займалися такі вітчизняні вчені як Селівестрова Л. С., Опарін В. М., Поддєрьогін А. М. та інші.

Так, Селівестрова Л. С. вважає, що фінансами суб'єктів підприємництва є суспільні відносини щодо обігу фінансових активів у сфері господарювання або кошти, цінні папери, боргові зобов'язання та право вимоги боргу, що не віднесені до цінних паперів суб'єктів підприємництва [1].

Однак, на думку Опаріна В. М., фінанси суб'єктів підприємництва – це сума коштів, спрямованих в основні засоби та обігові кошти підприємства. Це авансовані кошти, які вкладаються в оборот і повинні обов'язково повертатися. Причому це не всі грошові кошти, а лише ті, які «роблять гроші», тобто на основі використання яких формується додана вартість, у яку входять і прибуток, і заробітна плата. Втрата або нецільове використання фінансових ресурсів призводить до скорочення виробництва і до банкрутства [2, с. 11].

На противагу Опаріну В. М., Волинчук Ю. вважає, що фінансами суб'єктів підприємництва можуть бути грошові кошти, які створені за рахунок власних, позикових і залучених джерел фінансування і використовуються для формування активів підприємства, виконання фінансових зобов'язань, стимулювання працівників, а також здійснення комплексу інших заходів з метою забезпечення ефективності подальшого розвитку підприємства [3, с. 8].

Також, під фінансами суб'єктів підприємництва розуміють «грошові кошти, що є в розпорядженні підприємств, до яких належать грошові фонди й та частина грошових коштів, яка використовується в не фондовій формі. Основними джерелами фінансових ресурсів є власні та залучені кошти підприємства» [4, с. 10]. Але, на думку Близнюк О. П., фінанси суб'єктів підприємництва – це цільові фонди грошових коштів, що в сукупності являють фінансові ресурси країни. Вони характеризують фінансовий стан економіки та водночас є джерелом її розвитку [4, с. 25].

Отже, враховуючи вищезазначені твердження науковців, можемо сформулювати власне твердження поняття «фінанси суб'єктів підприємництва». Фінанси суб'єктів підприємництва – це фінансові ресурси, які знаходяться у розпорядженні підприємства і складають основну частину його капіталу. Тобто, ті ресурси, які має у власності саме підприємство та кошти, які підприємство залучає від інших джерел фінансування діяльності. Важливе значення відіграють фінансові ресурси, тому що достатній їх обсяг забезпечує ефективну виробничу діяльність підприємства, а от забезпечення платоспроможності підприємства сприяють стабільні джерела формування фінансових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Селіверстрова Л. С. Місце та роль фінансів суб'єктів господарювання у фінансовій системі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/73.pdf.
2. Опарін В. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення / В. Опарін // Вісник НБУ. – 2000. – № 5. – С. 10–11.
3. Волинчук Ю. Особливості формування та використання фінансових ресурсів підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_6an_2012_11\(2\)__20.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_6an_2012_11(2)__20.pdf).
4. Близнюк О. П. Теоретичні підходи до визначення сутності фінансових ресурсів підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/ DOWNLOAD=1e=2012_2_6.pdf.

Руденко Т. М., студентка

Науковий керівник: Мельник В. В, к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ ЯК СКЛАДОВА СТРУКТУРНОЇ ПЕРЕБУДОВИ ЕКОНОМІКИ

Під структурною політикою держави розуміють обґрунтування цілей та характеру структурних перетворень в економіці, визначення її пріоритетних ланок та оптимального співвідношення між ними. Її призначення полягає в сприянні досягнення такої структури національної економіки, за якої на цьому історичному етапі забезпечуються економічне зростання та вирішення актуальних проблем сьогодення [1].

У різних державах застосовуються різні інструменти формування та реалізації структурної політики. За сучасних умов розвитку інтеграційних процесів постає необхідність аналізу світового досвіду в проведенні структурної перебудови, вибору її стратегічних пріоритетів, створенні оптимальних форм, механізмів та засобів, спрямованих на забезпечення економічного розвитку держави. При використанні світового досвіду для пошуку власної оптимальної структурної політики необхідно враховувати, що її реалізація різними державами Європи завжди призводить до різного ступеня ефективності її результатів, які обумовлюється значною кількістю факторів, зокрема економічними, соціальними, природно-географічними, екологічними особливостями кожної держави [2].

До концептуальних орієнтирів структурної перебудови економіки України слід віднести: подолання технічної відсталості та оновлення виробничого апарату; збільшення порівняльних переваг національних виробників відносно іноземних конкурентів; зменшення залежності від імпорту ресурсів; згортання трудо-, енерго- та матеріаломістких галузей і товарних груп; зростання ресурсозберігаючих виробництв і галузей з науково-технічною перебудовою виробництва на всіх рівнях і в усіх галузях економіки; рівномірний територіальний розподіл виробничих ресурсів; створення розвинутого споживчого сектора; зниження негативних наслідків структурних перетворень для ринку праці (так званого структурного безробіття); підвищення соціальної орієнтації економіки; зниження (підвищення) рівня внутрішньої заборгованості економіки за рахунок переорієнтації засобів виробництва галузей машинобудування, металургійної та хімічної промисловості на більш повне задоволення потреб міжгалузевої кооперації; спеціалізація в міжнародному розподілі праці, прискорений розвиток виробництв, які здатні поліпшити експортний потенціал України [3].

Одним з ключових завдань збалансованої економічної політики України є формування інноваційно-інвестиційної моделі національного розвитку. Для його виконання особливої актуальності набуває розроблення заходів, спрямованих на формування дієвого фінансового механізму реалізації пріоритетів структурно-інноваційної трансформації національної економіки. Серед них - удосконалення інвестиційної стратегії держави, а також політики інтеграції науки та виробництва, посилення державної підтримки інноваційної діяльності, формування ефективного внутрішнього ринку високих технологій, розвиток фінансової системи та ринкових інституцій, визначення пріоритетів інноваційного розвитку в регіонах тощо [4]. Покращення якісних характеристик економічного зростання потребує максимізації зусиль щодо побудови оптимальної структури економіки України. Хоча протягом останніх років в Україні відбулися помітні трансформаційні зрушення, однак національна економіка, незважаючи на певні успіхи в економічному зростанні упродовж останніх п'яти років, зазнає надзвичайно великих збитків через відсутність сприятливих умов для інноваційного розвитку. Їх створення передбачає розробку інноваційної стратегії, впровадження якої неможливе без належного вивчення та обґрунтування не тільки ролі та значення інвестиційно-інноваційної діяльності в теорії економічного зростання, а й розв'язання проблеми її фінансового забезпечення. Саме тому формуванню ефективної інноваційної політики має бути приділено значно більше уваги, оскільки стрімкий розвиток у майбутньому визначатиметься рівнем інноваційної активності та її фінансового забезпечення [6].

Список використаних джерел:

1. Ковальчук В. М. Структурна перебудова національної економіки в контексті інноваційного розвитку / В. М. Ковальчук. - К.: ІАЕ УААН, 2005. - 240 с.
2. Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія / В. М. Геєць, Л. В. Шинкарук, Т. І. Артёмова та ін. / За ред. Л. В. Шинкарук; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. - К., 2011. - 696 с.
3. Папп В. В. Структурна трансформація економіки України у контексті євроінтеграційних процесів / В. В. Папп // Регіональна економіка. - 2008. - № 1. - С. 23-31.
4. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / За заг. ред. В. М. Геєця та ін.; НАН України. - К., 2015. - 336 с.
5. Мельник В. В. Характеристика необхідності удосконалення державного регулювання України, як невід'ємна складова ринкової економіки / В. В. Мельник // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (14), том 2. – 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – 114 с.
6. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / В. М. Геєць, В. І. Голюков, Б. Є. Кваснюк [та ін.] / За ред. В. М. Геєця. - К.: Фенікс, 2003. - 1007 с.

Тимченко О.В. магістр

Науковий керівник:

к. е. н., доцент Прилуцький А.М.

Вінницький національний аграрний університет

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Умовою життєздатності підприємства й основою його розвитку в конкурентному ринку є його стабільність і стійкість.

Фінансова стабільність підприємства є однією із найважливіших характеристик фінансового стану підприємства. Вона пов'язана з рівнем його залежності від кредиторів та інвесторів. За різних умов, в яких функціонує підприємство, останнє для досягнення фінансової стабільності проходить різні етапи. Так, в умовах кризи підприємство може досягати фінансової стабільності за такими етапами [3, с. 152]:

- 1) ліквідація поточної неплатоспроможності підприємства;

2) відновлення фінансової стійкості (фінансової рівноваги у короткостроковому періоді);

3) забезпечення фінансової рівноваги у довгостроковому періоді.

Фінансова стабільність підприємства, з одного боку, – це економічний процес, а з іншого – економічна категорія.

Як економічна категорія, фінансова стабільність – це сукупність економічних відносин, що забезпечують умови збереження підприємством абсолютної або нормальної фінансової стійкості при контрольованій фінансовій рівновазі та одночасно спроможність до стійкого економічного зростання при врахуванні найбільш вагомих зовнішніх чинників. Отже, фінансова стабільність – це спроможність підприємства досягати стану фінансової рівноваги при збереженні достатнього ступеня фінансової стійкості та зберігати цей стан у довгостроковій перспективі при ефективному управлінні фінансами.

Стабільність фінансового стану підприємства виявляється у:

- ритмічності виробництва якісної і дешевої продукції, яка має сталий попит;
- міцному становищі підприємства на ринку ;
- високому рівні матеріально-технічної оснащеності виробництва та відтворення ;
- застосуванні передових технологій ;
- налагодженості економічних зв'язків із партнерами ;
- ритмічності кругообігу основного й оборотного капіталу ;
- ефективності господарських і фінансових операцій ;
- незначному ступені ризику в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності [1, с. 48].

У світовій і вітчизняній обліково-аналітичній практиці розроблено систему показників, що характеризують фінансову стабільність підприємства. Ці показники поділяються на 2 класи. До першого класу відносять показники зі встановленими нормативними значеннями (усі перелічені показники ліквідності та платоспроможності); до другого класу - показники, без установлених нормативних значень(показники рентабельності, ефективності управління, ділової активності).

Фінансова стійкість підприємства передбачає такий стан фінансових ресурсів, за раціонального розпорядження якими гарантується наявність власних коштів, стабільна прибутковість та забезпечується процес розширеного відтворення. Саме фінансова стійкість підприємства характеризує ефективність операційного, інвестиційного і фінансового розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також відображає здатність підприємства відповідати за своїми боргами й зобов'язаннями. У такому розумінні фінансова

стійкість, безперечно, є одним із головних факторів досягнення підприємством фінансової рівноваги та фінансової стабільності.

У системі складових елементів фінансової стабільності підприємства фінансова стійкість займає одне із головних місць.

Фінансова стійкість відображає такий стан фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими засобами, здатне забезпечити безперебійний процес виробництва й реалізації продукції, а також затрати на його розширення й оновлення [2, с. 120]. Фінансова стійкість підприємства характеризується:

- достатньою фінансовою забезпеченістю безперервності основних видів діяльності;
- фінансовою незалежністю від зовнішніх джерел фінансування;
- здатністю маневрувати власними коштами;
- достатнім забезпеченням матеріальних оборотних активів власними джерелами покриття;
- станом виробничого потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Шаблиста Л. М. Фінансова стійкість підприємства: сутність і методи оцінки [Текст] / Л.М. Шаблиста // Економіка і прогнозування. – 2006. – №2. – С.46-58.
2. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств / М.Д. Білик // Фінанси України. - 2005. - № 3. - С. 117–128.
3. Сізова А. В. Економічна сутність фінансової стійкості підприємства та напрями її забезпечення / А. В. Сізова / Молодіжний науковий вісник УАБС НБСУ: Економічні науки. – 2012. – №2. – С.145-156.

Щербак В. В., студент

Науковий керівник: Мельник В. В., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна безпека підприємств будь-якої галузі або виду діяльності є складною економічною категорією та результатом впливу великої кількості соціально-економічних, історичних, політичних, культурних, інвестиційних, інноваційних, інституційних, особистісних, організаційно-управлінських та інших чинників. Це вимагає застосування в процесі оцінки її рівня широкої

сукупності різноманітних за змістом показників, індикаторів і навіть критеріїв. З іншого боку, економічна безпека підприємства, її потенціал визначає рівень його життєздатності на різних етапах життєвого циклу, що також вимагає встановлення відповідних чинників, основних складників та пріоритетних завдань. Це також передбачає застосування особливих підходів та методів оцінок і аналізу. Ще більш важливим є наявність обґрунтованого критичного порогового значення, при ігноруванні якого підприємство може бути реструктуризоване або поглинуте [1].

Причини економічної небезпеки в нашій країні пов'язані з соціально-економічний розвиток країни й помилками економічного управління державою пов'язані з нестачами стратегій соціально-економічного розвитку с досяжними цілями, не регулювання економіки – є безсистемним та недосконалим, кредитно-грошова політика в банківських сферах є ризикованою, неефективна система державної податкової служба України, в наслідок не високої інвестиційної активності відбувається руйнування системи відтворення виробничого потенціалу, в реальному секторі економіки є відсутність сприятливих умов для інвестиційного клімату та зростання інфляції, посилення сепаратизму в регіоні та в нації, послаблення ролі держави в ціновій політиці, не відповідність продукції до світових зразків.

Аналізуючи суттєві загрози забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання в Україні, доцільно виділити наступний їх перелік [2, с. 123]:

- повільніше реагування державних інституцій на зміну умов господарювання порівняти з адаптацією до них підприємців;
- недостатню активність національних підприємницьких структур щодо участі у процесах розробки державної політики і прийняття рішень;
- низьку якість роботи системи державного управління економічною безпекою підприємництва;
- нестачу робочої сили та тіньову зайнятість;
- поширення практики рейдерства як механізму захоплення влади над підприємством за допомогою державного апарату управління.

Оцінюючи рівень усвідомленості та практичного застосування економічної безпеки вітчизняними підприємствами можна виділити такі проблеми українського підприємництва [3, с. 47]:

- ненормована приватизація, що призвела до привласнення значних ресурсів без значних витрат, а також до спроб перерозподілу власності зокрема й кримінальним шляхом;
- загибель слабких, неефективних підприємств, які не витримують ринкової конкуренції - через 1-4 роки роботи на ринку;

- відсутність чіткої системи правового захисту приватного підприємництва, тощо.

Отже, на даний час українські підприємства піддаються негативному впливу кризових явищ, тому першочерговим завданням являється розробка інструментів активізації ефективного управління українських підприємств. Серед таких інструментів можна виділити наступні: 1) оптимізація витрат: докладна ревізія витрат; скорочення невикористаних витрат (у першу чергу адміністративних); скорочення додаткових витрат на оплату праці; впровадження політики енергозбереження; 2) мобілізація внутрішніх ресурсів: зменшення дебіторської заборгованості; оптимізація величини виробничих запасів; стимулювання збуту; 3) підтримка елементів потенціалу відтворення: виділення пріоритетних для підприємства продуктів та напрямків діяльності, за якими підприємство має найбільш стійкі ринкові позиції; проведення лояльної політики по відношенню до ключових працівників з метою збереження кадрового потенціалу; доведення до логічного завершення проектів, що безпосередньо впливають на життєдіяльність підприємства [5].

Список використаних джерел:

1. Коваленко К. В. Основи створення комплексної системи економічної безпеки підприємства: теоретичний аспект / К. В. Коваленко // Електронні наукові фахові видання. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2008_3/20%20.pdf.

2. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект: навч. посіб. / М. І. Камлик – К.: Атіка, 2005. – 432 с.

3. Шваб Л. І., Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства. Навчальний посібник. / Л. І. Шваб, Г. М. Тарасюк. - Київ: «Каравела». - 2003, - 432 с.

4. Мельник В. В. Характеристика необхідності удосконалення державного регулювання України як невід'ємна складова ринкової економіки / В. В. Мельник. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №3 (14), том 2 – 2016. – Харків: ХНАДУ, 2016 – 114 с.

5. Управління потенціалом підприємств України в умовах фінансової кризи / Євгенівська Альона Ігорівна // Донецький університет економіки і права. Факультет економіки підприємства: [Електронний ресурс] – Інструменти активізації ефективного управління українських підприємств – Режим доступу до сайту: <http://www.allbest.ru/>.

СЕКЦІЯ 3

МЕХАНІЗМИ ТА СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Баланюк Т. Е., студентка
*Науковий керівник: Станіславчук Н.О., викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Банківська система є однією із найважливіших складових фінансового ринку, а її стабільність та розвиненість – необхідна умова розвитку національної економіки. Основним завданням банківського сектору є перерозподіл основної маси фінансових ресурсів між населенням, суб'єктами господарювання та державою і спрямування кредитних потоків у ефективні галузі економіки.

На банківський сектор в Україні припадає понад 90% усіх фінансових послуг. Проте, світова фінансова криза, несприятливі політичні та військові події, скорочення виробництва, інфляційний тиск на економіку, зниження інвестиційної активності, суттєво послабили банківський сектор та значно ускладнили його умови функціонування. У звіті «Глобальний індекс конкурентоспроможності 2016-2017» Україна посідає останню позицію серед 138 держав за показником «Надійність банків», 116 місце – за показником «Доступність фінансових послуг» та 112 місце – за показником «Легкість доступу до кредитів» [1].

Найбільш актуальні проблеми банківської системи України:

- негативний вплив політичної ситуації;
- подорожчання кредитних ресурсів;
- девальвація національної грошової одиниці;
- суперечливість механізму рефінансування українських банків;
- погіршення якості кредитного портфеля банків;
- зростання недовіри фізичних та юридичних осіб до банків;
- низький рівень ризик-менеджменту банків.

На даний момент однією з найбільш актуальних проблем є зростання недовіри до банків. Збільшення недовіри населення до банків внаслідок негативного емоційного фону та скорочення обсягу вільних ресурсів у населення і підприємств призводить до відтоку депозитів, що у свою чергу дестабілізує діяльність банків, ускладнюючи процес видачі кредитів та розрахунків за своїми зобов'язаннями. Збільшення недовіри інвесторів може

призвести до відтоку інвестицій у банківський сектор, що призведе до ускладнення процесу відновлення нормальної діяльності вітчизняних банків. Негативний вплив політичних процесів на банківську систему відображається у загостренні економічних проблем, спричинених конфліктом на Сході України, та неузгодженістю між політикою та економікою. Прикладом таких протиріч може слугувати накладення 15 березня 2017 року фінансових санкцій НБУ на українські дочірні підприємства російських банків, які знаходяться у державній власності [2, 4].

Проблема зростання ціни на кредитні ресурси нерозривно пов'язана з питанням погіршення якості кредитного портфеля – збільшується частка простроченої заборгованості за кредитами у загальній сумі кредитного портфеля.

В умовах припливу іноземного капіталу у банківський сектор України та посиленням ролі транснаціональних банківських структур стратегічними напрямками розвитку та зміцнення конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи мають стати: укрупнення вітчизняних банків для підвищення їх капіталізації, участь національних банків у розвитку реального сектору економіки, переорієнтація на міжнародні фінансові ринки, удосконалення та впровадження інноваційних банківських послуг та продуктів, залучення вітчизняних банків до фінансування пріоритетних державних проектів, посилений контроль за діяльністю банківських установ, щоб запобігти виникненню фінансових криз [3].

Отже, банківська система здійснює комплексний вплив на функціонування фінансової сфери та економічної стабілізації країни, проте необхідно враховувати сучасний стан її функціонування; для вирішення сучасних проблем банківського сектору необхідно застосувати систему заходів, спрямованих на стабілізацію економіки, повернення довіри до банківського сектору та підвищення ефективності діяльності Національного банку України у сфері контролю та регулювання банківської системи, що дозволить мінімізувати вплив негативних факторів у короткостроковій перспективі та створить умови для ефективного розвитку банківської системи України у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Золотарьова О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України [Електронний ресурс] / О. В. Золотарьова, В. О. Галаганов // Проблеми економіки та політичної економії. – 2017. – № 1. – С. 83-98. – Режим доступу: http://politeco.nmetau.edu.ua/journals/1/3_a_ua.pdf

2. Пурий Г. М. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України [Електронний ресурс] / Г. М. Пурий // Фінансовий простір. – 2017. – № 3 (27). – С. 41 – 45. – Режим доступу: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1703/17pgmbsu.pdf>.

3. Станіславчук Н. О. Банківська система України: стан та перспективи розвитку в умовах фінансової глобалізації [Електронний ресурс] / Н. О. Станіславчук, В. В. Люльченко // Вісник українсько-туркменського культурно-освітнього центру: міждисциплінарний науковий збірник. – Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – вип. 1, ч. II. – с.182–187. - Режим доступу: <http://dspace.udpu.edu.ua:8181/jspui/handle/6789/7816>.

4. Чирва О. Г. Фінансово-економічна безпека підприємства: стратегія і механізм управління / О. Г. Чирва // Стратегія розвитку України : економічний та гуманітарний виміри : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2017. – С. 262-265

Вінницька О.А., к.е.н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ БЮДЖЕТУ

З позиції найбільш відомих шкіл економічної теорії категорія бюджету виражає економічні взаємозв'язки суб'єктів бюджетних відносин. В економічній літературі немає єдності поглядів на дефініцію «бюджет». Під бюджетом розуміють різні за своєю природою об'єкти: економічну категорію; фінансовий план держави [1, с. 6]; централізований фонд грошових коштів [2, с. 147]; центральну ланку фінансової системи [3, с. 3].

Водночас окремі визначення характеризувалися дуалістичним підходом і представляли місцевий бюджет як: фонди фінансових ресурсів [3], економічну категорію, правовий акт, фінансовий план [4, с. 118–119], розпис доходів і видатків адміністративно-територіальної одиниці [5, с. 59, 62], організаційну форму мобілізації фінансових ресурсів і систему фінансових відносин [3, с. 181].

Зазначимо, що бюджет як невід'ємна частина бюджетно-податкової політики є найважливішим інструментом державного регулювання економіки. Конституційні обов'язки держави перед громадянами забезпечують її конституційним правом стягувати встановлені законом податки та збори. Таким чином виявляється сукупність відносин своєрідного обміну – згода громадян платити податки в обмін на суспільні блага.

Держава, яка є однозначно публічно-правовим утворенням і власником державного майна, має зобов'язання, визначені безпосередньо законами, і зобов'язання, встановлені у сфері правових відносин, в яких держава є однією зі

сторін, а також фінансові активи у вигляді законодавчо встановлених податків і зборів та активи від управління державним майном.

Так, Р. Штурм зазначав, що державний бюджет є актом, що містить попереднє схвалення державних доходів і видатків [7]. Для того, щоб визначити місце закону про бюджет в системі прав, необхідно встановити правовий зміст його положень. При цьому вважаємо доцільним під час вивчення правової природи бюджету вилучили з розгляду ті норми, які нерідко включаються у текст закону про бюджет, але не мають правового характеру. Правова сутність дохідної частини бюджету основана передусім на дії юридичної сили актів, які встановлюють конкретні податки і збори відповідно до права держави вимагати їх сплати платником.

Таким чином, можна стверджувати, що положення закону про бюджет в частині доходів не є правовою нормою у повному сенсі, оскільки вони не мають обов'язкової сили, а є лише прогнозом надходження грошових коштів в чинних державних актів у вигляді законодавчо встановлених податків і зборів та прогнозом надходжень від використання державного майна.

З наведеного можна зробити висновок, що закон про бюджет у частині витрат безпосередньо не породжує державні зобов'язання, а встановлює граничний обсяг прав на їх здійснення. Це підтверджує правильність положень теорії суспільного вибору про те, що бюджетні відносини частково є результатом переговорів сторін, частково – ринковими відносинами.

Особливостями закону про бюджет є, по-перше, те, що він приймається на плановий період і, відповідно, не породжує правових відносин, що виходять за ці межі, а, по-друге, те, що звіт про виконання бюджету, який приймається у формі закону, взагалі не породжує правових наслідків.

В Бюджетному кодексі України бюджет визначено як план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюються органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду [8].

Отже, бюджет як правова категорія – це акт, що встановлює план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюються органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду.

Таким чином, бюджет заснований на економічних відносинах, юридичних нормах і державному устрої країни, тобто він має, з одного боку, економічну, а з іншого, інституційну сутність.

Список використаних джерел:

1. Озеров И. Х. Основы финансовой науки: [курс лекций] / И.Х. Озеров. – М.: Тип. Товарищества И.Д. Сытина, 1914. – 324 с.
2. Финансы и кредит СССР: [учеб.] / Под ред. Н. Т. Беркова. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Львов: Изд-во при Львовском государственном университете издательского объединения «Вища школа», 1987. – 373 с.
3. Василик О. Д. Теорія фінансів: [підруч.] / О. Д. Василик. – К.: НІОС, 2000. – 416 с.
4. Кравченко В. І. Місцеві фінанси України: [навч. посіб.] / І.В. Кравченко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 487 с.
5. Загородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. - [2-ге вид., випр. та доп.]. – Львів: Вид-во «Центр Європи», 1997. – 576 с.
6. Деркач Н. И. Бюджет и бюджетный процесс на Украине / Н. И. Деркач, Л.П. Гордеева. – Дніпропетровськ: Пороги, 1995. – 256 с.
7. Штурм Р. Бюджет / Р. Штурм; [пер. А.С. Изгоева]. – СПб.: Наше законодательство о бюджете, 1907 г.
8. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. – Офіц. Вид. – К.: Велес, 2010. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

Долобан В. В., студентка

Науковий керівник: Вінницька О. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Останніми роками процес формування, становлення й розвитку українського суспільства відбувається у складних політичних і суперечливих соціально-економічних умовах, що в кінцевому результаті призводить до виникнення проблемних питань соціального характеру. На даний час однією з таких проблем є старіння населення. З поглибленням постаріння населення України зростає необхідність пошуку ефективних і перспективних шляхів подолання труднощів, що виникають у зв'язку з ним [5, с. 113].

Реформи, що проводяться в нашій державі, мають багато суперечностей. Такі розбіжності зустрічаються у пенсійній системі, яка становить основу матеріального забезпечення населення. На сьогодні можна сказати, що не існує надійних і дієвих фінансових механізмів, які б дали можливість забезпечувати

пенсіонерів коштами. Значною проблемою є те, що у Пенсійному фонді України існує дефіцит фінансових ресурсів, результатом чого є не покриття видатків населенню. Проте, систематично із Державного бюджету України до Пенсійного фонду України надходять трансферти, основною метою яких є покриття дефіциту. Загальний рівень пенсійного забезпечення населення України є недостатнім та незадовільним.

Реформи у пенсійній системі повинні забезпечувати надійні та постійні доходи пенсіонерам, який відповідав би особистому внеску кожної особи протягом періоду її економічної активності. Проте, на сьогодні пенсійна система не відповідає вимогам та не забезпечує достойний рівень пенсійних виплат, а також створює безліч проблем у фінансовій системі України. Прийняті Закон «Про пенсійне забезпечення» та Закон «Про недержавне пенсійне забезпечення», які були орієнтовані на розв'язання сучасних проблем у цій галузі, не змогли створити надійну пенсійну систему, яка б відповідала вимогам пенсіонерів [2]. Нині механізми щодо вирішення питань у пенсійній системі включають розвиток економіки у майбутньому. Основна увага базується на проблемі симбіозу та узгодженості пенсійної та податкової систем. Це питання стало перспективним ще тому, що за новою концепцією розвитку України передбачається створення нових робочих місць. А за нашим законодавством сплатою пенсійних внесків дуже обтяжені роботодавці, що призводить до нелегальних виплат робітникам – «виплат заробітних плат у конвертах».

На сучасному етапі розвитку пенсійного забезпечення в Україні існує ряд проблем:

- невідповідність кількості працюючих до кількості пенсіонерів;
- наявність дефіциту у Пенсійному фонді України;
- низький рівень пенсійних виплат;
- проведення реформ у пенсійній системі, основною метою яких було збільшення пенсійного віку та трудового стажу;
- сплати високих податків до Пенсійного фонду фізичними та юридичними особами;
- часті зміни у пенсійному законодавстві, що призводять до непроінформованості громадян.

Потрібно провести ряд перетворень, які змінять рівень пенсійних виплат населенню. Необхідно переглянути пенсійний вік та трудовий стаж населення, а також розміри внесків фізичними та юридичними особами до Пенсійного фонду України, зайнятися пошуком нових джерел надходжень до нього. Унаслідок здійснення реформи буде впроваджено багаторівневу пенсійну систему, побудовану на засадах соціальної справедливості, солідарності

поколінь та соціального страхування. Це збільшить можливості для підвищення добробуту людей похилого віку та зміцнення потенціалу економічного зростання [3].

Здійснення реформування пенсійної системи дасть змогу подолати бідність серед людей літнього віку, які все життя добросовісно працювали і створювали національне багатство.

Наступним кроком у процесі реформування має бути перехід до недержавного пенсійного забезпечення. На сучасному етапі розвитку пенсійної системи України існуючих темпів розвитку системи недержавного пенсійного страхування недостатньо, щоб забезпечити населення достойними пенсійними виплатами при настанні пенсійного віку. Основними причинами повільного розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення є такі, як низький рівень довіри населення до недержавного пенсійного забезпечення, банківської системи; недостатня зацікавленість роботодавців у фінансуванні недержавних пенсійних програм; низький фінансовий рівень можливості громадян для участі у системі недержавного пенсійного забезпечення. Досить перспективним для формування ефективної системи недержавного пенсійного забезпечення є проведення програм добровільного пенсійного страхування, виконання яких регулюється окремими законодавчими актами, відповідно до вимог Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» [1]. Підвищення ефективності вітчизняної системи недержавного пенсійного забезпечення зменшило б тиск на солідарну пенсійну систему, сприяло б розвитку ринкових механізмів, дало поштовх структурній перебудові економіки завдяки довгостроковим інвестиційним коштам [4, с. 28].

З вище наведеного можна зробити висновок, що сучасна пенсійна системи України потребує реформування. У зв'язку з низьким рівнем життя населення потрібно підвищити рівень пенсійних виплат. В Україні недостатньо розвинений ринок пенсійного страхування, що є поштовхом до його розвитку. Існує змога сформувати ринок послуг з цього виду страхування шляхом врахування всіх недоліків пенсійного забезпечення. Позитивними результатами у покращенні пенсійного забезпечення України мають стати реформи, результатами яких будуть: забезпечення фінансової стійкості та стабільності у сфері пенсійного страхування; зменшення кількості пільговиків; підвищення рівня життя пенсіонерів та впевненості у соціальному забезпеченні; зменшення пенсійного навантаження роботодавців; створення результативної системи управління пенсійними грошовими потоками; заохочення громадян до заощаджень на старість; встановлення чіткого законодавства. За умови здійснення названих вище заходів пенсійне забезпечення в поєднанні із соціальною допомогою сформують набагато надійнішу систему захисту від

бідності, ніж та, яка існує сьогодні. Проте, якщо зміни будуть запроваджені тільки в пенсійній системі, то виявлені проблеми навряд чи вдасться усунути. Пенсійна реформа має стати складовою частиною комплексної програми економічних і фінансових перетворень.

Список використаних джерел:

1. Городецька Л. О. Реформування пенсійної системи в Україні / Л. О. Городецька // Фінанси України. – 2012. – № 5. – С. 12-13.

2. Каптар Г. Г. Пенсійне забезпечення за віком в умовах пенсійної реформи: сучасний стан та шляхи вдосконалення / Г. Г. Каптар // Форум права. – 2014. – № 4. – С. 167–174.

3. Мамчур В. А. Недержавне пенсійне забезпечення як складова інституціональної системи соціальних гарантій населення / В. А. Мамчур // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2016. - № 5. – С. 51-68.

4. Гуменюк Алла. Роль недержавних пенсійних фондів на фінансовому ринку в умовах глобалізаційних процесів / Алла Гуменюк, Юлія Мельничук, Оксана Школенко // Сучасна соціально-економічна система: парадигма, завдання і тенденції у 2-х ч. Ч. 1 / Зб. наук. праць / наук. ред. В. С. Лукач. – Ніжин, 2018. – С. 26-28.

5. Чвертко Л. А. Старіння населення як чинник соціально-економічних реформ в Україні / Л. А. Чвертко // Проблеми залучення інвестицій в Україні в сучасних умовах : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції / за ред. Н. П. Резнік. – К.: КиМУ, 2014. – С. 111-113. – Режим доступу: https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2855/1/starinnia_naselelnia.pdf.

Жовтюк Б. Л., магістр

Науковий керівник: Чвертко Л. А. к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах соціально-економічного розвитку країни, коли солідарна пенсійна система неспроможна виконувати покладені на неї завдання в повному обсязі, особливо актуальними є питання диверсифікації механізмів пенсійного забезпечення та формування трирівневої пенсійної системи. При цьому надзвичайно важливу роль у забезпеченні гідного рівня життя людини

після виходу на пенсію відіграє система недержавного пенсійного забезпечення відіграє.

Водночас, незважаючи на законодавче декларування багаторівневої пенсійної системи [2], в Україні реального запровадження недержавного пенсійного страхування не відбулося [1, с. 26]. Через невисокий рівень правової культури українці не приділяють достатньо уваги недержавному пенсійному забезпеченню, традиційно покладаючись на державу. Водночас демографічна статистика вказує на значну проблему, з якою в недалекому майбутньому може стикнутися наше суспільство. Згідно з демографічним прогнозом, на середину 2050 року в кращому випадку кількість населення становитиме 36 158,4 тис. осіб. При цьому за умови працездатного віку 16–59 (для жінок 16–54 р.) на 1000 осіб у працездатному віці припадатиме 727 у непрацездатному [3, с. 108]. Також є велика проблема еміграції молоді як робочої сили, які шукають кращого життя. Це призводить до зменшення надходжень до пенсійного фонду, та, як наслідок, нестачі коштів для виплати пенсій. Зазначене змушує замислитись над альтернативою державному пенсійному забезпеченню та фінансовою спроможністю держави забезпечити належний рівень життя теперішнім і майбутнім пенсіонерам.

В Україні старіння населення поряд з іншими демографічними змінами, пов'язаними з переходом до сучасного типу відтворення, представляють серйозний фінансово-економічний виклик. Прямим наслідком старіння населення є зростання пенсійних витрат, причому не тільки в абсолютних грошових одиницях, а й по відношенню до ВВП [5, с. 111].

Демографічні тенденції, пов'язані з подальшим старінням населення та зростанням демографічного навантаження на населення працездатного віку, є головним чинником запровадження накопичувальної пенсійної системи в Україні. Слід зазначити, що у Європі мають місце ті ж тенденції. Втім громадяни європейських країн вже давно відкривають пенсійні накопичення самостійно. В цих країнах особисті фінансові накопичення належать до сімейної традиції або спадщини, які передаються із покоління в покоління. Тобто тягар відповідальності за гідний рівень матеріального забезпечення людей похилого віку частково перекладається з держави на самих громадян та ринкові інститути, насамперед фінансові.

В Україні практично відсутня культура власних фінансових накопичень. Це пояснюється тим, що протягом майже цілого століття створювався образ радянської людини, яка думає не про себе, а про державу, яка сподівається не на себе, а на державу. На думку фахівців, це є одним з факторів того, що з початку пенсійної реформи, розпочатої в 2004 р., більшість проблем в країні

залишаються невирішеними. Серед них – низький розмір пенсій переважної більшості пенсіонерів і нерівні умови пенсійного забезпечення.

Як показують дослідження, незважаючи на постійне зростання номінального розміру пенсій, розмір пенсій порівняно з економічно розвиненими країнами залишається надто низьким, адже переважна частина цього зростання поглинається інфляцією. Зокрема, у січні 2017 р. середній розмір пенсії становив 1828 грн, що порівняно з 2000 р. номінально у 26,5 рази більше, але з коригуванням на інфляцію реальне зростання ледве сягає 3 разів. У перерахунку за офіційним курсом Національного банку України, розмір пенсії у січні 2017 р. становив 63 євро [4, с. 12].

Низький рівень життя переважної більшості населення та недостатній вплив держави на управління економікою зумовлює посилення процесів соціальної дезінтеграції та становить загрозу національній безпеці країни [5, с. 166]. Великі пенсійні обов'язки не дають змогу економіці іти до цілей розвитку, ставлять перед загрозою виконання державних функцій. Причинами, що зумовлюють ці проблеми, є невеликий практично низький рівень обізнаності населення про пенсійне страхування – внески сплачують тільки 3/4 зайнятих або майже половина населення працездатного віку. Майже одна третя застрахованих осіб вносить пенсійні внески із зарплати, що не перевищує мінімальну. Через високий рівень тінізації зайнятості, доходів, відмови в оформленні працівників на роботу, до пенсійного фонду не надходять кошти, які мали б спрямовуватися на виплату пенсій населенню. Сукупних відрахувань не вистачає для збереження рівня пенсій, її розмір знижується через запізнілу індексацію. Крім того, через політичний популізм призначення та збільшення пенсій здійснюється без визначення джерел їх довгострокового фінансування.

Водночас на розвитку пенсійної системи негативно позначається недостатня диверсифікованість механізмів пенсійного забезпечення. Дотепер в Україні функціонує тільки солідарний рівень пенсійного страхування, тоді як впровадження другого рівня (обов'язкової накопичувальної системи) постійно відкладається. Розвиток добровільного пенсійного забезпечення обмежений нерозвиненістю фондового ринку, малим рівнем доходів і недовірою населення до фінансових інститутів. Теперішня ситуація підводить до висновків, що вже час відмовитися від старих стереотипів мислення і адаптуватися до нової трирівневої пенсійної системи, що ефективно функціонує у багатьох розвинених країнах світу.

Отже, в сучасних умовах зміни в демоекономічних характеристиках населення України суттєво ускладнюють наповнення Пенсійного фонду та фінансування пенсійних виплат на суспільно прийнятному рівні. Це обумовлює необхідність диверсифікації механізмів пенсійного забезпечення в країні,

зокрема, впровадження накопичувальної пенсійної системи. Реалізація поставлених завдань стане можливою лише за умови формування в суспільстві культури власних фінансових накопичень.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк А. Роль недержавних пенсійних фондів на фінансовому ринку в умовах глобалізаційних процесів / А. Гуменюк, Ю. Мельничук, О. Школенко // Сучасна соціально-економічна система: парадигма, завдання і тенденції у 2-х ч. Ч. 1 / Зб. наук. праць / наук. ред. В. С. Лукач. – Ніжин, 2018. – С. 26–28.

2. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» від 9 липня 2003 року № 1057-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15>.

3. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. (колектив авторів) / за ред. чл.-кор. НАНУ, д.е.н., проф. Е.М. Лібанової.– К.: Український центр соціальних реформ, 2006. – 138 с.

4. Пенсійна система та пенсійна реформа в Україні [Електронний ресурс] / Л. Ткаченко. – Режим доступу: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/14044.pdf>.

5. Чвертко Л. А. Старіння населення як чинник соціально-економічних реформ в Україні / Л. А. Чвертко // Проблеми залучення інвестицій в Україні в сучасних умовах : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції / за ред. Н. П. Резнік. – К.: КиМУ, 2014. – С. 111-113. – Режим доступу: https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2855/1/starinnia_naselennia.pdf.

6. Чвертко Л. А. Соціальна дезінтеграція як загроза національній безпеці України / Л.А. Чвертко // Актуальні проблеми розвитку національної економіки: матеріали Інтернет-конференції (22 жовтня 2014) / ред. кол.: Митяй О.В., Кирилюк І. М., Стойка В. О., Коваль І. В. – Умань.: ФОП Жовтий О.О., 2014. – С. 164–166. – Режим доступу: https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2855/1/starinnia_naselennia.pdf.

Корнієнко Т. О., к. е. н., старший викладач

Кобзін Б. Г., студент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Поступовий перехід економіки України на ринкові відносини, спричиняє появу таких проблем, як: ускладнення умов господарювання та зростання

конкуренції між господарюючими суб'єктами, що може призвести до погіршення їх фінансового стану та банкрутства. Тому необхідним є розробка та впровадження механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства, спрямованої на підтримку стійкого функціонування і розвитку фінансової системи в умовах нестабільного зовнішньоекономічного середовища.

Коли мова іде про фінансову безпеку як підприємства, так і держави, то потрібно приділити увагу такому аспекту як «фінансова політика». Фінансова політика – це цілий комплекс концепцій, програм, а також стратегій, які є в свою чергу основою системи діяльності підприємства. Головною метою фінансової політики є створення раціональної системи управління фінансовими ресурсами, спрямованими на забезпечення стратегічних і тактичних завдань діяльності суб'єкта господарювання.

Важливим елементом механізму управління фінансовою безпекою підприємства є критерії оцінки фінансової безпеки підприємства, які повинні:

- враховувати стратегічні цілі і завдання підприємства;
- включати оцінку функціональних складових фінансової безпеки підприємства, які можуть мати різні пріоритети, в залежності від виду діяльності господарюючого суб'єкта;
- враховувати рівень захищеності потенціалу підприємства;
- використовувати найбільш ефективні види ресурсів;
- включати оцінку ймовірного збитку.

Основними проблемами в цій сфері є:

- нецільове використання фінансових коштів відповідно до стратегічних завдань розвитку підприємства;
- фінансові ресурси є обмеженими;
- проблема інструментального забезпечення вирішення фінансових завдань [1].

Ефективне функціонування підприємства в даний час і в майбутньому – це головна мета забезпечення фінансової безпеки підприємства, яку можливо досягнути за рахунок високого рівня платоспроможності підприємства, прибутку та рентабельності діяльності підприємства.

Дуже важливим у забезпеченні фінансової безпеки підприємства є створення «фінансової архітекtonіки» на основі фінансових ресурсів та джерел їх утворення. Визначати фінансові та грошові потоки підприємства, їх спрямованість, а також забезпечити результат створення, можуть: кредитори, позичальники, інвестори і власники. Все це дозволяє підприємству забезпечити ліквідність, покращити фінансовий стан підприємства, уникнути ризиків діяльності та забезпечити стабільний розвиток суб'єкта господарювання у майбутньому. Комплексна оцінка фінансового стану суб'єктів господарювання

є необхідною складовою процесу управління фінансово-господарською діяльністю та запорукою збереження їх платоспроможності [4].

Недостатньо уваги приділяється управлінню фінансовою безпекою, що зменшує вірогідність оцінити справжній рівень цієї безпеки на підприємстві. В Україні дане питання розглядається на загальному державному рівні або ж на рівні антикризового управління. Цей факт корисний лише тоді, коли підприємство в майбутньому періоді може зазнати фінансової небезпеки. На жаль, аспект фінансової безпеки розглядається не комплексно, що в свою чергу не може ефективно впроваджуватися і розвиватися [3].

Система управління фінансовою безпекою підприємства повинна бути комплексом взаємозалежних збалансованих рішень як у сфері забезпечення захисту фінансових інтересів суб'єкта господарювання, так і в управлінні його фінансовою діяльністю. А також врахувати альтернативні шляхи гарантування безпеки підприємства, при чому вибір конкретного проекту повинен відповідати фінансовій стратегії та політиці підприємства [2; 5].

Важливою умовою підвищення рівня фінансової безпеки є:

- поліпшення правової захищеності усіх сфер діяльності підприємства;
- відбір надійного персоналу;
- забезпечення неможливості витоку інформації за межі підприємства;
- ефективне використання фінансів підприємства;
- підвищення фінансової стійкості та незалежності.

Отже, для забезпечення фінансової безпеки на підприємстві, необхідно проводити діагностику стану суб'єкта господарювання, прогнозувати можливі ризики та загрози, а також здійснювати низку заходів, які гарантуватимуть стабільність системи зокрема та фінансової безпеки в цілому. За правильної, виваженої фінансової політики, підприємство буде захищене як від внутрішніх, так і зовнішніх загроз та ризиків, які можуть призвести до знищення його існування.

Список використаних джерел

1. Копилук О. І., Музичка О. М., Тимчишин Ю. В. Комплексне забезпечення фінансово-економічної безпеки: підручник. Львів: Вид-во Сполом, 2017. 411 с.

2. Корнієнко Т. О. Управління фінансовою безпекою на підприємстві. *Інноваційна економіка*. 2013. № 8. С. 350–353.

3. Пашнюк Л. О. Економічна безпека підприємства: сутність, складові та чинники забезпечення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 22. С. 48–50.

4. Чвертко Л. А. Фінансова санація підприємства як інструмент антикризового управління. *Політичні, правові та фінансово-економічні пріоритети розвитку економіки України: стратегія і перспективи*: зб. матер.

Міжнар. наук.-практ. конф. (Умань, 28 трав. 2014 р.). Умань: ВПЦ «Візаві», 2014. С. 28–32. Режим доступу: <https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/2821/1/finansova%20sanatsiia.pdf>.

5. Чирва О. Г. Фінансово-економічна безпека підприємства: стратегія і механізм управління / О. Г. Чирва // Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К. : «Інформаційно-аналітичне агентство», 2017. – С. 262-265

Кутащук В. В., магістр

*Науковий керівник: Чвортко Л. А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

В сучасному цивілізованому світі страхування є головним і одним із важливих інструментів, за допомогою якого можна реалізувати соціальні та економічні потреби суспільства. Значну частину зазначених потреб задовольняє страхування життя, зокрема, це стосується фінансового захисту від непередбачуваних подій, забезпечення життя після виходу на пенсію, накопичення коштів для отримання освіти та для реалізації інших життєвих планів, створення соціальних пакетів у компаніях для мотивації співробітників і покращення продуктивності праці тощо.

Як відомо, страхування життя – це вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, а також, якщо це передбачено договором страхування, у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та (або) досягнення застрахованою особою визначеного договором віку [2, с. 28].

Досвід розвинених країн показує, що розвиток ринку страхування життя визначається рівнем матеріального забезпечення населення, розумінням населенням необхідності індивідуальної та власної відповідальності і турботи про безпеку та життєві ризики, попереднім досвідом страхування життя населення, доступністю якісних страхових продуктів, розвитком альтернативних фінансових інститутів тощо [5].

Характерними ознаками сучасного страхового ринку України є нестабільні тенденції його розвитку. Втрати страховиків, що займаються страхуванням життя, під час криз більші порівняно з іншими суб'єктами економіки [2, с. 31].

В Україні цей сегмент страхування складає близько 6 % в загальному обсязі усіх видів страхування. Населення через низький рівень платоспроможності та високі інфляційні очікування з кожним роком все менше витрачає на страхування [4, с. 183]. При цьому в країнах з розвинутою економікою і високим рівнем життя обсяг операцій зі страхування життя відповідає обсягу операцій із загального страхування, а в низці країн їх перевищує.

Частка страхування життя у ВВП становить менше, ніж 1 %. Натомість у європейських країнах питома вага страхових платежів за договорами страхування життя досягає 10 % ВВП.

Серед чинників, що стримують розвиток страхування життя в нашій країні, виокремлюють: негативний досвід населення, отриманий через невиконання страховиками своїх зобов'язань; інфляцію; неспроможність населення та юридичних осіб купувати страхові послуги через відсутність вільних грошових коштів; недосконалість законодавчої бази, в тому числі й щодо гарантування збереження вкладених коштів та прозорості інвестиційних інструментів; низький рівень капіталізації страховиків та слабкий розвиток національного перестрахового ринку.

Слід зазначити, що результати функціонування страхових компаній, що надають послуги зі страхування життя, в Україні значно погіршилися через загострення соціально-економічного стану в країні внаслідок окупації частини території країни Російською Федерацією та збройного конфлікту на Сході України. Це призвело до істотного відтоку клієнтів і розірвання значної кількості діючих договорів страхування [3, с. 280].

Зростання світового ринку страхування життя в найближчому майбутньому, на думку експертів, буде забезпечуватися перш за все за рахунок розвитку внутрішніх ринків країн, що розвиваються [2, с. 33], тому стратегія розвитку страхового ринку України має бути орієнтована передусім на досягнення незалежного рівня особистого страхування, зокрема його довгострокових (накопичувальних) видів [1, с. 22].

Отже, наша країна має значний невикористаний потенціал для розвитку страхування життя. Подальший розвиток його визначатимуть гнучка стратегія розширення асортименту страхових послуг, підвищення їх конкурентоспроможності, розбудова інфраструктури страхового ринку. Водночас активізації страхування життя сприятиме підвищення рівня економічного розвитку країни, основним показником якого є зростання ВВП на душу населення.

Список використаних джерел:

1. Мельничук Ю. М. Аналіз факторів впливу на ринок страхових послуг зі страхування життя / Ю. М. Мельничук // Науково-практичний журнал Бухгалтерський облік і аудит. – Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. – 2018. – № 2. – С. 18-24.
2. Чвертко Л. А. Особливості функціонування ринку страхування життя / Л. А. Чвертко, Т. О. Корнієнко // Finansowo-analityczna gwarancja rozwoju gospodarki narodowej: monografia wieloautorska / [Słatwiński M., Czyrwa O., Wiłozkurśkyj M. i in.]; pod red. M. Słatwińskiego. – Warszawa : iScience spz. o. o., 2017. – С. 28-38.
3. Чвертко Л. А. Детермінанти розвитку ринку страхування життя в Україні / Л. А. Чвертко, І. М. Кирилюк // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Управління економічними процесами: сучасні реалії і виклики». – Мукачево, 2017. – С. 279-281.
4. Чвертко Л. А. Стан і перспективи розвитку вітчизняного ринку страхування життя / Л. А. Чвертко, Т. О. Корнієнко // Finansowo-analityczna gwarancja rozwoju gospodarki narodowej: monografia wieloautorska / [Słatwiński M., Czyrwa O., Wiłozkurśkyj M. i in.]; pod red. M. Słatwińskiego. – Warszawa : iScience spz. o. o., 2017. – С. 170–187.
5. Хенке Фолькер. Особливості страхування життя в європейських країнах / Фолькер Хенке // Страхова справа. – 2005. – № 2. – С. 25-28.

Мельничук Ю.М., к.е.н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НАСЕЛЕННЯ ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Фінансово-економічна безпека населення будь-якої країни полягає в сукупності прийнятих заходів щодо убезпечення його життя та здоров'я, соціального та фінансового захисту. Страхування життя виступає як один із найважливіших сфер захисту людини і в кожній галузі є індикатором розвитку держави. Коли стабільність та добробут населення досягає певного рівня, то і працівники, і роботодавці починають думати про своє майбутнє, забезпечувати свою старість, фінансувати ризики, які існують у житті кожної людини. Стрімке старіння населення виснажує фінансову спроможність громадян, що призводить до низького рівня охорони здоров'я та пенсійного забезпечення.

Саме тому довгострокове страхування життя є важливим напрямом для вирішення такої проблеми.

Довгострокове страхування життя для населення будь-якої соціальної ланки дає змогу забезпечити щоденний захист людини – як сьогодні, так і в майбутньому. Це призводить до виникнення двох ефектів – у держави з'являються додаткові довгострокові кошти, які забезпечують фінансування інвестиційних проектів, що сприяє подальшому розвитку економіки країни; працівники отримують страховий захист, накопичення на майбутні періоди, а відтак – захист інтересів людини.

Довгострокове страхування життя населення перебуває на етапі формування. Основними перешкодами і проблемами його розвитку є нестабільна соціально-економічна ситуація на сучасному етапі та особливість культурно-історичних традицій українського суспільства. Тому, навіть при суттєвих змінах в законодавчій базі, страхування життя поки що займає досить слабе місце в економіці та потребує змін в державному регулюванні, а саме: удосконалення інвестиційно-кредитного законодавства, напрямів та сфер діяльності страховика з страхування життя громадян, створення засад для об'єднання страхової та пенсійної системи в Україні; посилення правових та економічних механізмів захисту інтересів страхувальника та стимулювання населення і роботодавців до укладання договорів страхування.

Оскільки переваги накопичувальної страхової системи доведені в дослідженнях раніше, то в основу пропозицій ми ставимо інтереси людини, щоб задовольнити її потреби в пенсійному та страховому забезпеченні [1, с. 151].

Для роботодавців позитивною і сприятливою є позиція, коли працівники бажають здійснювати довгострокове страхування життя, таким чином забезпечувати страховий захист від нещасних випадків, а також здійснювати накопичення коштів на майбутні періоди. Це призводить до зменшення фінансового навантаження роботодавця при настанні страхових випадків та економії коштів на їх покриття, що є привабливим для будь якого сектору економіки. Кошти зосереджуються в страхових компаніях і використовуються в інвестиційних проектах держави.

Тому, інвестиційна діяльність відіграє ключову роль у забезпеченні стійкого економічного зростання, ефективної реалізації політики економічних реформ. Особливе місце в забезпеченні інвестиційного процесу належить страховим компаніям, які, мобілізуючи значну частину фінансових ресурсів юридичних і фізичних осіб та спрямовуючи їх у різні види інвестицій, виконують функції інституційних інвесторів [2, с. 110].

З позиції населення виникає декілька позитивних ефектів від участі в довгостроковому соціальному страхуванні життя, а саме в інвестиційних проектах страхових компаній.

По-перше, населення отримує фінансовий захист при настанні страхових випадків щодо власного життя та здоров'я;

По-друге, збагачується за рахунок довгострокового вкладення коштів в інвестиційну сферу страхової компанії;

По-третє, забезпечує додаткову недержавну пенсію, тощо.

Досліджуючи систему довгострокового страхового захисту населення, можна виділити ряд заходів щодо вирішення даної проблеми, а саме: поєднання страхування життя і пенсійного забезпечення в договорах довгострокового страхування життя. Всі види страхування здійснюються на основі договору страхування, його умовами мусить бути передбачено страхування додаткової пенсії, яке призначене для захисту матеріальних інтересів громадян, зокрема для стабілізації рівня їхнього життя.

Світовий досвід показує, що вирішення фінансових проблем пенсійних систем в сфері науки може відбуватись за трьома напрямками:

1. Збереження у реформованому вигляді державної розподільної пенсійної системи та одночасне стимулювання розвитку добровільних приватних пенсійних програм.

2. Введення багаторівневої розподільчо-накопичувальної пенсійної системи, що передбачає фінансування з різних джерел.

3. Повний перехід до накопичувальної системи [3, с. 196].

Звичайно, коли система пенсійного забезпечення запрацює на державному рівні, буде внесено багато поправок до законодавства. Моє власне бачення щодо цих змін і пропоную:

1. Не обмежувати вік входження до системи.

2. Надати можливість працівникам освіти здійснювати внески не лише з заробітку, але і з інших джерел доходу (бізнес, дохід членів родини, тощо).

3. Надати можливість страховим компаніям, що відповідають вимогам Закону України «Про страхування» і займаються довгостроковим страхуванням життя, бути компаніями з управління активами пенсійного фонду.

4. Внески на пенсійне накопичення сплачувати не в Пенсійний фонд, а одразу в страхову компанію.

5. Пенсійне страхування повинне супроводжуватись страхуванням життя та здоров'я людини.

6. Розширити список напрямів інвестиційної діяльності, що є високоприбутковими для компанії з управління активами.

7. Здійснити пробний етап введення накопичувальної системи на добровільних засадах працівників вищої освіти через довгострокове страхування життя.

Список використаних джерел

1. Мельничук Ю. М. Теорія і практика страхування життя в Україні: Монографія / Юлія Миколаївна Мельничук. – Умань: ВПЦ «Візаві», – 2018. – 204 с.

2. Чвертко Л. А. Інвестиційний потенціал страхових компаній та його вплив на розвиток національної економіки / Л. А. Чвертко // Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку : матер. Міжнародної наук.-практ. конф., 18–19 травня 2017 р., м. Умань / за ред. д.е.н., проф. О.Г. Чирви. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017. – С. 110–113.

3. Залетов О.М. Убезпечення життя [Монографія] / О.М. Залетов. – К.: Міжнародна агенція «БІЗОН», 2006. – 688 с.

4. Слатвінський М. А. Економічна безпека підприємств телекомунікаційної галузі в системі адміністративно-правового регулювання. / М. А. Слатвінський // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2018. – №1(4). – С. 119–129.

Петренко В.А., магістр

Демченко Т.А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Дуже актуальною, спрямованою на дослідження, є думка про те, що для підприємства економічна безпека постає однією з фундаментально важливих категорій його діяльності, відсутність якої не тільки може значно зменшувати позитивні фінансові результати підприємства (наприклад, у разі рейдерського захоплення як наявної загрози), але й негативно впливатиме на саму можливість довгострокового функціонування підприємства [2].

Також досить важливим є те, що економічна безпека підприємства, з позицій саме системного підходу, розглядається як самостійна система, що має структуру, сукупність елементів, зв'язки, взаємодію із зовнішнім та внутрішнім середовищем [4]. Проте за зв'язками завжди стоять процеси, які є причиною розвитку та функціонування як системи економічної безпеки самого підприємства.

Так, С. В. Кавун [3] виділив наступну систему принципів побудови системи економічної безпеки підприємства: законності, стратегічної мети, ієрархії, декомпозиції суб'єктів та об'єктів, взаємозв'язаності та взаємодії, вартісної оцінки об'єктів, базовості (системності), замкнутості, динаміки, реальності.

Е. Е. Ібрагімов [1] розглядає шість блоків принципів організації системи економічної безпеки, а саме: цільові, структурні, функціональні, процесні, операційні та системні принципи.

Синтез та поєднання зазначених принципів дозволили виділити наступні принципи: законності, системності побудови, економічної доцільності, ефективності управлінських рішень, результативності, оптимізації витрат, обґрунтованості, комплексності, збалансованості, своєчасності, безперервності, постійного моніторингу, активності, координації і взаємодії, централізації, інтегрованості, спрямованості на стратегічні цілі, об'єктивності, оперативності і динамічності, варіативності, адекватності реагування, адаптивності, гнучкості управління, розвитку і вдосконалення, стимулювання і відповідальності [1].

Фінансову стійкість підприємства можна забезпечити, перш за все, за рахунок прибутку, який спрямовується на розширення виробництва, фонду дивідендів, додаткового випуску акцій, амортизації, а також коштів від продажу готової продукції, залучення ресурсів іноземних підприємств, кредитів банків та інших позикових коштів. Треба відмітити, що частина таких коштів, наприклад, фонду виробничого розвитку, є потенційним джерелом фінансування розширення власного виробництва. Капітал цього фонду на підприємстві спрямовується на технічне переозброєння, реконструкцію та розширення виробництв і освоєння нових видів продукції.

Отже, найважливішою характеристикою діяльності підприємства є аналіз його фінансової стійкості та платоспроможності. Вона характеризує результат його поточного, інвестиційного і фінансового розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також відображає здатність підприємства відповідати за своїми боргами й зобов'язаннями та нарощувати власний економічний потенціал. Розрахунок показників ліквідності досліджуваного підприємства показано у табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз показників ліквідності ПрАТ «Цеоліт» у 2015-2017 рр.

Показники	Роки		
	2015	2016	2017
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,791	1,459	1,657
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,286	0,537	0,076
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0008	0,0112	0,0107

Розраховані значення показників вказують на негативну ситуацію щодо ліквідності підприємства, однак підприємство має умови для погашення зобов'язань.

Фінансова стабільність підприємства є однією з характеристик фінансового стану підприємства. Водночас, вона пов'язана з рівнем залежності від кредиторів та інвесторів і характеризується співвідношенням власних і залучених коштів.

Для оцінки фінансової стабільності використовують показники як ліквідності та платоспроможності, так і фінансової стійкості (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз показників фінансової стійкості ПрАТ «Цеоліт»

Показники	Роки			Відхилення показника 2017 року від показника 2015 року	
	2015	2016	2017		
				Абсолютне	Відносне
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,595	0,813	0,750	0,155	26,05
Коефіцієнт фінансової залежності	2,052	1,699	1,786	- 0,266	- 87,03
Коефіцієнт маневреності	0,832	0,318	0,447	- 0,385	- 53,72
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	- 0,265	0,314	0,940	1,204	- 354,71
Коефіцієнт співвідношення необоротних і власних оборотних коштів	1,22	1,381	1,339	0,118	9,75
Коефіцієнт чистої виручки	- 0,009	0,262	0,123	0,131	1366,7

Аналіз даних таблиці 2, свідчить про фінансову незалежність підприємства. Це підтверджується розрахунковими значеннями коефіцієнтів. Коефіцієнт концентрації власного капіталу протягом аналізованого періоду незначно збільшується – відносне відхилення показника складає 26,05%, а значення цього перевищує прийнятну норму – 0,6, що свідчить про фінансову надійність підприємства.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновки про те, що досліджуваний ПрАТ «Цеоліт» за аналізований період зберегло виробництво, має позитивні тенденції щодо фінансового стану та передумови для одержання сталих прибутків, однак слід звернути увагу на раціональне використання матеріальних ресурсів і основних засобів та прискорення оборотності обігових коштів.

Список використаних джерел:

1. Ібрагімов Е. Е. Принципи побудови системи економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Е. Е. Ібрагімов // Глобальні та національні

проблеми економіки – 2016. – №6. – С. 330–333. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/67.pdf>.

2. Івченко Є.А. Дослідження принципів побудови та функціонування системи економічної безпеки підприємства / Є.А. Івченко, Ю.А. Івченко // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2017 – №1(61). – С. 46–51.

3. Кавун С. В. Система економічної безпеки: методологічні та методичні засади : монографія / С. В. Кавун. –Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 300 с.

4. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання : [монографія] / Є. І. Овчаренко. – Лисичанськ: «ПромЕнерго», 2015. – 483 с.

Погорєлова Г.С., студентка

Науковий керівник: Мельничук Ю.М., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

Інвестиційні процеси та все, що з ними пов'язано, знаходяться в центрі уваги економічної думки. Проблеми інвестицій є дуже актуальними у сучасній економіці, оскільки будь-яке підприємство формується і розвивається на основі фінансування та інвестицій, а інвестиційна діяльність визначає умови економічного розвитку на макро- та мікрорівнях держави.

Для будь-якого виду діяльності, метою якого є отримання прибутку, важливо розумне і цілеспрямоване вкладання коштів залежно від цілей його розвитку. Такими цілями можуть бути: підвищення рентабельності виробничого процесу, заміна застарілого устаткування на новітні технології, впровадження нової технології виробництва і, як наслідок, розширення виробництва, збільшення частки ринку, підвищення конкурентоспроможності продукції тощо. Іншою не менш важливою проблемою є низька купівельна спроможність громадян України [1, с. 120], що також спонукає підприємців шукати напрями інвестування коштів.

Орієнтиром інвестиційної політики має стати стимулювання притоку прямих інвестицій до високотехнологічних підприємств, що дозволить підвищити якість продукції, її споживчі характеристики загалом, формуючи конкурентоспроможність національних виробників на основі використання досягнень науково-технічного прогресу [2, с. 239].

Досягнення цих цілей неможливе без ефективної інвестиційної політики як самого підприємства, так і з боку держави. Така політика створить високу інвестиційну привабливість для вітчизняних та іноземних інвесторів, забезпечить сприятливий інвестиційний клімат регіонів, конкурентоспроможних господарських систем як важливого завдання стабільного розвитку України. Поради людини є корисними, та вони можуть бути суб'єктивними. Нас цікавить думка справді досвідчених у даному питанні спеціалістів [3].

Проблематика інвестицій широко висвітлена в економічній літературі вітчизняними та зарубіжними авторами. Так, наприклад, у О. Беренса та П. Хавранека широко висвітлене поняття інвестиційного проекту. П. Рогожин, Н. Татаренко, В. Федоренко, А. Череп, розглядали питання інвестицій, інвестиційної діяльності. Ф. Блек і М. Шоулз присвятили багато праць визначенню фінансових інвестицій. У більшості опублікованих робіт автори недостатньо приділяють увагу теоретичному поясненню поняття інвестиції, а також належному з'ясуванню його сутності [4].

До основних напрямків інвестиційної політики в Україні можна віднести наступні [5]:

- зниження соціальної напруги, досягнення остаточного підходу у виділенні коштів на потреби соціальної сфери.
- скорочення фонду виробничого будівництва за рахунок державних коштів і формування надійних інвестиційних джерел, в першу чергу з власних коштів підприємств та ін.
- скорочення централізованих державних капіталовкладень, що виділяються безповоротно. Перехід до нових принципів централізованого фінансування інвестиційної діяльності.
- створення ринку підрядних робіт. Зацікавленість будівельників у виконанні замовлень.
- прискорення темпів розвитку промисловості групи Б.
- прискорення у кілька разів темпів вибуття застарілого обладнання.
- розвиток паливно-енергетичного комплексу, ресурсозберігаючих технологій, конверсія ВПК, забезпечення населення товарами народного споживання вітчизняного виробництва, розвиток медицини і фармацевтичної промисловості.

В Україні вже зараз починають розвиватися усі ці напрями інвестиційної діяльності в умовах формування ринкового механізму. Запорукою успішного розвитку інвестиційного процесу в Україні є позитивні зміни в законодавстві і підтримка інвестиційних проектів з боку держави. З розвитком вітчизняного

виробництва питання інвестицій є одним з головних і тому потребує поглибленого дослідження в економічній проблематиці.

Список використаних джерел:

1. Чвертко Л. А. Тенденції розвитку страхування життя в Україні в умовах економічної нестабільності / Л. А. Чвертко // «Сталий розвиток 2030: економічна, соціальна, екологічна та політична складові» матеріали доповідей міжнародної міждисциплінарної конференції (Грузія, Тбілісі, 2017). – Тбілісі – Львів, 2017. – С. 116-121.

2. Слатвінський М. А. Стратегічні орієнтири інвестиційної політики як чинника економічної безпеки суб'єктів господарювання / М. А. Слатвінський // Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2017. – с. 239-243.

3. Мельничук Ю. М. Теорія і практика страхування життя в Україні: Монографія / Ю. М. Мельничук. – Умань: ВПЦ «Візаві», – 2018. – с. 101-102.

4. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К.: Знання, 1999. – 180 с.

5. Ткаченко И. Ю. Инвестиции: Учебник / И. Ю. Ткаченко // – М.: ИЦ «Академия», 2013, – С. 240.

Просьянкін А. Г., студент

Науковий керівник: Стойка С. О., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

Сучасний стан та рівень розвитку діючої системи пенсійного забезпечення в Україні є однією з найгостріших соціально-економічних проблем. Політика соціально-економічного розвитку України спрямована на забезпечення стійкого підвищення рівня життя населення, вимагає поглиблення досліджень і розробки ефективних кроків щодо підвищення ефекту пенсійної реформи. Проте остаточного вигляду система соціального захисту ще не отримала і перебуває у процесі постійного реформування.

Упродовж останніх років актуальними є питання дефіциту бюджету Пенсійного фонду України, зокрема порушення принципу економічної залежності видатків на споживання від отриманих доходів і ВВП, дисбаланс розвитку пенсійної системи в рамках його дохідної і видаткової частин. Не

менш важливою для України є демографічна проблема – старіння нації, що призводить до скорочення частки працюючого населення та, відповідно, зростання навантаження на ПФУ. За таких умов особливої уваги потребують питання збалансованості бюджету Пенсійного фонду України, а також ефективного й раціонального використання коштів Пенсійним фондом [3].

Пенсійний фонд України є ключовою інституцією, діяльність якої безпосередньо впливає на стабільність функціонування державних фінансів. Пенсійний фонд України бере участь у формуванні та реалізації державної політики у сфері пенсійного страхування, забезпечує збирання та акумулювання страхових внесків, повне і своєчасне фінансування витрат на виплату пенсій і допомог на поховання та здійснює контроль за цільовим використання коштів.

Можна виділити такі основні проблеми пенсійної системи України:

- доходи та видатки Пенсійного фонду України незбалансовані;
- незадовільний стан демографічної ситуації в Україні;
- низький рівень пенсій більшості осіб, які досягли пенсійного віку;
- високий розмір пенсійних внесків призводить до «тінізації» виплат працівникам, але недостатній для покриття пенсійних видатків.

Для економії та раціонального використання коштів Пенсійного фонду України, зокрема, адміністративних витрат, реалізовано низку заходів: у 2015 р. розпочато оптимізацію структури органів ПФУ, у 2016 р. здійснено перехід ПФУ на електронну систему публічних закупівель.

Лише за рахунок оптимізації структури територіальних органів із запланованим скороченням їх кількості майже вдвічі та зниженням граничної чисельності працюючих на 6,5 тис. осіб, або на 17,7 %, економія адміністративних видатків Пенсійного фонду в 2015-2016 рр. вже становила 477,8 млн грн, у 2017 р. склала 532,2 млн грн.

Також, зміни відбулись і в дохідній частині бюджету ПФУ. Причиною зміни показників власних доходів є, зокрема:

- зміна максимальної величини бази нарахування ЄСВ (з 25 розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб на 15 розмірів мінімальної заробітної плати);
- скасування пільгової ставки ЄСВ (0,5 розміру мінімального страхового внеску) для 1 групи платників єдиного податку;
- запровадження сплати ЄСВ для членів фермерських господарств [1].

Кошти, отримані від економії, спрямовуються на підвищення заробітної плати працівників ПФУ та оновлення його парку комп'ютерної техніки. За три останні роки середня заробітна плата в органах Пенсійного фонду у працівників головних управлінь зросла на 41,1%, у працівників територіальних управлінь –

на 38,1%. Водночас залишаються питання щодо формування кадрового забезпечення пенсійної служби: серед керівників повну вищу освіту мають 95,1%, серед інших державних службовців – лише 85,4%.

Отже, існує нагальна потреба у підвищенні кваліфікації кадрів, у тому числі й шляхом освітньої підготовки у закладах вищої освіти задля здобуття повної вищої освіти.

До перспективних завдань, що передбачені Стратегією модернізації та розвитку Пенсійного фонду України, слід віднести: запровадження інноваційних технологій шляхом інтеграції інформаційних ресурсів Фонду і створення централізованої системи аналітики та управління фінансами, впровадження технології індивідуально-масового електронного інформування громадян, перехід на електронний документообіг [2].

Зокрема, у 2018 р. передбачено вирішення таких завдань із запровадження інформаційних технологій та сервісів:

- запровадження електронної системи реєстрації трудових відносин;
- запровадження електронного свідоцтва соціального страхування;
- завершення внесення даних із паперових пенсійних справ до централізованої системи призначення та виплати пенсій та створення Реєстру електронних пенсійних справ;
- розширення даних Реєстру застрахованих осіб щодо різних соціальних виплат та даних інших державних реєстрів;
- розширення категорій та числа громадян, яким видано електронне пенсійне посвідчення;
- розширення кількості Центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП), де надаються пенсійні послуги, створення агентських пунктів обслуговування;
- дистанційне обслуговування клієнтів та надання індивідуальних послуг через Контакт-центр ПФУ;
- розширення переліку послуг, що надаються через веб-портал, збільшення числа користувачів порталу, його інтеграція з Єдиним порталом адміністративних послуг, іншими інформаційними ресурсами;
- запровадження індивідуально-масового інформування громадян засобами мобільного зв'язку та електронною поштою;
- впровадження системи аудіо та відео фіксації обслуговування громадян в органах ПФУ [2].

Вважаємо, що успішне вирішення цих завдань забезпечить зміцнення фінансової стабільності, підвищення прозорості діяльності, оптимізує адміністративні видатки Пенсійного фонду України; сприятиме запровадженню європейських стандартів надання пенсійних послуг.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Пенсійного фонду України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.pfu.gov.ua>.
2. Про схвалення Стратегії модернізації та розвитку Пенсійного фонду України на період до 2020 року : Розпорядження КМУ № 672-р від 14.09.2016р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Коваль Л. Як подолати дефіцит Пенсійного бюджету?/ Л. Коваль // Урядовий кур'єр. - 22 червня 2016 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua>.

Рець Б. М., магістр

*Науковий керівник: Залюбовська С. С., к.е.н., доцент
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

СТРАХУВАННЯ МАЙНОВИХ РИЗИКІВ

Досліджуючи світовий ринок страхування та його структуру за макроекономічними показниками, чітко усвідомлюємо нерівномірність його розвитку в різних регіонах світу. Розуміємо, що без розвиненої системи страхування економіка не може успішно функціонувати. У державах з високим рівнем економічних відносин майнове страхування не тільки звільняє бюджет від видатків на відшкодування збитків при настанні страхових випадків, але є й одним з джерел довгострокового інвестування.

Розглядаючи страховий ринок України в цілому, можна стверджувати, що найбільший сегмент його структури належить майновому страхуванню, яке є одним із видів підприємницької діяльності. Його значення зумовлене тим, що в господарській діяльності юридичних осіб та життєдіяльності людей майно служить обов'язковим елементом і забезпечення йому страхового захисту є пріоритетним у страхових відносинах, адже всі суб'єкти господарювання прагнуть, як відомо, отримати і максимізувати свої прибутки. Тому підприємствам просто необхідно співпрацювати з страховими компаніями, так як страхування майна є тим самим засобом захисту, за допомогою якого можна мінімізувати негативну дію різноманітних явищ у суспільному житті і навіть попередити чи взагалі усунути небажані наслідки їх дії.

Сучасні відносини нормативно-правового забезпечення у майновому страхуванні на страховому ринку України свідчать про певні недоліки в чинному законодавстві. Значний внесок в розробку основ майнового страхування зробили вчені Гаррі Маркович, Тобін, Бланд Д., Дж. Діксон,

Гейльман В., Внукова Н., Гаврийський В., Говорушко Т., Мотильов Л., Завійська О. І., Фисун В. І., Ярова Г. та інші.

Розвиток страхового бізнесу показав його прибутковість, тому в нашій країні не прослідковується значного спаду кількості страхових компаній. В сучасних умовах конкурентної боротьби страхові пропонують все більше коло страхових послуг, тобто страхування різноманітних ризиків, що призводить до постійного зростання значення страхування в сучасному суспільстві. А «в галузі ризиків сформувались спеціальні методи управління ними. Вони відомі у фаховій термінології як «Risk Management». Основним завданням цієї системи є створення та досягнення найбільш ефективної системи антикризових заходів. Основними етапами управління ризиком є діагностика або аналіз ризику, контроль та фінансування ризику» [1].

Майнове страхування – це найдавніша і традиційно розвинена галузь страхування, у якій об'єктом страхових відносин виступає майно в різних його видах. Майно – сукупність речей і матеріальних цінностей, що знаходяться у володінні будь-якої особи. У цивільному праві майно – матеріальний об'єкт цивільних прав власності, сукупність майнових прав або майнових прав та обов'язків, які належать визначеній особі.

Внукова Н.М. визначає, що основні принципи майнового страхування – відшкодування прямого фактичного збитку застрахованого об'єкта. Підприємство має право страхувати будь-яку частину свого майна. У майновому страхуванні поширений стандартний набір ризиків, однак у ліцензуванні страхових компаній окремо виділено певні ризики. Автор представляє класифікацію майнового страхування, розподіляючи небезпеки, «за ієрархією не пов'язаних між собою:

1. Страхування від вогню та інших стихійних лих (землетрусів, повеней тощо) таких матеріальних об'єктів, як будівлі, споруди, обладнання, продукція, сировина, матеріали, домашнє майно тощо.
2. Страхування сільськогосподарських культур від посухи та інших стихійних лих.
3. Страхування на випадок падежу чи вимушеного забою худоби.
4. Страхування засобів транспорту від аварій, крадіжок та інших небезпек» [2].

У статті Наливайка Д.В. зазначено, що страхування майна має ряд особливостей, зокрема: доволі велика вартість об'єктів; значні страхові суми; максимальна відповідальності страховика; перестраховування; для різних галузей промисловості існування специфічних ризиків; необхідність грамотного формування умов страхування, тобто андеррайтинга та оцінки ризику, та інше [3].

Сучасний стан розвитку ринкових відносин зосереджується на добровільному страхуванні майна та забезпечує страховий захист від пошкодження та загибелі майна внаслідок певних причин, та «відшкодуванню підлягають лише ті збитки, яких зазнав страхувальник, вживаючи заходи, спрямовані на врятування майна та зменшення наслідків страхового випадку. Страхова сума визначається страховиком за погодженням із страхувальником з урахуванням особливостей конкретного об'єкта страхування. Згідно зі статтею 10 Закону України «Про страхування» при майновому страхуванні страхова сума встановлюється в межах вартості майна за цінами і тарифами, що діють на момент укладання договору, якщо інше не передбачено договором страхування» [4].

Врегульовуючи вимоги страхувальника щодо відшкодування збитків, страховик отримує ряд проблем, пов'язаних з реальною вартісною оцінкою майна та збитків, що з'являються з настанням страхової події. А страхове відшкодування застрахованого майна сплачується підприємству тільки після того, як повністю виявлено причини та розмір збитків.

Можемо стверджувати, що досить важливим фактором у розвитку підприємництва відіграє майнове страхування. Воно відноситься до окремої галузі страхової діяльності, де «об'єктом страхового захисту є майно в найрізноманітніших його проявах. Економічне призначення майнового страхування полягає в компенсації шкоди, заподіяної страхувальнику внаслідок страхового випадку із застрахованим майном як матеріальним, так і фінансовим» [5].

Отже, створення дієвої системи майнового страхового захисту є основою для забезпечення стабільності та ефективності економічних відносин, підвищення рівня добробуту населення та соціальної стабілізації, створення потужної системи захисту як фінансів держави, так й інтересів окремих громадян та підприємництва, що можливо лише шляхом проведення ефективної державної політики, спрямованої на стабілізацію страхового ринку в Україні.

Список використаних джерел:

1. Марценюк-Розарьонова О. В. Майнове страхування, його особливості, значемість та перспективи розвитку / О. В. Марценюк-Розарьонова, О. В. Шуляк // Збірник наукових праць ВНАУ. – Серія: Економічні науки. – №4 (81). – 2013. – С. 130-137.

2. Внукова Н. М. Страхування: теорія та практика: Навчально-методичний посібник / Н. М. Внукова, В. І. Успенко, Л. В. Временко та ін.; за загальною редакцією проф. Внукової Н. М. – Харків: Бурун Книга, 2004. – 376 с.

3. Наливайко Д. В. Особливості здійснення та значення страхування майна у системі фінансових послуг / Д. В. Наливайко // Молодий вчений. – № 3 (30) – 2016. – С 130-133.

4. Фисун В. І. Страхування. Навч. посіб. / В. І. Фисун, Г. М. Ярова. – К.: Центр учбової літератури. - 2011. – 232 с.

5. Страхування: підручник / [Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Пікус Р. В. та ін.]; за ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008. – 1019 с.

Розумей К. В., студентка

Науковий керівник: Мельничук Ю.М., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЕФЕКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Безумовно фінансовий сектор відіграє ключову роль у розподілі фінансових ресурсів в економіці. Ефективність банків має суттєвий вплив на економічну діяльність і значимість її проявляється як на макро-, так і мікрорівні. В умовах формування ринкової фінансово-кредитної системи, конкурентоспроможності банківських послуг, продуктів перед банками постає завдання підвищення ефективності діяльності на основі впровадження оптимальних форм господарювання і управління банківською діяльністю. Особливе місце в цьому питанні посідає фінансовий аналіз діяльності банку, оскільки саме регулярне проведення банком аналізу дає можливість досягнення економічної ефективності функціонування банку. З урахуванням цього є потреба у більш детальному теоретичному і методичному дослідженні ефективності діяльності банку.

Фахівці знають, що фінансова надійність банківської установи визначається шляхом розрахунків ряду показників: співвідношення власного та залученого капіталу, ліквідних активів і короткострокової дебіторської заборгованості, та інші. Однак для такого розрахунку потрібні показники фінансової звітності. У багатьох розвинених країнах світу розрахунком показників займаються рейтингові агентства [1, с. 197]. На основі результатів такого рейтингу ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» є одним з лідерів за результатами діяльності в своїй сфері.

ПАТ «Райффайзен Банк Аваль») зареєстровано 27 березня 1992 року (до 25 вересня 2006 року - Акціонерний поштово-пенсійний банк «Аваль»). Із жовтня 2005 року банк став частиною банківської групи Райффайзен Інтернаціональ

Банк-Холдинг АГ, Австрія (із жовтня 2010 р. - Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ). Станом на 31 березня 2016 року Група РБІ володіла 68,28% акцій українського банку, Європейський банк реконструкції та розвитку - 30% акцій [2].

Широкий перелік стандартних та новітніх банківських послуг надаються більш ніж 2,6 млн клієнтам Райффайзен Банку Аваль через загальнонаціональну мережу, до якої станом на кінець березня 2016 року входили 577 відділень по всій Україні. Райффайзен Банк Аваль залишається лідером із якості обслуговування в українському банківському секторі. За оцінкою компанії GfK-Україна, яка спеціалізується на дослідженні ринків, репутація Райффайзен Банку Аваль перевищує середньоринкову.

Розглянувши особливості банківської діяльності Райффайзен Банку Аваль, нами були зроблені висновки, що аналіз і оцінка економічної ефективності банку не може зосереджуватись лише визначенням показників прибутку і рентабельності. Необхідно визначити, за рахунок чого досягається окрема величина прибутку. Так, необхідно знати співвідношення власних і залучених ресурсів; чи виконує статутний капітал функції, які на нього покладені; якісну структуру активів і пасивів; який рівень ризику (кредитного, валютного, процентного) супроводжує отримання прибутку. Крім цього, дійшли висновку, що ефективне функціонування банку залежить від якості проведеного аналізу діяльності на основі всіх доступних даних для аналізу, і на основі аналізу всіх сторін діяльності банку, що здійснюється їх фінансистами та економістами.

Особливістю використання банком міжнародного досвіду оцінки економічної ефективності діяльності банку є те, що показники концентруються на ефективності з точки зору акціонерів. Тому використовується «система збалансованих показників» в якості системи не тільки фінансових показників як одних з основних критеріїв оцінки результатів діяльності організації (банку), але й в якості системи показників нефінансового характеру, що оцінюють задоволеність покупців і акціонерів, ефективність внутрішніх бізнес-процесів, потенціал співробітників з метою забезпечення довгострокового фінансового успіху компанії. Тому доцільно вивчати дану систему збалансованих показників, яка дає можливість управління ефективністю банком у довгостроковій перспективі, і пристосовувати до особливостей функціонування українських банків [4].

Отже, для покращення аналізу ефективності діяльності банку потрібно врахувати найсуттєвіші фінансові особливості банківських установ: капітальну стійкість, комерційну, організаційну, функціональну та фінансову стійкість.

Список використаних джерел:

1. Войтенко Ю. М. Кому довірити страхування життя? / Ю. М. Войтенко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: Наук. зб. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2009. – Вип. 5. – Т.2. – с. 196–202.
2. Офіційний веб-сайт «Райффайзен Банк Аваль» (2018) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.aval.ua/ua>.
3. Офіційний веб-сайт «Мінфін». Банківський рейтинг (2018) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/banks/rating>.
4. Войтенко Ю. М. Накопичувальна страхова система в Україні / Ю. М. Войтенко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: Наук. зб. – Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2010. – Вип. 6. – Т.1. – С. 181–189.
5. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 року №2121-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.

Сербулов Б. В., студент

Науковий керівник: Вінницька О. А., к. е. н, доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Протягом останніх років в Україні не вдалося подолати негативні процеси соціально-економічного розвитку територій. Прийняття Конституції України сприяло здійсненню ряду заходів, спрямованих на формування організаційно-правових та фінансових основ системи територіальної організації влади, зокрема було ратифіковано Європейську хартію місцевого самоврядування, ухвалено базовий Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» та інші законодавчі акти з питань місцевого та регіонального розвитку. Прагнення України до вступу в Європейський Союз ґрунтується на цілях та завданнях, реалізація яких є обов'язковою у найближчій перспективі. Одним з таких завдань є проведення адміністративно-територіальної реформи та реформи місцевого самоврядування, тобто адміністративної та фінансової децентралізації та формування концепції фінансової безпеки місцевих громад в Україні.

Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» деталізує норми Конституції і передбачає можливість добровільного об'єднання в одну громаду жителів кількох сіл. Зокрема, у ст. 6 Закону йдеться про те, що територіальні громади є основним носієм функцій і повноважень місцевого самоврядування, а мешканці кількох сусідніх сіл можуть об'єднуватися в одну територіальну громаду за рішенням місцевих референдумів відповідних сіл [4].

Децентралізація влади – це справжній шлях покращення якості повсякденного життя місцевих громад, це самодостатні громади. Основне поняття «децентралізація» слід розглядати як зміну системи управління, яка забезпечить передачу значної частини центральної влади до місцевого самоврядування.

Відомий американський вчений М. Белл тлумачить поняття децентралізації як спосіб вимірювання розміру переходу національної економіки від адміністративно-командної до ринкової [3].

За результатами вивчення та розгляду питань концепції адміністративної та фінансової децентралізації та особливостей формування фінансової безпеки місцевих громад в Україні було встановлено, що проведення ефективних реформ на місцевому рівні призведе до таких результатів:

- прозорість і відкритість процедур прийняття рішень місцевими органами влади щодо управління місцевими бюджетами та процесу їх реалізації, що зумовить підвищення ефективності адміністративної діяльності, одержання ефективної економічної, фінансової інфраструктури, максимально наближеної до споживача публічних послуг;

- поліпшення державних послуг;

- всебічні можливості управління місцевими бюджетами та розширення ресурсної бази;

- горизонтальні відносини між державними органами управління, органами місцевого самоврядування, приватним сектором;

- інструменти для створення інвестиційного середовища.

Надання державних послуг на місцевому рівні повинні бути у повноваженні місцевого самоврядування. Надаючи місцеві громадські послуги на місцевому рівні, регіональний уряд може адаптувати їх якість і кількість до місцевих умов і обставин та отримати більші переваги. Надання кращої якості послуг дозволить місцевим громадам залучити на свою територію бізнес і, тим самим, підвищити ціни на нерухомість. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню обсягів податків від виробничої діяльності та продажу нерухомості, які необхідно залишити на місцевому рівні [6; 7].

Основним завданням, що стоїть перед бюджетною децентралізацією – це пошук достатніх обсягів фінансових ресурсів, які б в повній мірі забезпечили

фінансову незалежність місцевих бюджетів бюджетної системи України [5, с. 299]. Таким чином, об'єднання місцевих громад - це перспектива переходу на новий рівень місцевого самоврядування.

Регуляторні механізми, крім встановлення норм управління територіальними фінансами і вимог до якості управління в умовах бюджетної децентралізації, покликані містити стимулюючі елементи, що сприяють відповідальній самостійності у проведенні бюджетної політики на субнаціональному рівні. Для ефективного функціонування органів місцевого самоврядування на основі фіскальної децентралізації та реалізації її автономії щодо витрат, місцеві органи влади повинні мати бюджетну та податкову автономію [2].

Так, існує чотири виміри такої автономії - це можливість змінювати податкові ставки, затвердження податкової бази, здатність приймати рішення про введення конкретного податку та можливість збору податків, що накладаються на місцевому рівні.

Це включає можливість зміни ставки податку, що є найважливішою особливістю податкової автономії, оскільки за відсутності повноважень місцеві органи влади не можуть запровадити, при необхідності, додаткові податки [1, с. 11].

Це дуже важливе правило фіскальної децентралізації, тому що основним джерелом формування доходів місцевих бюджетів є податкові надходження. Місцеві органи влади мають дуже обмежений вплив на встановлення ставок податків, які є основою формування власних надходжень місцевих бюджетів. Тому, в контексті вищезазначеного, підтримуємо думку про те, що доцільно розширити права органів місцевого самоврядування у сфері встановлення податків і зборів, а за центральними органами влади залишити контроль за рівнем загального податкового навантаження. Головним напрямом зміцнення місцевих бюджетів є удосконалення механізму справляння податків, а ефективне використання доходів місцевих бюджетів в свою чергу є ключовим інструментом зміцнення всієї фінансової та економічної системи країни. Таким чином, пріоритетним завданням бюджетної політики України є забезпечення сприятливих умов функціонування місцевих бюджетів.

Список використаних джерел:

1. Барвіцький В. У пошуках шляхів формування дієздатних територіальних громад: міжнародний досвід / В. Барвіцький // Проблеми децентралізації: національний та міжнародний досвід. Збірник матеріалів та документів / Науковий редактор: М. Пухтинський. – К.: Атіка-Н, 2006. – 245 с.

2. Вінницька О. А. Теоретичні аспекти бюджетної децентралізації в контексті реформ державного управління в Україні / О. А. Вінницька,

Т. Г. Бондарук, М. Дубина // Світ фінансів. - Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ «Економічна думка», 2018. – № 2 (55). – С. 7-19.

3. Камінська Н. Децентралізація влади і досвід її проведення у зарубіжних державах / Н. Камінська // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>.

4. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 №280/97–вр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>

5. Чвертко Л. А. Доходи місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації / Л. А. Чвертко, Н. В. Осадчук // Економіка міста та урбаністика: матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (23 березня 2018 р.) – Київ : КНЕУ, 2018. – С. 296–299.

6. Bos Frits. Economic theory and four centuries of fiscal decentralisation in the netherlands / Frits Bos // OECD JOURNAL ON BUDGETING. 2012. – Volume.– 2012/2. – 54 p.

7. Чирва О. Г. Формування політики підвищення конкурентоспроможності регіональної соціально-економічної системи / О. Г. Чирва // Збірник наукових праць УНУС. Сер. «Економічні науки». – Умань, 2011. – Вип. 75, ч.2. – С. 402 – 408.

Слатвінський М. А., к. е. н., доцент
Дяченко А. С., магістр

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Останнім часом все частіше функціонування та розвиток підприємств розглядається в контексті їх економічної безпеки, причиною чому виступає необхідність ухвалення ефективних управлінських рішень в умовах економічної невизначеності, турбулентності, проявів високих рівнів ризику. Важлива роль у забезпеченні сприятливих умов для безпечної економічної діяльності підприємств належить оцінюванню, яке покликане на основі достовірних кількісних оцінок рівня економічної безпеки надавати необхідну інформацію для ухвалення відповідних управлінських рішень.

Проблема ускладнюється наявністю широкого кола методик оцінювання рівня економічної безпеки підприємств різних за методологією, покладеною в основу їх розробки.

Окремої уваги заслуговує публікація Е. Е. Ібрагімова [1], в якій автор систематизував різноманітні підходи до класифікації методів оцінювання рівня економічної безпеки підприємств. Її детальне опрацювання дозволяє дійти висновку, що в основу різноманіття наявних методів покладаються концептуальні різнобачення проблем економічної безпеки.

Оцінювання економічної безпеки підприємства за таких умов має базуватися на виявленні відповідей на основні методологічні питання, які стосуються предмету оцінки (стан економічної безпеки, рівень захищеності, зміст та характер загроз безпеці тощо) та змістовних особливостей окремих груп підприємств та їх економічної безпеки.

Для підприємств, що функціонують в умовах економічної невизначеності та проявів високих рівнів ризику, при оцінюванні рівня економічної безпеки доцільно використовувати методи економіко-математичного моделювання, які можуть бути адаптовані до конкретного типу підприємства. Існує значний позитивний досвід їх використання, висвітлений в ряді наукових публікацій [3; 4; 5]. Зокрема, обґрунтовано доцільність їх використання при виявленні тенденцій зміни індикаторів безпеки і виявлення на цій основі загроз економічній безпеці підприємств [2]. Моделювання є визначальною рисою сучасних економічних досліджень, «економісти йдуть у світ економічних моделей для того, щоб оволодіти тим, що є ядром, сутністю економічних явищ» [6].

В основу оцінювання рівня економічної безпеки підприємств доцільно покласти методи графічного та комп'ютерного економічного моделювання, методи якісно-кількісного оцінювання нечітких множин. Особливий інтерес становить застосування останніх для визначення порогових значень для оцінювання рівня безпеки підприємств. Моделюються зміни індикаторів на основі побудови оціночних шкал, що описують можливі стани безпечної діяльності.

Згадане моделювання на основі використання математичного апарату нечітких множин передбачає проходження ряду етапів:

- визначення переліку показників, які характеризують стан економічної безпеки підприємства;
- розробка моделі розрахунку рівня економічної безпеки на основі обраних показників. Вона дозволяє визначити зміни індикаторів, значення яких мають відповідати $(0;1)$, що характеризують стани обраних показників;
- планування та проведення за допомогою спеціального програмного забезпечення комп'ютерного економічного моделювання на основі попередньо сформованої моделі, яка відображає стан економічної безпеки підприємства;

- візуалізація отриманих результатів моделювання. Може бути реалізована в довільній формі з єдиною вимогою – відобразити динаміку стану економічної безпеки підприємства;

- групування результатів моделювання у відповідності до конкретного стану економічної безпеки та побудова зон безпеки діяльності підприємства.

Оптимальним є визначення п'яти станів (криза, максимальна небезпека, небезпека, загрози, безпека), функції приналежності яких знаходяться в інтервалі (0;1). Елементи змінної у вигляді її графічного відображення функціями приналежності є компонентами нелінійної нечіткої шкали оцінки рівня економічної безпеки за конкретним індикатором (рис. 1).

Розглянутий метод побудови нечітких шкал є адаптивним для будь-яких індикаторів. Основою його побудови є припущення залежності конкретного індикатора економічної безпеки від певних показників діяльності підприємства, що також дозволяє прогнозувати напрям зміни рівня економічної безпеки від поточного стану.

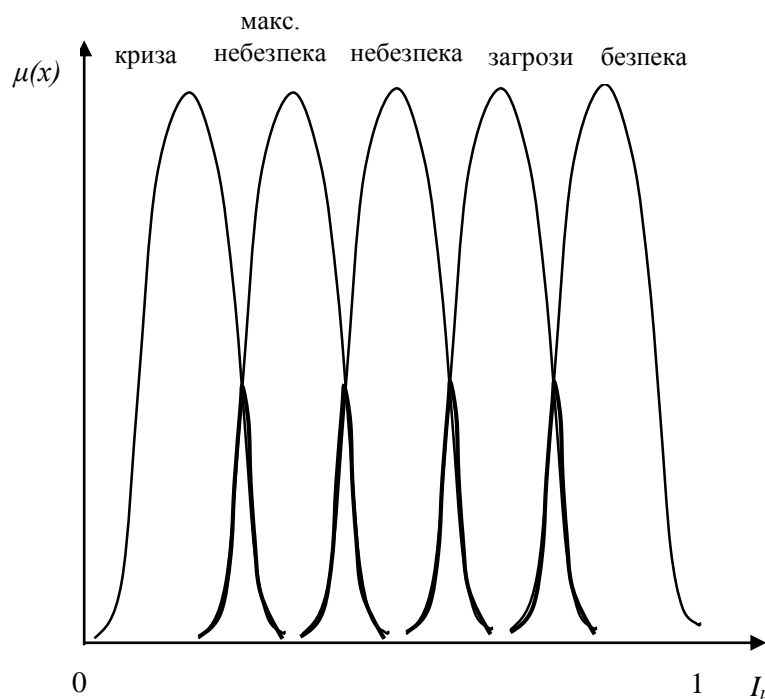


Рис. 1. Нелінійна нечітка шкала оцінки рівня економічної безпеки

Важливим завданням при оцінюванні рівня економічної безпеки підприємства є вироблення методології, стандартів та норм, спрямованих на спрощення організації та автоматизацію оціночної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ібрагімов Е. Е. Систематизація методичних підходів оцінки рівня економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. Вип. 13. Ч. 1. 2015. С. 90–92.
2. Митяков Е. С. Разработка математических методов анализа и прогнозирования поведения индикаторов экономической безопасности: Автореферат на соискание уч. степ. канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2012. 23 с.
3. Полтавська Є. О., Кавун С. В. Методичний підхід до аналізу та оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol 2, № 13. 2012.
4. Хома І. Б. Формування системно-комплексного підходу в оцінці рівня економічної безпеки підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. С. 32–41.
5. Слатвінський М. А. Сучасні підходи до оцінювання інноваційно-інвестиційних проектів. *Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць*. Київ, 2010. Вип. № 1 (104). С. 53-56.
6. Morgan, Mary S. (2012). *The World in the Model. How Economists Work and Think*. Cambridge University Press, 421.

Станіславчук Н. О., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПАРТИЦИПАТОРНИЙ БЮДЖЕТ В УКРАЇНІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ

Бюджет участі є відносно новою для України практикою прямої участі громадян в розподілі коштів місцевих бюджетів. Впровадження партиципаторного бюджету започатковано з 2015 р. за підтримки Фондації ПАУСІ в рамках Проекту «Партиципаторний бюджет – можливості для підвищення громадської активності і встановлення належного партнерства з органами влади» в трьох містах (Черкаси, Чернігів, Полтава), який реалізується в рамках Польсько-Канадської Програми Підтримки демократії, співфінансованої з програми польської співпраці на користь розвитку Міністерства закордонних справ РП та канадського Міністерства закордонних справ, торгівлі та розвитку (DFATD). В цілому ж на сьогодні партиципаторний бюджет активно впроваджується в більш ніж 45 містах, 23 з яких – обласні центри [2].

Приймаючи рішення про впровадження громадського бюджету в Україні, ініціатори часто мотивовані саме довгостроковими змінами, котрі виникають в процесі партиципаторного бюджетування. У зв'язку з поширенням впровадження бюджету участі в Україні все більш актуальним є дослідження соціально-економічних ефектів партиципаторного бюджетування та управління ними.

Ефект – результативність діяльності, реалізації програм та заходів, що характеризується відношенням отриманого (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату. На відміну від результатів, які можна виміряти, наприклад, в кількості залучених громадян і розмірі бюджету, розподіленого за участю громадян, фактичне вимірювання соціально-економічних ефектів є більш комплексним завданням. Ефекти фіксуються на рівні регіональних статистичних та адміністративних показників, в результатах соціологічних досліджень, а також - в електоральній поведінці жителів.

Ефекти можна розділити на економічні, соціальні, інституційні, управлінські. Економічні ефекти відображаються у фінансових показниках і проявляються у зростанні ефективності витрачання коштів, об'ємах залучених позабюджетних коштів, що в цілому може сприяти економічному розвитку території. Власне соціальними можна назвати ефекти, які пов'язані з суб'єктивним сприйняттям жителями поліпшення якості життя, підвищення рівня довіри до влади та всередині громади. Ефекти у сфері управління - ті, які пов'язані з розвитком нових знань, компетенцій працівників державних і органів місцевого самоврядування.

Під соціально-економічними ефектами партиципаторного бюджетування пропонується розуміти соціально-економічну результативність діяльності, реалізації програм та заходів на території впровадженої практики бюджету участі. Вона включає як об'єктивні економічні параметри розвитку території, так і суб'єктивні параметри: оцінка якості життя населення, участь громадськості в процесах прийняття рішень, електоральні настрої.

В даний час Світовим банком ведеться кілька дослідницьких проектів з метою відпрацювання методології вивчення ефектів, шляхом порівняння регіонів, де послідовно реалізують партиципаторне бюджетування, з регіонами де не реалізується (або тільки приступають до реалізації).

В міжнародній практиці економічні та інституційні ефекти вимірюють на основі динаміки регіональних показників за даними органів статистики та інших офіційних джерел; соціальні, управлінські - з допомогою формалізованого опитування представників обласних і районних органів влади, залучених в проекти громадського бюджету, населення громад.

Підбиваючи підсумок, слід зазначити, що ідея впровадження бюджету участі стає потужним інструментом у руках громадян, про що свідчить позитивний досвід багатьох країн світу та своєрідна мода на активізацію громадської участі. Бюджет участі має величезний потенціал, але для його ефективного використання потрібно провести загальнонаціональне кількісне соціологічне дослідження впровадження практики бюджетів участі, масштабне фокус-групове дослідження жителів і глибинне опитування районів і громад, яке дозволить зрозуміти соціально-економічні ефекти впровадження партиципаторного бюджетування та особливості управління ними в Україні.

Список використаних джерел:

1. Participatory Budgeting Worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/livros/1097_DG-25_bf.pdf
2. Бюджет участі в містах України: регіональний розріз [Електронний ресурс] / Сайт «Ресурсний центр ГУРТ». – Режим доступу <https://gurt.org.ua/articles/42964>.
3. Васильєва Н. В. Залучення громадськості в українських містах (на прикладі бюджету участі) [Електронний ресурс] / Н. В. Васильєва // Публічне урядування. - 2016. - № 4. - С. 125-133. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pubm_2016_4_14.

Степаненко Д. В., студентка

Науковий керівник: Станіславчук Н.О., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ

В умовах жорсткої конкуренції банки пропонують різноманітні види послуг, але не кожен портфель банківських послуг є оптимальним як для фінансової установи, так і для його клієнтів. Тому актуальним є дослідження питань підвищення якості портфелю, як банківських послуг в цілому, так і кредитного зокрема. Кредитний портфель займає найбільшу питому вагу у структурі активів банку, тому від якості кредитного портфеля залежить якість активів в цілому, а отже, і рівень фінансової стійкості банку, що спричиняє необхідність більш детального аналізу.

Рівень фінансової стійкості банку суттєво залежить від якості його активів. Зовнішнє та внутрішнє оточення функціонування банків динамічно змінюється, тому необхідно вчасно реагувати на зміни, особливо з метою формування

оптимального кредитного портфелю. Якісний, оптимальний кредитний портфель впливає не тільки на ліквідність банку, але й на його надійність.

З рахуванням того, що «оптимізація структури кредитного портфеля банку передбачає або максимізацію прибутків, або мінімізацію ризиків», на нашу думку, необхідно перш за все визначитись з цільовим напрямом даного процесу та сформуванню стратегію і тактику формування структури кредитного портфелю.

Прибутковість і ризик, як відомо, є взаємопов'язаними категоріями. Більш ризиковим вкладенням, як правило, властива більш висока прибутковість, у той час як при зростанні доходу зменшується ймовірність його отримання. Оптимальне співвідношення прибутку і ризику передбачає досягнення максимуму комбінації «дохідність – ризик» або мінімуму комбінації «ризик – дохідність».

Для кредитного портфелю банку притаманні всі основні види ризику, які супроводжують фінансову діяльність. Управління кредитним ризиком вимагає від банку постійного контролю за структурою портфеля позик та його якісним складом та систематичного кількісного та якісного аналізу проблемних кредитів.

У рамках дилеми «прибутковість – ризик» банк змушений обмежувати норму прибутку, страхуючись від зайвого ризику. При побудові оптимальної структури кредитного портфеля необхідно враховувати цільові орієнтири та допустимі рівні прибутковості, ризику і ліквідності, які відображаються в кредитній політиці банків, яка в свою чергу може бути агресивною, консервативною або помірною. Цільові орієнтири суттєво різняться в залежності від виду кредитної політики. У загальному вигляді задача оптимізації кредитного портфеля банку зводиться до вибору такої структури кредитного портфеля, при якій будуть досягнуті цілі кредитної політики банку.

Одним з основних способів досягнення оптимальної відповідності очікуваного рівня прибутковості, ризику і ліквідності за елементами структури кредитного портфеля є диверсифікація кредитного портфеля, яка здійснюється шляхом структурування кредитів за різними критеріями сегментування портфеля.

Диверсифікація кредитного портфеля повинна бути здійснена в наступних напрямках:

- за географічною ознакою;
- за розміром кредитів;
- за термінами надання кредитів;
- за галузевою ознакою;
- за видами валют;

- за забезпеченням [4].

Отже, на пряму оптимізації управління кредитним портфелем банку суттєво залежить від загальноекономічної ситуації у державі та від своєчасної адаптації кредитної політики банку до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Бабич Ю. А. Формування оптимального кредитного портфеля комерційного банку з урахуванням частки кредитів для підприємств аграрної сфери [Електронний ресурс] / Ю. А. Бабич. – Режим доступу: http://business-inform.net/pdf/2014/6_0/320_324.pdf.

2. Кишакевич Б. Багатокритеріальна оптимізація кредитного портфеля банку [Електронний ресурс] / Б. Кишакевич. – Режим доступу: http://nvunfu.esy.es/Archive/2009/19_12/301_Kyszakiewicz_19_12.pdf.

3. Міщенко В. Реструктуризація кредитів в умовах кризи: світовий досвід і можливості застосування в Україні / В. Міщенко, В. Крилова, М. Ніконова // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 5. – С. 12–17.

4. Колодізев О. М. Оптимізація кредитного портфеля банку за критеріями прибутковості, ризику та ліквідності [Електронний ресурс] / О. М. Колодізев, В. С. Буряк // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. - 2015. - Вип. 1. - С. 19-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2015_1_5.

Стойка С. О., к.е.н., доцент

Яцула Я. С., магістр

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

Основною економічною функцією банків України в період вступу до ЄС є кредитно-інвестиційна діяльність їх клієнтів, тобто юридичних та фізичних осіб, підприємств та фермерських господарств тощо. Від того, наскільки добре банки впровадять свої кредитно-інвестиційні функції, багато в чому залежить фінансовий стан областей України, що ними обслуговуються. Кредитно-інвестиційна діяльність становить близько 70% всіх активів банку, що забезпечує його дохід [1].

Кредитно-інвестиційна діяльність банків є важливим джерелом розвитку реального сектору економіки країни. Однак стан банківської кредитно-

інвестиційної діяльності в Україні за останні роки свідчить про недостатній рівень його розвитку [2; 3].

Дослідженням різних аспектів кредитно-інвестиційної діяльності банків присвячено праці науковців: О. І. Воробйової, В. В. Корнєєва, І. В. Сало, Н. Г. Маслак, О. М. Івко, В. Ю. Подчесової, К. В. Карась, О. В. Васюренко, Н. В. Рогожнікової, О. О. Ляхової, Т. П. Шокало та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень, проведених з даної тематики, існує необхідність подальшого вивчення сутності існуючих проблем, а також пошук напрямків підвищення ефективності кредитно-інвестиційної діяльності банків [4].

Проблеми кредитно-інвестиційної діяльності банків вимагають прийняття виважених рішень в умовах невизначеності щодо величини обмеженого обсягу майбутніх ресурсів і ринкових можливостей банків. На думку Ю. Д. Красовського, формування стратегії обумовлюється низкою ознак, що визначають допустимі межі можливостей і складності її реалізації [5]. Річ у тім, що розробка кращих планів не гарантує їх автоматичного виконання. Якщо формування стратегії кредитно-інвестиційної діяльності банку являє собою кропітку інтелектуальну частину стратегічної проблеми, то її реалізація виступає складним практичним завданням менеджменту.

Вирішення цього завдання передбачає впровадження належної організаційної культури, що дозволяє реалізувати обрану стратегію, включаючи створення систем мотивації і організації праці. Наслідки реалізації стратегії кредитно-інвестиційної діяльності банків постійно надають зворотний вплив на планування на всіх рівнях (і видах діяльності), тому банк не зможе перейти до формування стратегії кредитно-інвестиційної діяльності, якщо в нього створена нехай навіть дуже ефективна система планування, але при цьому немає об'єктивних можливостей (механізмів) чи суб'єктивних передумов (бажання керівництва) для виконання стратегії. Т. Санталайнен відмічає, що основу стратегічного рішення становить баланс інтересів різних установ, груп осіб, зацікавлених в успішній кредитно-інвестиційної діяльності банку, і тих, що впливають на характер, зміст і спрямованість окресленої діяльності [6]. Баланс інтересів визначає, куди буде рухатися банк, його цільовий орієнтир у формі місії, політики і цілей, що стоять перед ним. Розроблення стратегії кредитно-інвестиційної діяльності банку, формування призначення банку і його генеральних цілей, тобто конкурентного профілю, визначається специфікою середовища бізнесу і його динамікою у процесі реалізації цілей.

Щоб визначити, який продукт, скільки і для кого надавати, потрібно вирішити три взаємопов'язані завдання (рис. 1).

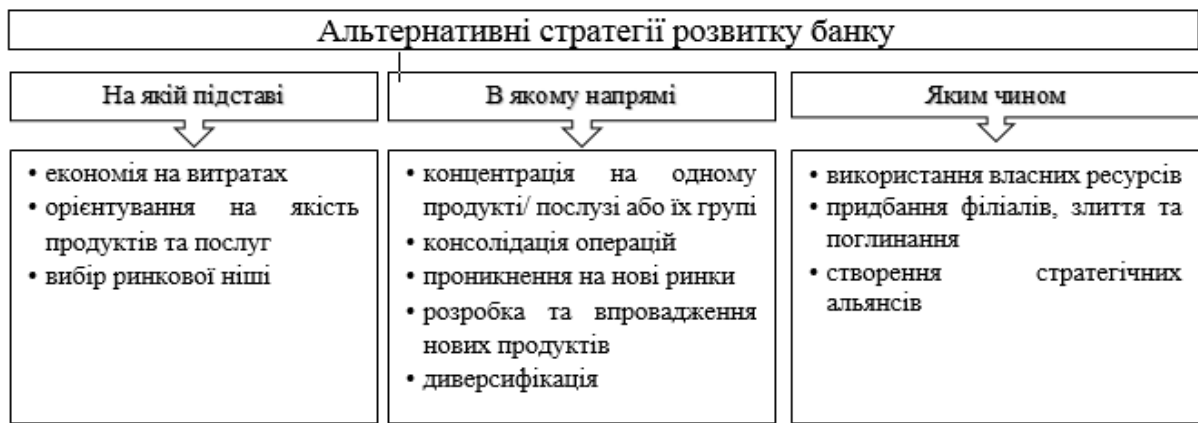


Рис. 1. Стратегічний напрям діяльності банку [8]

Спочатку треба з'ясувати, в яких сферах економіки склалися сприятливі умови для кредитно-інвестиційної діяльності банку. Потім необхідно визначити, де, у кого, на яких умовах можна буде придбавати для бізнесу ресурси. Надалі слід чітко уявляти собі загрози і сприятливе ставлення з боку численних груп стратегічного впливу, які очікують банк у разі вибору тієї чи іншої місії. На основі сформульованої місії розроблюється концепція розвитку банку (на короткостроковий період) у рамках базової концепції. Відмітимо, що особливості структури і стану зовнішнього середовища, яке визначає систему можливостей банку в частині задоволення потреб ринку, формує систему ресурсів (за їх складом, структурою, якісним характеристикам), які може використовувати банк для виконання своєї місії. Ресурси визначають структуру кредитно-інвестиційної діяльності банку, технологічний профіль, кадровий і кваліфікаційний склад, а також довгострокові зміни банку з виживання і розвитку в умовах, які диктуються ринком. Формування варіантів планів кредитно-інвестиційної діяльності банків, спрямованих на досягнення поставлених керівництвом завдань із заданою ефективністю у потрібні строки, є основною функцією підтримки стратегічних рішень керівництва банків. Плани визначають кількісні вимоги до параметрів кредитно-інвестиційної діяльності банків – суми, строки, ставки, ризики, фінансові операції, реалізація яких дозволить досягти потрібного стану банків у майбутньому. З цього приводу Д. А. Лаптирев відмічає, що характерною рисою функції стратегічного планування є те, що вона дає відповідь на запитання в частині того, якою має бути кредитно-інвестиційної діяльності банків, щоб вони досягли заданих цілей у визначений строк [9]. Класифікація планування кредитно-інвестиційної діяльності банків за строками належить до типових рішень (планів).

З огляду на зазначене, стратегія підприємства забезпечує проведення попереднього кількісного обґрунтування реалізованості сформульованих на

якісному рівні цілей кредитно-інвестиційної діяльності банку. Загальна постановка завдання розробки стратегічних рішень пов'язана з вихідним становищем банку, передісторією його кредитно-інвестиційної діяльності, можливостями банку щодо залучення і розміщення коштів на ринках у плановому періоді. Тому потрібно знайти такі оптимальні в сенсі обраного показника ефективності керуючі і планові параметри, які б забезпечили досягнення цілей кредитно-інвестиційної діяльності банку і виконання нормативних вимог НБУ.

Список використаних джерел:

1. Алескерова Ю. В. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України / Алескерова Ю. В. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 18. – С. 436-438.
2. Ляхова О. Кредитно-інвестиційний портфель банків та його вплив на фінансування інвестиційних проектів в Україні / О. Ляхова, Т. Шокало [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.
3. Зайцева І. Аналіз інвестиційної привабливості України в сучасних умовах / І. Зайцева, О. Коцюба // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2014. – № 9. – С. 87-91.
4. Колодізев О. М. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України: сучасний стан і перспективи розвитку / О. М. Колодізев, Н. М. Власенко // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2013. – № 11. – С. 342-347.
5. Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы (на материалах 120 российских компаний) : практ. пособие / Ю. Д. Красовский. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 368 с.
6. Санталайнен Т. Управление по результатам : пер. с финск. / Т. Санталайнен, Э. Воутилайнен, П. Поренне, Й. Ниссинен. – М. : Изд. группа «Прогресс», 1993. – 320 с.
7. Стойка С. А. Направления формирования и разработки стратегии управления туристической отрасли Украины / С. А. Стойка // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2011. – № 1 (4). – С. 36-40.
8. Марченко О. В. Оцінка кредитно-інвестиційної діяльності банку / О. В. Марченко, Ю. М. Золотопуп // Молодий вчений. – 2017. – № 2. – С. 283-287.
9. Лаптырев Д. А. Планирование финансовой деятельности банка: необходимость, возможность, эффективность / Д. А. Лаптырев, И. Г. Батенко, А. В. Буковский, В. И. Митрофанов ; ред. и вступ. ст. А. М. Карамана. – М. : [б. и.]. – 1995. – 92 с.

Чвертко Л. А., к. е. н., доцент

Чолинець Я. В., студентка

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

АГРОСТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІНІМІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ

Проблеми забезпечення потреб країни в сільськогосподарській сировині та продовольстві, а також нарощення відповідних експортних можливостей належать до тих, що постійно перебувають у полі зору науковців та практиків.

Кризові явища в економіці та політична нестабільність негативно позначаються на результатах функціонування аграрного сектора України. Поряд із постійним вибуттям основних засобів, скороченням вирощування сільськогосподарських культур, перед аграрними виробниками постала проблема забезпечення власного виробництва необхідним обсягом фінансових ресурсів [2. с. 54]. Водночас результати господарювання сільськогосподарських підприємств значною мірою визначаються сезонністю виробництва, залежністю від погодних та кліматичних умов та дією цілого ряду інших факторів, вплив яких у багатьох випадках неможливо контролювати. Внаслідок цього з кожним роком для сільгоспвиробників небезпека прямих матеріальних втрат або недоотримання бажаного результату (доходу, прибутку) зростає.

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.

Головна мета страхування в аграрному секторі економіки полягає у стабілізації виробництва шляхом відшкодування втрат внаслідок несприятливих подій, настання яких не можна передбачити у часі та просторі [1].

Агροстрахування функціонує на основі двосторонньої економічної вигоди, об'єднує інтереси учасників ринку аграрного страхування і держави, першочергове завдання якої – забезпечення стабільного економічного зростання добробуту громадян і їх соціального захисту. Відсутність дієвого захисту інтересів аграріїв від сільськогосподарських ризиків є однією з важливих проблем у розвитку аграрного сектора економіки. Адже навіть у високорозвинених західних країнах, де ризики в сільському господарстві мінімізовані за рахунок високих технологій сільське господарство все ж залишається надто ризиковим і часто збитковим.

Страховання є відносно недорогим у порівнянні з іншими способами управління ризиками. Сільгоспвиробники, уклавши договір страхування, в разі повної або часткової втрати врожаю покривають свої збитки за рахунок страхових виплат. Компенсація збитків завдяки страхуванню дозволяє аграріям здійснювати своєчасний розрахунок з переробниками, постачальниками матеріально-технічних ресурсів та іншими партнерами.

Застосування страхових механізмів управління сільськогосподарськими ризиками є важливою умовою підвищення ефективності виробництва в аграрному секторі. Агροстрахування створює умови для впровадження у виробничі процеси сучасних технічних та технологічних досягнень. Водночас мінімізація виробничих та ринкових ризиків спрощує сільгоспвиробникам доступ до кредитних ресурсів, а також у разі настання несприятливої події за рахунок страхового відшкодування забезпечує своєчасне повернення взятих у кредит коштів, що є дуже важливим в сучасних умовах господарювання в Україні.

Слід відзначити, що страхування як спосіб управління ризиками на рівні сільськогосподарського підприємства має ряд особливостей. Зокрема, ці послуги мають ризиковий і авансовий характер. Страхову премію потрібно сплатити вже на початку дії договору, не знаючи, чи настане страховий випадок, а отже, чи виникне необхідність у виплаті страховою компанією компенсації. Крім того, узгодження умов страхування та процедура укладання договору може зайняти деякий час, протягом якого підприємство залишається без захисту.

Сучасний стан відносин щодо захисту майнових інтересів сільгоспвиробників, характеризується повільністю та складністю розвитку. Спроби покращити ситуацію у цій сфері, зокрема, запровадження у 2002 р. обов'язкового страхування врожаю сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень державними сільськогосподарськими підприємствами, а також врожаю зернових культур і цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності [4], не дали бажаних результатів [8].

Певні позитивні зрушення у сфері агροстрахування мали місце після ухвалення у 2004 р. Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» [3], яким передбачено компенсацію з держбюджету частини страхових премій, що сплачуються сільгоспвиробниками за договорами страхування. Проте через згортання субсидіювання у період розпаду фінансово-економічної кризи ці результати у 2009-2011 рр. були нівельовані.

Для забезпечення розвитку та дієвості системи страхування сільськогосподарських ризиків у 2012 р. ухвалено Закон України «Про

особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» [5], запроваджено окрему ліцензію на здійснення страхової діяльності у формі добровільного страхування сільськогосподарської продукції, розроблено низку страхових продуктів, які можуть бути використані як стандартні продукти для удосконалення діяльності ринку. Однак нестабільна економічна ситуація в країні та брак бюджетних коштів для компенсації страхувальникам вартості страхових платежів негативно позначилася на показниках діяльності ринку агрострахування. За оцінками експертів, до 2015 р. ринок демонструє тенденцію до повільного скорочення: зменшуються кількість укладених договорів, обсяг застрахованих площ та зібраних страхових премій [7; 9]. Вперше після тривалого періоду спаду ринок агрострахування продемонстрував деяке пожвавлення у 2016-2017 рр. [6].

Дотепер в Україні сільськогосподарські товаровиробники розглядають страхування не як спосіб мінімізації ризиків та запобігання можливого банкрутства, а як додаткові непродуктивні витрати, що здорожують собівартість продукції. Після припинення субсидіювання страхових премій з держбюджету основними страхувальниками є агрохолдинги та великі сільгосппідприємства, що мають достатні фінансові ресурси та зацікавленість в підвищенні рентабельності агробізнесу.

Недосконалість системи законодавчого регулювання ринку агрострахування, а також невиконання у повному обсязі певних чинних нормативних положень, зокрема, щодо державного субсидіювання страхових премій, є значною перешкодою розвитку цих відносин. Змінити ситуацію у сфері страхування сільськогосподарських ризиків, на думку дослідників, здатні лише системні зусилля уряду, вдосконалення системи законодавчого регулювання ринку агрострахування та надання системної державної підтримки цьому сектору.

Таким чином, сільське господарство, як галузь, що особливо схильна до впливу зовнішніх факторів, не зможе конкурувати на світовому ринку сільгосппродукції без ефективного застосування такого фінансового інструменту управління ризиками як страхування. Ринок агрострахування в Україні потребує вдосконалення державного регулювання, в тому числі й щодо механізмів виконання чинних нормативно-правових актів, та системної фінансової підтримки з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Зуб Г. І. Державна політика щодо розвитку страхування сільськогосподарських ризиків / Г. І. Зуб, О. Є. Гудзь // Облік і фінанси АПК. – 2006. – № 6. – С. 83-88.

2. Корнієнко Т. О. Сучасний стан та ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств регіону / Т. О. Корнієнко // Економіка, фінанси, право. – 2017. – № 11/2. – С. 54–59.

3. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24 червня 2004 року № 1877-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>

4. Про затвердження Порядку і правил проведення обов'язкового страхування врожаю сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень державними сільськогосподарськими підприємствами, врожаю зернових культур і цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 липня 2002 р. № 1000 (Постанова втратила чинність на підставі Постанови КМ № 818 від 08.09.2010) – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1000-2002-п>.

5. Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою : Закон України від 9 лютого 2012 року № 4391-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4391-17>.

6. Ринок агрострахування України у 2017-му андерайтинговому році. Аналітичне дослідження / Проект «Розвиток фінансування аграрного сектору в Європі та Центральній Азії», Міжнародна фінансова корпорація (IFC, Група Світового банку), у співпраці з Міністерством аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00624.pdf>.

7. Ринок агрострахування України. Фокус на 2014-2016 роках / Проект «Розвиток фінансування аграрного сектору в Європі та Центральній Азії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forinsurer.com/files/file00564.pdf>.

8. Чвертко Л. А. Страхование сельскохозяйственной продукции в Украине / Л. А. Чвертко, Т. В. Литовкина // Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики : Материалы Международной научно-практической конференции ; М-во обр. и науки РФ; ФГБОУ ВПО «Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина»; [отв. ред. А.А. Бурмистрова]. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизне-Наука-Общество», 2013. – С. 225–231. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/handle/6789/2497>.

9. Чирва О. Г. Управління конкурентним розвитком харчових підприємств: інструменти, принципи, умови / О. Г. Чирва // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – Херсон, 2013. – №30. – С.298-303.

СЕКЦІЯ 4
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бержанір І. А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

АДАПТАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ
ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ДО МІЖНАРОДНИХ
СТАНДАРТІВ

В умовах інтеграції України до Європейського союзу перед нашою державою постала потреба у реформуванні національної системи бухгалтерського обліку та звітності, що дозволить усунути існуючі економічні та торговельні бар'єри, а також сприятиме залученню іноземних інвестицій.

За останнє десятиліття країнами Європейського економічного співтовариства проводились заходи, пов'язані з уніфікацією обліку, основною метою яких є адаптація до сучасних вимог міжнародної практики, вдосконалення законодавчо-нормативної бази, що регламентує облік. Це стосується, насамперед, усунення наявних проблем, пов'язаних з відсутністю єдиних підходів до розробки механізмів удосконалення системи обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів, недостатність розроблення питання переходу на єдині методологічні засади, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення обліку.

МСФЗ – це цілісна система обліку і фінансової звітності, яка постійно вдосконалюється й узагальнює принципи і правила складання фінансової звітності, що виникла в результаті посилення процесів економічної інтеграції країн і спрямована на зближення методології обліку і звітності в різних країнах світу. Основні переваги МСФЗ:

- характеризуються чіткою економічною логікою й узагальнюють у собі світову практику складання фінансової звітності;
- інформація МСФЗ дає користувачам змогу аналізувати наслідки прийняття рішень, здійснювати прогнозування майбутнього розвитку й є підставою для прийняття стратегічних рішень;
- показники фінансової звітності підприємств за міжнародними стандартами характеризуються співставністю, що призводить до підвищення інвестиційної привабливості таких підприємств;
- фінансова звітність підприємств за міжнародними стандартами містить не тільки кількісні показники господарської діяльності підприємства, а й

характеристики здійснюваних процесів, які відображають як масштаби, так і якість такої господарської діяльності;

– фінансова звітність, складена відповідно до вимог МСФЗ, доступна для широкого кола користувачів (не тільки для органів господарського нагляду, контролю, статистики) [1].

Тому нині основою метою є максимальне зближення національних стандартів фінансової звітності з міжнародними. Адаптація звітності українських підприємств до МСФЗ дасть можливість уникнути необхідності складання податкової та спеціалізованої звітності, зменшити ризики для інвесторів і кредиторів, забезпечити прозорість і зрозумілість інформації, підвищити зростання довіри до показників фінансової звітності, поглибити міжнародну кооперацію у сфері бухгалтерського обліку, зменшити витрати на розроблення власних стандартів.

Проте нині мета гармонізації МСФО не досягнута. Незважаючи на досить тривалий період реформування й удосконалення бухгалтерського, фінансового законодавства, вітчизняній фінансовій звітності притаманні такі недоліки:

- недостатньо об'єктивне висвітлення інформації;
- уніфікований обов'язковий формат подання фінансової звітності;
- зміст фінансової звітності відповідно до вимог вітчизняного законодавства здебільшого не надає повного обсягу основної інформації за ключовими фінансовими і нефінансовими показниками діяльності підприємств;
- монетарне (грошове) відображення активів підприємства;
- непередбачуваність, неузгодженість, суперечливість правового регулювання фінансової звітності в Україні;
- основний орієнтир вітчизняної фінансової звітності спрямований на надання інформації для контрольних, податкових і статистичних органів [2].

Поряд із цим до основних недоліків вітчизняної фінансової звітності належать: обмеженість обліково-економічної інформації про фінансову звітність; недоступність фінансової звітності неінституціональним користувачам облікової інформації (фізичним особам); складність розуміння фінансових показників, тобто неможливість сприйняття особами, які не мають спеціальних знань з економіки, обліку, аналізу; невідповідність складеної за національними стандартами фінансової звітності міжнародним вимогам, що ускладнює стандартизацію та уніфікацію облікової системи України у цілому; недостатня соціальна спрямованість фінансової звітності та, як наслідок, неповноцінність системи обліку як інформаційної підсистеми глобального середовища.

Отже, МСФЗ є ефективним засобом міжнародної інтеграції та частиною сталого економічного розвитку для України. Використання МСФЗ має суттєві

переваги порівняно з П(С)БО для більшості підприємств та користувачів їх фінансової звітності. Для швидкої та ефективної гармонізації бухгалтерського обліку та фінансової звітності з Міжнародними стандартами необхідно розробити таку систему правових засад та методологічних підходів, які б давали змогу вдосконалювати та модернізувати аспекти ведення бухгалтерського обліку та звітності в Україні.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник / Н. М. Ткаченко. – К.: Алерта, 2008. – 925 с.
2. Алексеєва В. О. Проблеми впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні / В. О. Алексеєва, С. О. Клименко // Економічні науки. сер.: Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(3). – С. 10–14.

Бровко Н. В., студентка

*Науковий керівник: Дем'янишина О. А., к. е. н, доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ОБЛІК ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ: НОВЕ В ЗАКОНОДАВСТВІ

В сучасних умовах інтеграції України до ЄС все більше малих та середніх суб'єктів господарювання долучаються до зовнішньоекономічної діяльності і операції з іноземною валютою в економічній діяльності цих суб'єктів стають невід'ємною частиною бухгалтерського обліку.

Відповідно до П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» іноземна валюта – валюта інша, ніж валюта звітності. А оскільки, валютою звітності в Україні є гривня, то із положення випливає, що іноземною валютою можна вважати будь-яку валюту крім гривні. Операціями в іноземній валюті є господарські операції, вартість яких визначена в іноземній валюті чи які потребують розрахунків в іноземній валюті [1].

Оскільки, для розрахунків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій, суб'єкти господарювання використовують іноземну валюту, а відповідно до чинного українського законодавства при документальному оформленні таких операцій виникає таке поняття як еквівалент вартості в національній валюті, то це обов'язково буде відображено в бухгалтерському обліку як ще одна господарська операція.

Операція з купівлі іноземної валюти в ідеалі передбачає, що суб'єкт господарювання доручає банку за свої гривневі кошти купити іноземну валюту. А купівлю інвалюти для суб'єкта господарювання банк здійснює на підставі

окремих документів. Перелік таких документів залежить від виду операції (торговельна /неторговельна), тобто з якою метою така валюта має бути використана.

При купівлі іновалюти з метою здійснення розрахунків із нерезидентами за торговельними операціями потрібно подати такі документи: заяву про купівлю іноземної валюти; договір із нерезидентом, оформлений відповідно до вимог законодавства України; акт (здавання-приймання тощо) чи інший документ, який свідчить про надання послуг, виконання робіт, імпорт прав інтелектуальної власності, якщо оплачуються отримані послуги (права), виконані роботи; документи, що передбачені для документарної форми розрахунків та інші передбачені законодавством документи.

Особливістю обліку валютних операцій є той факт, що з 2015 року українські компанії складають декларації з податку на прибуток на основі даних бухгалтерського обліку, а отже правильне ведення обліку операцій в іноземній валюті набуває більшого значення для запобігання застосуванню штрафних санкцій з боку податкових органів [2].

7 липня 2018 року вступив в силу Закон України «Про валюту і валютні операції» № 2473-VIII від 22.06.2018 року (далі – Закон), який запрацює в повну силу через сім місяців з дня його опублікування. Закон про валюту скасує дію вже застарілих норм Декрету Кабінету міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» № 15-93 від 19.02.93 року та Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» № 185/94-ВР від 23.09.94 року [3].

Нове валютне законодавство виглядає дуже привабливо. Але це лише на перший погляд. Так, передбачається свобода здійснення валютних операцій: відкриття рахунків в фінансових установах інших країн, гнучкість валютного курсу, скасовується валютний контроль для операцій на суму, що не перевищує 150,0 тис. грн., прийняття рішень на користь резидента чи нерезидента при неоднозначному трактуванні норм валютного законодавства.

Згаданий вище Закон дає право Національному банку України встановлювати граничні терміни валютних розрахунків в операціях імпорту або експорту товарів та послуг, збирати статистичні дані від суб'єктів валютних операцій, спільно з фіскальними органами проводити валютний нагляд і контролювати дотримання норм валютного законодавства і вимагати надання підтверджуючих документів.

На особливу увагу заслуговує ст. 14 Закону, згідно з якою Центральний орган виконавчої влади має право у разі порушення валютного законодавства застосовувати заходи впливу:

- до юридичних осіб у вигляді штрафних санкцій в розмірі до 100% суми

операції, проте «не більш як 20 відсотків суми власного капіталу відповідної уповноваженої установи» [4];

- до посадових, юридичних осіб, громадян – суб'єктів підприємницької діяльності - від однієї до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (17 000 – 51 000 грн.) [3].

Зовнішньоекономічні операції, зокрема імпорتنі, вимагають особливої уваги, оскільки при їх проведенні контрагенти здійснюють розрахунки в іноземній валюті. Тож розглянемо детальніше особливості купівлі та обліку інвалюти для зазначених цілей, а також відображення в бухгалтерському обліку та оподаткування імпорту товарів і послуг.

На дату зарахування на поточний рахунок суб'єкта господарювання інвалюту перераховують у гривневий еквівалент за офіційний курсом НБУ. Так визначають балансову вартість придбаної інвалюти. Цю суму не включають до складу доходів або витрат підприємства, оскільки її не визнають ані доходом, ані витратами (пп. 6.8 П(С)БО 15 «Дохід», пп. 9.6 П(С)БО 16 «Витрати»).

Однак під час купівлі інвалюти виникає позитивна або від'ємна різниця між курсом придбання інвалюти на МВРУ та її балансовою вартістю, визначеною за курсом НБУ. В обліку підприємства таку різницю відображають у складі операційних доходів або витрат (п. 7 П(С)БО 15, п. 20 П(С)БО 16).

Позитивну різницю між балансовою вартістю і ціною купівлі відносять на субрахунок 942 «Витрати на купівлю-продаж іноземної валюти», від'ємну – на субрахунок 711 «Дохід від купівлі-продажу іноземної валюти».

Операції з придбання інвалюти відображають в обліку за валютним курсом, встановленим на дату проведення операції, або в сумі, визначеній у документах банку (п. 5 П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів»).

Як правило, вартість імпортованого товару згідно із ЗЕД-договором визначають в інвалюті. А за пунктом 5 П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» у бухобліку операції в інвалюті під час первісного визнання відображають у валюті звітності (гривні). Для перерахування вартості товарів у гривневий еквівалент важливо, яка подія сталася першою – оприбуткування товарів чи їх попередня оплата. Тож як саме відображати в обліку підприємства операцію з придбання імпортованих товарів, залежить, насамперед, від умов їх оплати [5].

Отже, особливості валютних операцій при веденні зовнішньоекономічної діяльності визначаються низкою їх класифікаційних ознак: необхідністю в сучасному економічному середовищі та своєю безпосередністю і підвищеною ризикованістю їх проведення. Здійснення цих операцій, безумовно, направлене на отримання прибутків, тому даний процес має бути оснований на чітких та ґрунтовних аналітичних дослідженнях, а це за своєю економічною сутністю

сприятиме підвищенню інформаційно-аналітичної функції обліку і стане основою прогнозування результатів впливу валютних коливань на результати діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів» [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів України № 193 від 10.08.2000 р. зі змінами та доповненнями, редакція від 19.08.2014 р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>.

2. Облік операцій в іноземній валюті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://firstconsulting.com.ua/articles/161-oblik-operatsii-v-inozemnii-valiuti-pryklady-ta-analiz-tyrovyykh-pomylok>.

3. Чим загрожують зміни валютного законодавства в 2018? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://audit-invest.com.ua/ua/articles/blog/chem-grozyat-izmeneniya-valyutnogo-zakonodatelstva-ukrainy-v-2018-godu>.

4. Про валюту і валютні операції: Закон України № 2473-VIII від 22.06.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19>.

5. Імпорт товарів та послуг: оподаткування та облік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://1gl-vip.expertus.ua/document/16/23477/bss93e3177577>.

Дем'янишина О. А. к. е. н, доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОБЛІК ВИТРАТ НА НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ З ВИГОДОЮ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Досить важливий і цінний для кожного суб'єкта господарювання та один із основних елементів успіху в будь-якій сфері діяльності – кваліфіковані кадри.

Пошук на ринку праці співробітника, який відповідає всім параметрам і підходить на ту чи іншу посаду, є більш складнішим завданням, ніж перепідготовка вже існуючих перспективних кадрів, це зрозуміли більшість роботодавців уже давно.

Норми чинного законодавства передбачають, що для професійної підготовки і підвищення кваліфікації своїх підлеглих власник або керівник має право взяти участь в організації індивідуального, бригадного, курсового та іншого виробничого навчання, що буде профінансоване за рахунок підприємства, установи чи організації, воно може бути формальне або неформальне [1].

Вище перелічені витрати у бухгалтерському обліку відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені і обліковуються лише за місцем основної роботи, що передбачено п. 7 П(С)БО 16.

Зазвичай, на практиці оплата здійснюється на протязі кількох звітних періодів, тому понесені витрати заносимо на рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів» з їх списанням у відповідних періодах рівними частинами. Витрати на навчання та підвищення кваліфікації можуть бути включені до складу загальноновиробничих (рах. 91), адміністративних витрат (рах. 92), витрат на збут (рах. 93), інших витрат (рах. 94) залежності від того, до якого підрозділу підприємства належить працівник [2].

У відповідності до Інструкції № 291 при обліку витрат на навчання та підвищення кваліфікації працівників, бухгалтерська служба повинна складати таку кореспонденцію рахунків [1]:

- за навчання (підвищення кваліфікації) перераховано попередню оплату
Дт 39 «Витрати майбутніх періодів»,

- Кт 311 «Поточні рахунки в національній валюті»;

- за наявності правильно оформленої податкової накладної, відображено податковий кредит з ПДВ

- Дт 641 «Розрахунки за податками»,

- Кт 644 «Податковий кредит»;

- частина перевищення щомісячної суми плати за навчання (підвищення кваліфікації) над неоподаткованою ПДФО сумою, відображено доходом як додаткове блага працівника

- Дт 39 «Витрати майбутніх періодів»,

- Кт 66 «Розрахунки за виплатами працівникам»;

- включено до складу витрат звітного періоду суму плати за навчання (підвищення кваліфікації) (щомісячно рівними частками протягом усього періоду)

- Дт 91, 92, 93, 94 (відповідні витрати),

- Кт 39 «Витрати майбутніх періодів» [1].

Якщо загальний дохід підприємства за попередній звітний період більший 20 млн. грн, то воно визначає базу обкладення податком на прибуток, (перше діє з січня 2015 року), орієнтуючись на фінансовий результат, порашований за даними бухгалтерського обліку, який коригується на різницю, встановлену згідно із Податковим кодексом, а решта підприємств – коригування не проводять. Відповідно до Податкового кодексу коригування фінансових результатів на суму вартості навчання працівників не передбачене. Можна зробити висновок, що усі підприємства незалежно від рівня доходу мають

право включити вартість навчання у витрати того звітного періоду, в якому вони були здійснені, але за умови обов'язкового їх документального підтвердження [3].

Відповідно до пп. 197.1.2 Податкового кодексу, навчальні заклади, які мають відповідну ліцензію, при наданні освітніх послуг, звільнені від обкладення ПДВ. Інформаційно-консультаційні послуги (проведення семінарів, тренінгів, консультування), які надаються, є базою оподаткування на загальних підставах і сплачують ПДВ за ставкою 20 % (п. 185.1 ПК), однак, згідно з п. 198.1 Податкового кодексу отримувач таких послуг може мати право на податковий кредит із податку на додану вартість.

Витрати на оплату навчання з професійної підготовки працівників та перепідготовки кадрів у вишах та установах, підвищення кваліфікації, не є базою для нарахування ЄСВ відповідно із п. 9 «Переліку», затвердженого постановою КМУ № 1170 від 22.12.10 р., тому вартість навчання не відображається у звіті з ЄСВ за формою додатка 4 до «Порядку», затвердженого наказом Мінфіну № 435 від 14.04.15 р.

Із вартості формального професійного навчання не сплачуються податок на доходи фізичних осіб і військовий збір, в таких випадках [4]:

1) дане навчання є підвищенням кваліфікації (перепідготовкою) працівників відповідно до умов законодавства (пп. 165.1.37 ПК);

2) сума, яку сплатить роботодавцем на користь українських вишів та ПТНЗ за навчання працівника, не буде перевищувати граничний розмір доходу, що дає можливість скористатися податковою соціальною пільгою (у 2018 році – 2470 грн) за кожний повний або неповний місяць навчання (пп. 165.1.21 ПК), але при цьому обов'язковою умовою є підписання договору, згідно якого вигодонабувач повинен відпрацювати на підприємстві протягом 3 років.

Однак, відповідно із чинним законодавством, якщо частина вартості, перевищує граничну суму, то ця частина вартості навчання, обкладається податком на доходи фізичних осіб на загальних умовах за ставкою 18 % та військовим збором за ставкою 1,5 %. За цих умов [3]:

- вартість отримання освітніх послуг кваліфікується як додаткове благо відповідно до пп. 164.2.17 Податкового кодексу і обкладається ПДФО, при розрахунку застосовується натуральний коефіцієнт у розмірі 1,21951;

- натуральний коефіцієнт не застосовується (лист ДФС від 08.09.14 р. № 3095/6/99-99-17-03-03-15) для обкладання військовим збором, тому базою оподаткування є вартість отриманих освітніх послуг.

Як і будь-яка операція, що стосується працівника, неоподатковувана частина вартості навчання відображається у податковому розрахунку за формою 1ДФ з ознакою доходу «145», а оподатковувана – з кодом «126» (з

урахуванням натурального коефіцієнта) у періоді, в якому була здійснена оплата по факту та вартість підвищення кваліфікації (перепідготовки) працівників відповідно до законодавства, – з кодом «158» [3].

Якщо навчання власних працівників проводиться неформально, тобто, самим роботодавцем, то фактично витрати на таке навчання будуть включати лише заробітну плату наставників та нарахований на неї ЄСВ. Тому не виникає бази обкладення податком на додану вартість, ПДФО і військовим збором [4].

Отже, сума, сплачена підприємством будь-якої організаційно-правової форми господарювання на користь вітчизняних вищих та професійно-технічних навчальних закладів за здобуття освіти, підготовку чи перепідготовку працівника, не враховується до загального місячного або річного оподаткованого доходу платника податку, якщо вона не перевищує трикратного розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на даний момент часу за кожний повний або неповний місяць навчання, підготовки чи перепідготовки.

Відповідно до змін у законодавстві, які відбулись у 2018 році, податком на доходи фізичних осіб не обкладається сума, що становить 11 169 грн за повний або неповний місяць навчання, при перевищенні зазначена сума, оподатковується ПДФО і військовим збором на загальних підставах, але не є об'єктом оподаткування ЄСВ.

Список використаних джерел:

1. Витрати на навчання працівників підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/4114>.

2. Навчання працівників підприємства: важливі аспекти обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link/DG160456.html.

3. Навчання працівників за рахунок підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://utekaua.ua/publication/commerce-12-nalogi-i-otchetnost-10-obuchenie-rabotnikov-za-schet-predpriyatiya>.

4. Як оподаткувати витрати на навчання працівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://1gl-vip.expertus.ua/?utm_source=golovbukh.ua&utm_medium=refer&utm_campaign=ВРН_aktyvatsiya_demo#/document/86/5765.

5. Чирва О. Г. Стратегічне партнерство влади, освіти та бізнесу в Україні / О. Г. Чирва // Сталий розвиток 2030 : економічна, соціальна, екологічна та політична складові» : матеріали доповідей міжнародної міждисциплінарної конференції (Грузія, Тбілісі, 2017). – Тбілісі – Львів, 2017. – С. 124-126.

Кучеренко О. С., студентка
Науковий керівник: Дем'янишина О. А. к. е. н, доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Бухгалтерський облік - надзвичайно важлива складова економічного життя країни. Регулювання бухгалтерського обліку було запроваджено для захисту інтересів користувачів та створення єдиних правил ведення обліку та його удосконалення.

Відповідно із ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», бухгалтерський облік – це упорядкована система виявлення, накопичення, узагальнення, зберігання, реєстрація та надання інформації про діяльність юридичної особи зацікавленим користувачам для використання її при прийнятті управлінських рішень. Ця інформація повинна бути достовірною, повною та неупередженою. Ще ця інформація повинна відповідати певним характеристикам, таким як: правдивість; нейтральність; доречність; суттєвість; зіставність; узгодженість [1].

Сучасна система регулювання бухгалтерського обліку України була запозичена з часів планової економіки і її методи залишалися адміністративними. Це й потребувало реформування. Але проведення реформ, на думку багатьох дослідників цього питання, не дало достатнього ефекту.

В сучасній системі бухгалтерського обліку за останні десятиліття років виникли деякі проблеми, які не забезпечують створення і подання інформації.

Ця ситуація виникає через недотримання законодавчих вимог щодо гармонізації національних стандартів бухгалтерського обліку з міжнародними. Вирішення цих проблем вбачається у переході до загальновизнаних принципів, методів і припущень бухгалтерського обліку [2].

Метою правового регулювання бухгалтерського обліку є забезпечення доступу всіх зацікавлених користувачів до інформації, що міститься у фінансовій звітності, яка дає об'єктивну картину фінансового стану та результатів діяльності суб'єкта господарювання [3].

Головною проблемою є інститути регулювання. Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (прийнятий 16 липня 1999 р.) немає чіткого визначення суб'єкта, за яким би була визначена відповідальність за стан бухгалтерського обліку [4].

Визначає методологію бухгалтерського обліку та звітності Міністерство

фінансів, а збирає і обробляє фінансову звітність – Держкомстат України.

Тому на сучасному етапі слід чітко визначити, який інститут несе головну відповідальність за регулювання бухгалтерського обліку в Україні. Потрібно внести деякі корективи в Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність». Необхідною передумовою є саме державного регулювання бухгалтерського обліку та відповідальність власника підприємства [5].

Однією з проблем в нормативно-правовому регулюванні бухгалтерського обліку є неврахування досвіду професійних бухгалтерських організацій. Хоч вони й беруть певну участь у регулюванні бухгалтерського обліку, але їх співпраці з регуляторним органом не вистачає правового визнання та чіткості.

Іншою проблемою є підготовка бухгалтерських кадрів. Міжнародний досвід і практика показують, що післядипломна підготовка й процес постійного підвищення кваліфікації не відповідає сучасним вимогам.

Потрібно створити систему постійного підвищення кваліфікації, яка б відповідала міжнародним вимогам та стандартам освіти Міжнародної федерації бухгалтерів.

Проблема уніфікації бухгалтерського обліку та фінансової звітності досить актуальна в Україні, оскільки зростання ролі інтеграції економіки до світового економічного простору потребує деякої однотипності та прозорості принципів формування і розрахунку прибутку, бази оподаткування, інвестування та капіталізації активів, методика та організація яких у різних країнах різні [4].

До основних проблем в регулюванні бухгалтерського обліку також можна віднести галузеві особливості обліку. Сьогодні стандарти фінансової звітності встановлює Міністерство фінансів України, але їх дотримання держава не контролює. Необхідно розширити перелік суб'єктів впливу на бухгалтерську діяльність шляхом участі в регуляторних органах представників галузевих міністерств і професійних бухгалтерських організацій [6].

Отже, регулювання бухгалтерського обліку є дуже важливим для держави. На сучасному етапі в цій сфері існують певні проблеми, вирішення яких допоможе вдосконалити регулювання сучасної систему бухгалтерського обліку, адаптуватися до ринкових змін та міжнародних стандартів, що буде позитивним кроком не лише у регулюванні бухгалтерського обліку, а й розвитку господарської діяльності в цілому.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України № 996 - XIV від 16.07.99 (зі змінами та доповненнями від 01.07.2018) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

2. Семенюк А. Правове регулювання бухгалтерського обліку в Україні [Електронний ресурс] / А. Семенюк. – Режим доступу: <http://asemenyuk.com>

3. Жук В. М. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і їх вирішення / В. М. Жук // Фінанси України. – 2009. – №7. – С. 100–113.

4. Дем'янишина О. А. Правове регулювання бухгалтерського обліку в Україні: практика, проблеми і перспективи / О. А. Дем'янишина, В. Р. Климчук // Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки: збірник матеріалів всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (25 травня 2017, м. Кривий Ріг). – 2017. – С. 489–493.

5. Свідерський Є. І. Бухгалтерський облік у галузях економіки. Навчальний посібник / Є. І. Свідерський. – К., 2009. – 233 с.

6. Пархоменко В. М. Проблема регулювання бухгалтерського обліку в Україні / В. М. Пархоменко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – №8-9. – С. 3-20.

Налбатов О.О., студент

Науковий керівник: Демченко Т. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ В УКРАЇНІ

У сучасному економічному світі облік грошових коштів став невід'ємною ланкою фінансового та бухгалтерського обліку, яка користується попитом у всіх підприємницьких, банківських та інших державних чи приватних установах та організаціях країн світу. В Україні також є вагомою ланкою ведення та облік грошових коштів. Але ця система може бути не досконалою або навіть вже застарілою. Тому і постає таке питання як: «Які ж в дійсності існують проблеми грошових коштів в Україні?». Постає потреба у тому, щоб розібрати актуальні проблеми обліку грошових коштів в Україні, а також їх наглядне представлення та можливе їх рішення.

Значний вклад у вивченні та дослідженні проблем обліку грошових коштів зробили українські вчені економісти: Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Кузьмінський Ю. А., Швець В. Г., Ткаченко Н. М. Вони знаходили значну кількість підходів до існуючої проблеми та її рішення, які одними чи іншими аспектами відрізняються один від одного, що наглядно показує нам бачення актуальних проблеми обліку грошових коштів в Україні.

Можна зауважити, що різноманітність існуючих підходів до даної проблеми в жодному разі не викликана неактуальністю в сучасних умовах дослідження обліку грошових коштів та їх недостовірністю. Існування достатньо великої кількості різних авторських поглядів на одну і ту саму проблему і встановлення головних задач щодо її вирішення зумовлена умовами постійної зміни в законодавстві та підлаштування під підприємницькі, банківські та інші державні чи приватні установи та організації, які є на території України.

Основним завданням обліку руху грошових коштів є: облік та виконання операцій пов'язаних з рухом грошових коштів, повнота та правильність їх заповнення, що включає в себе щоденний контроль за збереженням коштів та цінних паперів в установах чи організаціях та їхня інвентаризація.

Виходячи з деяких досліджень Про затвердження Змін до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» №73 [2], можна винести декілька проблем щодо П(С)БО4, такі як:

- порядок заповнення Звіту про рух грошових коштів;
- правильність відображення обліку грошових коштів у фінансовій звітності;
- оптимізаційна політика надходжень і виплат грошових коштів;
- визнання грошових коштів та їх класифікація;
- своєчасність відображення в загальній системі обліку руху грошових коштів та їх повнота і правильність;
- організаційне та матеріально-технічне забезпечення введення обліку грошових коштів установ та організацій.

Всі ці проблеми взаємопов'язані і розглядати їх окремо не варто. Але варто приділити увагу на те, що всі ці проблеми зустрічаються майже в усіх установах, так як у деяких, наприклад, немає коштів для автоматизації ведення обліку грошових коштів, в інших – некваліфіковані працівники або недостатня організація їх до виконання своєї роботи, що потягне за собою неминучі і погані в роботі. Неправильно проведені заходи чи обрання політики в установі чи організації щодо введення обліку руху грошових коштів і багато інших чинників можуть похитнути стабільність обліку руху грошових коштів в установах та організаціях. Виходячи з цього можна впевнено сказати, що є дві сторони утворення проблем обліку грошових коштів. Перша – це заходи Міністерства фінансів, яке вводить нові поправки в П(С)БО4, при цьому не даючи тлумачення щодо заповнення звітів чи інших первинних документів, а друга – сам підприємець, який не може провести організацію обліку руху грошових коштів та відсутність або недостатність матеріально-технічного чи фінансового забезпечення.

Отже, здійснивши аналіз вищезгаданих проблем, можна запропонувати наступні рішення. В першу чергу можна провести аналіз деяких первинних документів і спростити їх за для легкості та зрозумілості у використанні та тлумачення деяких потенційно не зрозумілих аспектів. Далі можна подивитись на стан обліку грошових коштів у зарубіжних країнах і виходячи з цього, зробити свої висновки опираючись на їхній досвід. І, насамперед, надання певної свободи розвитку, без державного втручання, для малих та середніх установ і організацій задля покращення рівня ведення обліку на них.

Список використаних джерел:

1. Безверхий К. В. Деякі питання порядку складання вітчизняної фінансової звітності підприємств в контексті законодавчих змін / К. В. Безверхий, Т. В. Бочуля // Облік і фінанси. – 2013. – № 3. – С. 25-28.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів» : Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013р. №73. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0470-10>.

Починок А.С., студентка

*Науковий керівник: Мельничук Ю.М., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ПОНЯТТЯ «ОСНОВНІ ЗАСОБИ» У СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Економічна наука вміщує в собі низку понять та категорій, дослідження яких є досить актуальним і необхідним для економічного розвитку країни. Застарілість термінів, їх дискусійність та необ'єктивність спонукають науковців до поглибленого їх дослідження, щоб уникнути плутанини як у фундаментальних, так і в прикладних дослідженнях.

Основою бухгалтерського обліку є покращення інформаційно-аналітичного забезпечення управління та контролю за збереженням власних ресурсів та удосконалення фінансового стану підприємства, підвищенням позитивного результату діяльності та зниженням ризику втрати коштів через непередбачені дії [1]. У нашій статті увагу зосереджено на вивченні терміну «основні засоби» як категорії економічної науки.

Дослідження поняття «основні засоби» у сучасній економічній науці відбуваються науковцями здебільшого у сфері бухгалтерського обліку, фінансів, інвестицій, економіки підприємства та інших галузях економічних

знань. Наше теоретичне дослідження направлене на розгляд поняття «основні засоби» у роботах вчених.

У сучасній науковій літературі поняття «основні засоби» часто ототожнюють з поняттям «основні фонди». Так, І. О. Бланк зазначив: «Основні фонди – сукупність матеріальних активів у формі засобів праці, які багаторазово беруть участь у процесі виробничо-комерційної діяльності і переносять на продукцію свою вартість частинами» [2]. Проте явна різниця цих двох категорій активно дискутується в економічній науці і, ми вважаємо, ці два терміни не можна об'єднувати в одне поняття.

Довгалюк Н. В. дає розширене тлумачення цього поняття: визначення основних засобів як матеріальних активів підприємства будь-якої форми власності, що неодноразово задіюються у виробничих циклах, зберігають свою натуральну форму, переносячи свою вартість на вироблену продукцію частинами, строк використання яких перевищує один рік (або операційний цикл), призначені для експлуатації самим підприємством, для надання в оренду іншим фізичним чи юридичним особам, що в сукупності дає змогу одержувати економічну вигоду для підприємства [2, с. 10].

Багато науковців вважають критерій «річного циклу» основоположним у формуванні визначення поняття «основні засоби». Так, Ф. Ф. Бутинець стверджує, що основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання в процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк експлуатації яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він перевищує один рік) [3].

Враховуючи розмаїття думок і підходів, необхідно дослідити поняття в роботах науковців у сфері бухгалтерського обліку з метою виведення найбільш точної досліджуваної дефініції. Науковці досліджують це поняття, починаючи з основних нормативних актів, що регулюють облік основних засобів в Україні, а саме: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [4] та Податковий кодекс України [5]. Трактуювання сутності «основних засобів» в українському законодавстві є наближеними до тлумачення цього терміна за Міжнародними стандартами фінансової звітності (IAS) 16 «Основні засоби» [6].

Визначення основних засобів дуже різнилося в П(С)БО 7 [4] та Законі України «Про оподаткування підприємств» [5]. Головна відмінність полягала в тому, що закон розглядає поняття «основні фонди» замість «засобів», а також різнилась грошова межа зарахування до складу основних фондів об'єктів. У Податковому кодексі запропоновано термін «основні засоби», що підтверджує його наближеність до положень бухгалтерського обліку. Проте, на думку

науковців, таке наближення не є повним, адже грошове обмеження зарахування до складу основних засобів залишилося.

Таким чином, розглянувши різні погляди в дослідженні поняття «основні засоби», а також на основі аналізу нормативних документів та досліджень науковців ознаками основних засобів слід вважати: вартісність; матеріальне вираження; функціональне призначення; тривалість використання; амортизаційність [7].

Отже, можна сформулювати поняття «основні засоби» як вартісно виражені ресурси, які утримуються суб'єктом господарювання з метою використання в процесі виробництва, постачання товарів і послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних чи соціально-культурних функцій, очікуваний строк експлуатації яких становить не менше одного року чи визначається межами операційного циклу понад один рік, вартість яких зменшується в процесі використання. Так, поняття основних засобів є дискусійним, проте воно має охоплювати зазначені характеристики і бути чітко унормованим, відокремленим від суміжних понять.

Список використаних джерел:

1. Дем'янишина О. А. Особливості формування та обліку власного капіталу на підприємствах різних організаційно-правових форм // Економіка України в умовах євроінтеграції: виклики та перспективи розвитку: матер. І Всеукраїнської наук.- практич. конф., 19 квітня 2018 р., м. Умань / за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. - С. 197 -199.

2. Довгалюк Н. В. Ефективність використання та відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств Центрального Полісся : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Н. В. Довгалюк. – Житомир, 2010. – 20 с.

3. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський словник / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2001. – 224 с.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: затверджено наказом Мін-ва фінансів України від 27 квіт. 2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-00>.

5. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.

6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/document/92427/МСБО-16.pdf.

7. Мельничук Ю.М. Теорія і практика страхування життя в Україні:

Монографія / Юлія Миколаївна Мельничук. – Умань: ВПЦ «Візаві», – 2018. – с. 101-102.

Савельєва В. С., студентка

*Науковий керівник: Дем'янишина О. А., к. е. н, доцент
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Проблема глобалізації та розробки міжнародних стандартів обліку є досить актуальною. Розпочалось це із того, що промислово розвинені країни світу сформували стандарти, які можуть використовуватись в подальшому країнами, що розвиваються, як національні.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) виступають інструментом реалізації економічної політики, головною метою застосування якого є забезпечення прозорості та зрозумілості інформації, що стосується діяльності конкретних підприємств. Міжнародні стандарти, на відміну від деяких національних правил складання звітності, засновані на принципах, а не на правилах. Принципи, покладені в основу формування звітності згідно з МСФЗ, впливають на відображення реального фінансового стану суб'єкта господарювання [1].

Фінансові звіти формуються і подаються зовнішнім користувачам багатьма підприємствами у всіх країнах світу. Однак, кожна країна має свої соціальні, економічні та законодавчі особливості, тому фінансові звіти підприємств різних країн часто відрізняються не тільки формою, але і змістом [2]. З метою звужити ці відмінності Рада з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку розробила Концептуальну основу фінансової звітності, яка часто називається Концептуальною основою бухгалтерського обліку, оскільки фінансові звіти складаються на базі даних бухгалтерського обліку [3].

Усі користувачі фінансових звітів мають отримувати з цих звітів повну і достовірну інформацію про усі результати господарської діяльності в минулому, що в подальшому матиме вплив на прийняття управлінських рішень [1]. При цьому ведення бухгалтерського обліку потрібно організувати таким чином, щоб одержані з нього дані забезпечили усі вимоги, які висуваються до фінансових звітів. Ведення бухгалтерського обліку вимагає дотримання такого основного припущення як безперервність діяльності. Безперервність діяльності означає, що підприємство, як правило, розглядається як діюче, тобто таке, що продовжуватиме свою діяльність в майбутньому [4].

За цих умов облік ведеться з дотриманням звичайних правил. Якщо

суб'єкт господарювання схильний до процедури ліквідації, то в обліку і звітності потрібно оперувати іншими вимогами.

Концептуальна основа визначає якісні характеристики фінансових звітів, які визначають типи інформації, що, найвірогідніше, є найбільш корисними для сучасних та потенційних інвесторів, позикодавців та решти кредиторів у прийнятті управлінських рішень про суб'єкт господарювання, що звітує.

Фінансові звіти зазвичай складаються відповідно до моделі бухгалтерського обліку, яка базується на очікуваному відшкодуванні історичної собівартості та на концепції збереження номінального фінансового капіталу [5]. Основою оцінки, яку найчастіше приймають суб'єкти господарювання для складання фінансових звітів, є історична собівартість, яка зазвичай комбінується з іншими основами оцінки [1].

Інші моделі й концепції можуть виявитися більш відповідними меті надання інформації, корисної для прийняття економічних рішень, однак консенсусу щодо змін нині не досягнуто. Ця «парадигма» була розроблена з метою використання в умовах існування різних моделей організації бухгалтерського обліку та концепцій капіталу і його збереження [5].

Концептуальна основа не є міжнародними стандартами фінансової звітності й не визначає стандартів для окремих випадків аналізу або розкриття інформації, вона застосовується до фінансової звітності загального призначення.

В П(С)БО наведені форми фінансових звітів, які побудовані відповідно із вимогами Концептуальних основ. Концептуальною основою передбачені елементи, інформація за якими є обов'язковою для відображення у фінансових звітах: баланс складається із активів, зобов'язань та власного капіталу; звіт про фінансовий результат – доходів і витрат.

Оцінка і дослідження вимог до фінансових звітів, наведених в Концептуальній основі Ради з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, і в діючих нормативних документах України, дає можливість зробити висновок, що, в основному, вони є тотожними.

Отже, кожен елемент фінансових звітів повинен оцінюватись так, як він відображається. Дана проблема вибору оцінки будь-якого елемента фінансової звітності на практиці реалізується безпосередньо на основі кваліфікованого судження бухгалтера чи іншої особи, наділеної управлінськими повноваженнями. Загалом, від вибору оцінки об'єкта звітності залежить суть висвітлення інформації про актив, зобов'язання чи капітал, а, отже, і результативність рішення, що приймається на її основі.

Список використаних джерел:

1. Лучко М. Р. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами /

М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. – Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2016. – 360 с.

2. Орлова В. К. Концептуальні основи складання фінансової звітності за міжнародними стандартами [Електронний ресурс] / В. К. Орлова, С. М. Кафка – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64._2013_3_54.pdf.

3. Орлова В. К. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами / В. К. Орлова // Тези доповідей науково-практичної конференції «Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства». – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – С. 223–224.

4. Соколов В. Я. Отличия МСФО и традиционной бухгалтерии / В. Я. Соколов // Материалы юбилейной международной научно-практической конференции «Счетоводство – наука, практика, независимость», София, (20 апреля 2010 г.). – София : Универсальное издательство «Стопанство», 2011. – С. 54–59.

5. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.golovbukh.ua/article/7302-mjnarodn-standarti-fnansovo-zvtnost-2018>

Федько В. Д., магістр

Науковий керівник: Демченко Т. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Облік ведеться з метою контролю за господарською діяльністю підприємства та активного впливу на її результати. За допомогою обліку відображають і контролюють стан і рух коштів, а також господарські процеси, пов'язані з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ. Необхідність обліку впливає передусім із потреб виробничої діяльності та є важливою функцією управління.

Гроші та проблеми їхнього використання посідали й посідають важливе місце у роботі кожного підприємства. Процес реформування вітчизняної системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів зумовив суттєві зміни в організації та методології обліку грошових коштів підприємств. Так, до журналу-ордеру 1 ведуть листки-розшифровки, в яких розшифровують суми оборотів так, щоб можна було б з них зробити записи за

кореспондуючими рахунками, не звертаючись повторно до первинних документів.

Проте, на думку Л.К. Сука та П.Л. Сука, розшифровку більш доцільно робити безпосередньо на виписці банку, зазначаючи біля кожної суми інформацію, необхідну для аналітичного обліку за кореспондуючими рахунками. Це зменшує обсяг облікової роботи [5].

Аванс на підприємствах видається на підставі видаткового касового ордера або платіжної відомості, якщо видають гроші одночасно декільком особам. Тому при видачі авансу за платіжною відомістю видатковий касовий ордер потрібно виписувати не по кожному працівнику, а на загальну суму виданої з каси готівки.

М. В. Бариніна-Закірова вважає за доцільне затвердити форму касової книги з розподілом готівкових находжень і витрат на кошти за джерелами їх надходження [1]. Це усуне передумови для вчинення порушень і сприятиме здійсненню контролю за цільовим використанням готівки. Розглядає таке явище як ведення кількох касових книг, що робилося бухгалтерами з метою розмежувати в обліку готівкові кошти за джерелами їх походження. Крім того, вона зауважує, що вести кілька касових книг на одному підприємстві дозволяється лише в двох випадках:

- коли таке підприємство має свої відокремлені підрозділи, в яких є свої каси, де здійснюють розрахунки готівкою та самостійно здають готівкову виручку до каси установи банку;

- коли підприємство веде розрахунки за іншими видами валюти, крім національної.

Гриценко А. А. вказує, що основними видами грошових надходжень є кошти на поточному рахунку в банку та на інших рахунках у банку (акредитиви, чекові книжки). Питома вага коштів на інших рахунках у банку збільшується тому, що більшість підприємств спеціалізуються на вирощуванні зернових і через відсутність необхідної кількості власного транспорту продають свою продукцію з поля посередникам за готівку. Якби підприємства здавали зерно елеваторам, можливим був би тільки розрахунок за допомогою розрахункового рахунка. Також зазначають, якщо виплати перевищують надходження, але це має короткостроковий характер, а накопичений залишок коштів зберігається у певній сумі, то грошові потоки підприємства можна оцінити позитивно [2].

На думку Додусенко В. І., постійний контроль за дотриманням правил ведення касових операцій дозволить зменшити масштаби використання готівки підприємствами і організаціями, а отже і обмежити роль готівкового обігу як засобу обслуговування руху тіньового капіталу, приховування доходів та

ухилення від сплати податків до бюджету. Господарські суб'єкти мають здійснювати переважну більшість платежів із банківських рахунків у безготівковій формі [3].

За переконанням Колузанова К. В., проблеми обліку грошових коштів незначні і підприємство самостійно може їх вирішувати. Це такі, як недостатнє забезпечення бухгалтерії бланками первинних документів, облікових регістрів як аналітичного, так і синтетичного обліку, а це, в свою чергу, впливає на несвоєчасне, неповне і неточне оформлення бухгалтерських операцій. В таких умовах працівники бухгалтерії самі розграфлюють на листок форми бланків, які не завжди відповідають стандартній формі і їх називають «пристосованими» [4].

На даний час працівниками бухгалтерії багато часу витрачається на складання допоміжних документів. Так, в Журналах-ордерах і Відомостях до них не подається зміст операцій, що, в свою чергу, вимагає складання додаткових відомостей, де б розшифровувались дані грошові операції.

Питання організації бухгалтерського обліку грошових коштів на підприємстві потребують, як бачимо, подальшого дослідження та удосконалення.

Список використаних джерел:

1. Бариніна-Закірова М. В. Облікові регістри і форми бухгалтерського обліку / Бариніна-Закірова М. В. / Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2009. – № 10. – С. 3–9.
2. Гриценко А. А. Проблеми забезпечення стабільності грошової одиниці України / А. А. Гриценко // Фінанси України. – 2007. – № 9. – С. 88–97.
3. Додусенко В.І. Використання аналізу грошових потоків для визначення оптимальних умов кредитування / В. І. Додусенко// Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 8. – С. 63–65.
4. Колузанов К. В. Аналіз структури руху грошових потоків для прийняття довгострокових управлінських рішень / К. В. Колузанов, Н. О. Колузанова // Економіка АПК. – 2008. – № 12. – С. 80–85.
5. Сук Л. К. Бухгалтерський облік: Навч. Посіб. / Л. К. Сук, П. Л. Сук. – К.: Знання, 2008. – 507 с.

Чмут Б. Ю., студент
Науковий керівник: Дем'янишина О. А. к. е. н, доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЗРАХУНОК ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: АВТОМАТИЗОВАНА СИСТЕМА ОБЛІКУ

Однією з найбільш складних, відповідальних та важливих ділянок облікового процесу для будь-якого підприємства, що потребує оперативних, точних і повних даних, є облік праці та її оплати.

Найціннішим активом підприємства у сучасних умовах стає кваліфікований персонал, який зацікавлений у фінансових результатах діяльності та прикладає максимум зусиль для підвищення ефективності своєї праці. Однак, така зацікавленість в великій мірі пов'язана з розміром заробітної плати, іншого матеріального та нематеріального заохочення, справедливістю оцінки професійних здібностей, компетентності та кваліфікації працівників керівництвом фірми [1].

Облік заробітної плати та її оплата регулюється в Україні відповідними нормативно-правовими документами: Кодексом законів про працю України, Податковим кодексом України, ЗУ «Про оплату праці», П(С)БО 26 «Виплати працівникам», МСБО 19 «Виплати працівникам» та іншими положеннями й вказівками відповідних міністерств і відомств.

Підвищити рівень об'єктивності, достовірності та аналітичності інформації про працю та її оплату в умовах розвитку новітніх інформаційних технологій суспільства можливо шляхом автоматизації всіх етапів облікового процесу.

Типовими програмами, які використовують суб'єкти господарювання для ведення обліку заробітної плати є «1С : Зарплата і кадри», «1С : Управління персоналом». Недоліками систем є складність здійснення обміну інформацією, контролю й перевірки відповідності розрахунків, значна вартість програм та їх супроводу. Однак, перевагами є можливість гнучкої адаптації програми до особливостей відрядної оплати праці на підприємстві, узгодження кадрового обліку та обліку заробітної плати, автоматизоване здійснення розрахунків з використанням алгоритмів комп'ютерної програми.

Для інтегрованих систем, які передбачають можливості ведення обліку на виробничих підприємствах, характерний комбінований підхід, який враховує як можливість обліку заробітної плати за фіксованими окладами, так і за відрядною формою оплати праці [2].

Прикладами таких систем є «1С : Виробництво+Послуги+Бухгалтерія», «1С : Управління виробничим підприємством», «БЕСТ-ПРО».

Розглянемо відображення обліку заробітної плати за допомогою 1С : Бухгалтерії.

Формування відображення зарплати в бухгалтерському обліку в «1С : Підприємство. Бухгалтерія» реалізовано в двох варіантах:

1. При проведенні документа «Нарахування зарплати» – проводки не можуть бути змінені або переглянуті в самому документі;

2. В документі «Відображення зарплати в бухгалтерському обліку» по завершенню періоду – результати розподілу сум по проводках можуть бути відкориговані.

Порядок формування проводок задається в налаштуваннях обліку заробітної плати. Для того, щоб проводки формувались окремим документом, потрібно відкрити меню «Зарплата і кадри» – «Настройка обліку зарплати» вкладку «Відображення в обліку» та поставити помітку. Проводки у вкладці «Відображення в бухгалтерському обліку» формуються наприкінці періоду.

Правило проведення будь-якого нарахування або утримання в бухгалтерському обліку задається спеціальним шаблоном – способом відображення. Ці шаблони зберігаються в довіднику «Способи відображення зарплати в регламентованому обліку» (меню Зарплата і кадри – Довідники та настройки). В даному програмному забезпеченні можна змінювати та створювати власні способи відображення: для цього необхідно натиснути «Створити», вказати довільне «Найменування, Рахунки Дт та Кт» та аналітику по рахунку витрат [3].

Також потрібно вказати порядок відображення ЄСВ суб'єктом господарювання з цих нарахувань:

- тим же способом, що і нарахування;
- як основне нарахування співробітника;
- особливим способом (вказується, яким саме).

Після створення необхідної вкладки «Способи відображення», повертаються у вікно «Настройки обліку зарплати по організації», в якому можна налаштувати формування проводок наступними способами:

- для всіх співробітників організації в полі «Спосіб відображення» – необхідно обрати потрібний зі списку;

- за підрозділами – перейдіть на посилання «Настройка відображення за підрозділами», натисніть «Створити», вкажіть «Підрозділ» та відповідний «Спосіб відображення»:

- по кожному співробітнику – перейдіть на посилання «Настройка відображення за співробітниками», натисніть Створити, вкажіть «Співробітника та відповідний «Спосіб відображення»[3].

В цьому ж вікні «Настройки обліку зарплати» необхідно перейти у вкладку

«Податки та внески», натиснути на посилання «Додаткові настройки внесків» та перейти на вкладку «Статті витрат внесків». Тут необхідно вказати статті витрат для внесків ЄСВ по задіяних рахунках витрат.

Після цих налаштувань можна проводити документ «Нарахування зарплати», якщо обрано перший варіант відображення, та створити окремий документ, якщо ж обрано другий варіант. У цьому випадку потрібно відкрити меню «Зарплата і кадри» – «Відображення зарплати в бухгалтерському обліку» та натиснути «Створити». Наступним етапом є обрання місяця, по якому повністю нарахована заробітна плата та потрібно відкрити «Заповнити». Документ сформує всі необхідні проводки та аналітику по витратних рахунках, при цьому можна безпосередньо в документі відкоригувати необхідні поля при виявленні помилки [3].

Таким чином, можливо самостійно налаштувати «Відображення зарплати в бухгалтерському обліку в «1С:Підприємство. Бухгалтерія».

Отже, облік праці та її оплати займає важливе місце в діяльності будь-якого підприємства, проте постійні зміни законодавства, нестійке фінансове становище вітчизняних суб'єктів господарювання, зниження професійної мотивації працівників – ускладнює та унеможлиблює його ведення без спеціалізованого програмного забезпечення.

Проведений аналіз автоматизації обліку праці та її оплати свідчить, що найбільш пристосованим програмним продуктом на сучасному етапі є «1С: Підприємство 8 «Зарплата і Управління персоналом» для України», використання якого дозволяє: управлінському персоналу підприємства отримувати інформаційне забезпечення для здійснення контролю стану і виконання кадрового плану; аналізувати кадровий склад; приймати на основі повної і достовірної інформації управлінські рішення щодо планування витрат на оплату праці та інше.

Список використаних джерел:

1. Крутова А. С. Облік праці та її оплати в інформаційній системі підприємства торгівлі / А.С. Крутова, О.О. Нестеренко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – Вип. 2 (32) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/63693/59472>.

2. Автоматизація обліку праці та її оплати. Засоби автоматизації управлінської праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://works.doklad.ru/view/9y5H2d2BKPg.html>.

3. Відображення зарплати в бухгалтерському обліку в 1С : Підприємство. Бухгалтерія 2.0. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://portfel.ua/vidobrazhennya-zarplati-v-reglamentovanomu-obliku-v-1s->

Шмалюх А. І., студентка
Науковий керівник: Демченко Т.А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Нині інформаційні технології виступають інтенсифікатором глобалізаційних та інтернаціональних процесів. Сучасні системи комунікацій технологій дають змогу одержувати необхідну інформацію на будь-якій відстані в режимі реального часу і швидко приймати рішення, значною мірою полегшують організацію міжнародного інвестування, прискорюють рух капіталів, кооперування виробництва і маркетингу, сприяють оптимальній адаптації макроекономічної політики різних держав на рівні урядів і центральних банків.

Розвиток інформаційних технологій дозволяють здійснити створення децентралізованого виробництва з централізованим фінансовим контролем. Такі технологічні можливості сприяють ще більшій інтернаціоналізації виробництва, яка веде до збільшення обсягів світової торгівлі. Розвиток більш дешевих транспортних можливостей також сприяє зростанню обсягів комерційної торгівлі на більших відстанях, виконанню прямих замовлень, що надходять з віддалених регіонів, а також розширенню обміну послугами.

Процес впровадження інформаційних технологій має свої особливості й проблематику. Серед перешкод на шляху впровадження інформаційних технологій на рівні підприємства виділяють наступні: ускладнення дослідження швидкозмінних інформаційних потоків у зв'язку із зміною форм власності, диверсифікація підприємств, складні ринкові відносини; складність розробки інформаційних і програмних систем для автоматизації управління компаніями; необхідність удосконалення систем мобільного зв'язку; доцільність безперервного застосування Інтернет-технологій в організації і забезпеченні мобільного управління.

У розвитку інформаційних технологій має місце інтеграція інформаційних потоків, комунікаційне забезпечення транспортування товарів. Ці напрямки пов'язані з інтеграційними процесами в економіці розвинутих країн і представляють новий науково-практичний напрямок – телематику. Телематика орієнтована на активне використання обчислювальних систем та інформаційних мереж.

Розвиток даного напрямку в Україні має наступні проблеми:

- якість техніки, організація її обслуговування та ремонту;
- інтегрування інформаційних процесів;
- навчання персоналу;

– технологічні зміни в процесах, пов'язаних з обробкою і використанням інформації на місцях;

- ціна ПК і периферійного обладнання, засобів комунікації;
- програмне забезпечення.

Шляхами подальшого розвитку застосування інформаційних технологій на рівні підприємств є:

- розвиток інформаційного сектору України;
- формування інтелектуальних ресурсів;
- стимулювання до активного фінансування галузі інформаційних технологій;
- тісна співпраця зі спеціалістами галузі інформаційних технологій;
- зростання кількості управлінських рішень, що піддаються автоматизації;
- підвищення кваліфікації кадрів на підприємстві з метою вдосконалення їх компетентності та збільшення довіри до сучасних інформаційних технологій;
- забезпечення роботи підрозділів в єдиному інформаційному середовищі;
- можливість поетапного впровадження інформаційних технологій з метою оцінювання та контролю, економії ресурсів;
- розробка нових програмних продуктів.

Отже, дослідження в даному напрямку повинні бути спрямовані на створення універсальної моделі інформаційних технологій в Україні, яка дозволить значно підвищити ефективність управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Клепікова О. А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством / О. А. Клепікова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2013. – Вип. 5. – С. 74-78.

2. Кривов'язюк І.В. Проблеми запровадження інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства / І. В. Кривов'язюк, Ю. М. Кулик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 12. – С. 83–90.

3. Чирва О. Г. Управління розвитком інформаційних технологій в Україні // О. Г. Чирва // Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку : матер. Міжнародної. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2017 р., м. Умань / за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви. – Умань : Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2017. – С. 219-222.

СЕКЦІЯ 5

ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Балдинюк Д. О., студентка
Науковий керівник: Гарматюк О. В., викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В останні роки все більшу кількість промислових підприємств розглядає маркетингову активність в якості інструменту, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності.

Інноваційний маркетинг - це, з одного боку, велика частка ризику, але з іншого - більш висока віддача у разі правильно обраного курсу. Маркетинг завжди є витратною статтею бюджету компанії, тому, розподіляючи його, необхідно прораховувати можливі ризики. Інноваційний маркетинг може вивести компанію на новий щабель розвитку, допомогти зайняти нову нішу, тоді вкладення з лишком окупляться. Але, якщо всі виділені на просування кошти вкласти в інноваційні ідеї, а ті не спрацюють, то компанія ризикує втратити певну частину своїх клієнтів [4].

Інноваційний маркетинг аналізує ринок, займається розробкою його сегментів, організовує і формує попит, а потім прогнозує поведінку споживача. Важливе місце тут відводиться появі на ринку нового товару, його дослідження і складання прогнозів бажань покупців. Важливі моменти, на які звертає увагу керівник проекту: вид, якість товару і група споживачів, які потребують цієї продукції. Звідси виявляється тісний контакт учасників маркетингової схеми. Крім дослідження ринку, інноваційний маркетинг також проводить збір інформації про споживачів (зростання населення і його доходи), вивчає юридичні умови і законодавство. Особлива увага приділяється вивченню експорту, імпорту і нововведень. Інформація береться з статистичних даних, довідників і ділових видань, а також з результатів роботи торгових палат. Аналізуючи потреби покупців і розділяючи їх на чіткі групи (сегментація), визначаються рівнем привабливості та конкурентоспроможності товару. В результаті всіх проведених аналітичних заходів складається інноваційна стратегія, яка направляє маркетингову діяльність на якнайшвидше досягнення заданих цілей.

На сьогоднішній день немає єдиної точки зору щодо необхідності розмежування таких понять як «інноваційний маркетинг» та «маркетинг інновацій», що призводить до допущення помилок в управлінні підприємством і, відповідно, втрат своїх позицій на ринку. Поєднання інноваційної та маркетингової складових дозволяє з якісно нових позицій здійснити погляд на управління маркетинговою діяльністю підприємства. При цьому проблемою залишається питання оцінки інновацій, адже особливостями прояву інноваційних процесів є наявність економічного і соціального ефекту, що визначають відповідно прибуток підприємства та його позиціонування на ринку [1].

Процес включення інновацій в маркетингову діяльність – це певний механізм перевтілення підприємствами своїх старих ідей, технологій, продуктів тощо в абсолютно нові, які призначені для успішного їх розвитку в подальшому.

Інноваційний маркетинг дає можливість захоплювати ринок або створити нову нішу за рахунок зміни пріоритетів продуктів від «функціонального» до «інноваційного», при цьому досягаючи більшого задоволення потреб споживача. Отже інноваційний маркетинг відіграє ключову роль в інноваційних процесах останнього покоління. Він націлений на вивчення сформованого соціально-економічного, організаційно-правового та науково-технічного середовища, що задовольняє або гальмує розвиток інноваційної діяльності виробництва [3].

Можна розглянути інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності та осучаснену концепцію класичного маркетингу, за якою підприємство повинно безперервно поліпшувати свою продукцію, форми і методи їх просування і збуту саме на інноваційній (випереджувальній час) основі [2].

Отже, серед головних напрямків розвитку інновацій: створення попиту на інновації, рішення інвестиційних, організаційно-правових, кадрових питань, - певну роль відіграє розширення використання інноваційного маркетингу. Завдяки йому виграють обидві сторони – виробник і споживач. Існує велика різноманітність змісту інноваційного маркетингу стосовно до різних груп продуктів, ринків інновацій, суб'єктів інноваційної діяльності, умови і можливостей його застосування. Тому необхідні нові підходи до реалізації інноваційного маркетингу. На наш погляд, така концепція дасть новий поштовх у розвитку економіки.

Список використаних джерел:

1. Гапоненко Т. М. Інноваційний маркетинг як запорука розвитку підприємства / Т. М. Гапоненко // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. – С. 46-49.
2. Гарматюк О. В. Використання маркетингових комунікацій для розвитку збуту продукції пивоварних підприємств/ О. В. Гарматюк// IV Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри»: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2017. - С.305-308.
3. Нянько В. М. Особливості розвитку інноваційного маркетингу на підприємстві / В. М. Нянько, В. А. Паляниця // Інноваційна економіка. - 2013. - № 6. - С. 212–217.
4. Старицька О. П. Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств / О. П. Старицька, Т. М. Старицький // Інноваційна економіка. - 2014. - № 4. - С. 244-250.

Бовкун О. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ЛОГІСТИКИ ПРИ ОБСЛУГОВУВАННІ СПОЖИВАЧІВ

Без розуміння того, як правильно управляти процесом надання послуг, особливо послугами логістичного сервісу, складно уявити нормальне функціонування підприємств. Політика управління обслуговування клієнтів визначається взаємодією двох ключових підрозділів організації, одне з яких (маркетинг) відповідає за формування іміджу товару і вибір учасників купівлі-продажу, інше (логістика) - за поставку товару до клієнта і надання логістичних послуг з урахуванням 7R логістики при забезпеченні оптимальних умов функціонування ланцюгів поставок.

Будь-яка організація в ланцюзі постачань, будь то видобувна або виробнича компанії, підприємство торгівельної сфери або організації, що спеціалізуються на реалізації логістичної діяльності (тобто логістичні провайдери), залучена в процес надання послуг. В одних випадках ці послуги спрямовані на забезпечення просування основного матеріального потоку (у вигляді сировини і матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції або товарів) організації, в інших - вони [послуги] виступають в якості самостійного «товару». Без розуміння того, як правильно управляти процесом

надання послуг, особливо послугами логістичного сервісу, складно уявити нормальне функціонування підприємств: послуги логістики є в тому чи іншому вигляді майже в кожній компанії.

Необхідність приділяти увагу в компанії саме логістичного обслуговування визначається його стратегічної роллю у взаємодії двох ключових підрозділів організації, одне з яких (маркетинг) відповідає за формування у клієнта позитивного образу товару і доведення товару до клієнта через «правильних» учасників купівлі-продажу, інше (логістика) - за фізичне переміщення матеріального потоку і забезпечення оптимальних умов його циркулювання в ланцюжках поставок. Обслуговування споживачів - один з елементів в визнаній теоретиками концептуальної моделі 4P [1, с. 48], який отримав назву «місце», якому, однак, за визнанням Стоку і Ламберта, професійне співтовариство в області маркетингу, по суті, не приділяє належної уваги [1, с. 89].

Варто зауважити, що до маркетингу віднесена функція «просування», під якою, виходячи з пояснень [16], розуміється управління каналами розподілу. На початкових етапах розвитку маркетингу і логістики, така постановка питання була цілком допустима, але при сучасному рівні розвитку інтегрованої логістики, завдання управління каналами розподілу повинні делегуватися службі логістики [7]. В рамках функції «просування» за маркетингом повинні зберігатися такі види діяльності:

- 1) діяльність, пов'язана з вибором збутових систем як основа створення каналів розподілу;

- 2) стимулювання продажів в каналах розподілу.

Безпосередня організація просування товарних потоків в обраних збутових системах повинна здійснюється логістикою. Варто нагадати, що під вибором збутової системи розуміється визначення з комерційної точки зору шляху просування товару на ринку, тобто визначення подальших учасників купівлі-продажу.

Додатковим аргументом на користь фокусування уваги на розробці стратегічного підходу до управління логістичним сервісом є створення обопільно вигідною цінності як для клієнта, так і для компанії, постачальника логістичних послуг [1].

Спираючись на письмові заяви компанії-постачальника щодо логістичного сервісу, клієнт формує «адекватні» очікування з приводу майбутнього результату: він (покупець) очікує побачити в даному документі достовірну інформацію про послуги, їх переліку, умови їх надання, про додаткові можливості їх модифікації під свої специфічні індивідуальні запити тощо. В результаті покупець передбачає отримати від постачальника:

- товар відповідно до вимог, відбитими в замовленні;
- доставку в призначений термін;
- оптимальні умови поставки, відповідні балансу «витрати – рівень логістичного сервісу»;
- швидку реакцію на зміни в своїх потребах;
- потенційну можливість скорочення часу виконання замовлення;
- потенційну можливість розподілити запаси по ланцюжку поставок таким чином, щоб скоротити у себе рівень страхового запасу тощо.

На перший погляд, вартість послуги може здаватися для клієнта вище середньо ринкової. Але відповідність сформованих очікувань клієнта фактично отриманим результатам логістичного обслуговування, наданих постачальником логістичних послуг, виливається для клієнта в скорочення сукупних витрат ланцюга поставок в цілому і його [клієнта] ланки, зокрема.

Для компанії, постачальника логістичних послуг, цінність від управління логістичним сервісом виражається не тільки у формулюванні результатів управлінської діяльності, пов'язаних з даною сферою діяльності компанії, в документальному вигляді [2], але і в раціональному використанні наявних ресурсів - фінансових, матеріальних [3] (потік сировини і матеріалів, незавершеної і готової продукції, товарів), людських та інфраструктурних. Від узгодженості дій різних підрозділів компанії (логістики, маркетингу, продажів, фінансів і т.д.) при зборі інформації про потреби існуючих і потенційних клієнтів, пропозиції конкурентів, а також про власні можливості організації, головним чином, залежить результативність використання наявних у компанії ресурсів. Це призводить, в кінцевому рахунку, до того, що постачальник може:

1. Точніше планувати хід реалізації процесів в компанії, в тому числі і логістичних.
2. Покращувати показники використання своїх ресурсів і рентабельність активів.
3. Краще розподіляти запаси у своїй мережі.
4. Знижувати рівень страхових запасів на своїх складах тощо.

Логістичний сервіс є частиною загальної політики обслуговування клієнтів, за допомогою якої компанія позначає свої позиції на ринку по відношенню до останніх. Підвищення рівня логістичного сервісу для більшості компаній стає основою отримання конкурентних переваг на ринку.

У майбутньому необхідно продовжити вивчати взаємозв'язок між стратегіями компанії і логістичним сервісом: варто приділити увагу дослідженню впливу корпоративних і функціональних стратегій компанії (відповідно до цілей і завдань) різного рівня на процеси логістики, аж до

операційного рівня. У зв'язку з цим варто говорити про необхідність уточнення підходу до формування та управління логістичним сервісом компанії, а також пошуку і визначенні місця для політики управління поверненням тари і упаковки в загальному контексті обслуговування споживачів в системі управління логістичною діяльністю компанії.

Список використаних джерел:

1. Амітан В. Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах: Монографія / Амітан В. Н., Ларіна Р. Р., Пілюшенко В. Л. – Донецьк: Юго-Восток, 2003. – 72 с.
2. Вівчар О.І. Застосування логістичного підходу до управління матеріальними потоками / О.І. Вівчар // Матеріали XII наукової конференції ТДТУ ім. І. Пулюя – Тернопіль: ТДТУ, 2008. – С. 253–255.
3. Вівчар О. І. Специфіка застосування інноваційно-логістичної системи ремонтно-будівельних підприємств / О. І. Вівчар, М. Ф. Зяйлик // Науковий вісник Ужгородського університету. – Серія. Економіка. Вип. 32 – Ужгород, 2011 – С. 175–177.

Болецька В. П., студентка

*Науковий керівник: Білошкурська Н. В., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан світового ринку характеризується підвищенням значимості та цінності інформації. Збільшуються темпи зростання інформатизації суспільства, споживачеві стає доступним все більший обсяг інформації. Проте підприємства не можуть збільшувати обсяги своїх комунікацій пропорційно збільшенню обсягу інформації, доступної споживачеві. У цих умовах зростає значення комунікаційної функції маркетингу, а питання ефективності використання потенціалу комунікаційного інструментарію стає найбільш актуальним.

Маркетингові комунікації, як інструмент оперативного маркетингу, забезпечують взаємодії зв'язку між виробниками і споживачами товарів у процесі обміну.

Маркетингова комунікаційна політика (маркетингова політика комунікацій) – перспективний напрям дій підприємства, спрямований на

забезпечення взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку [1].

Маркетингова політика комунікацій розглядає систему загальних установок, критеріїв і орієнтирів сфери взаємовідносин між підприємствами та організаціями, з одного боку, і їх клієнтами – з іншого, з метою досягнення маркетингових цілей. Як правило, виділяють два рівня комунікацій у маркетинговій діяльності підприємств: рівень загальної комунікації, в межах якого розробляється комунікативна політика підприємства, визначаються стратегічна цільова установка і базові інструменти здійснення комунікацій; рівень структурних підрозділів на якому приймаються рішення про використання арсеналу комунікативних інструментів. Це підрозділи реклами, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю, спонсорства. Цілі маркетингових комунікацій утворюють складну ієрархічну систему. Головна роль в ній належить таким цілям, як формування попиту і стимулювання збуту.

Підлеглими, розвиваючими по відношенню до них, виступають такі цілі, як: інформування про існування комунікатора, про що випускаються їм товари, їх якість та інше; мотивація споживача; формування сприятливого образу (іміджу) організації; інформування громадськості про діяльність організації; привернення уваги бажаних аудиторій до діяльності організацій; формування у покупця прихильності до марки фірми; стимулювання процесу купівлі; нагадування про фірму, її товари. Слід також відзначити залежність вибору цілей від багатьох факторів: специфіки діяльності фірми, її типу, цільового ринку, особливостей продукції, що виробляється, характеристик адресата комунікацій, конкретних умов, що склалися в даний момент на ринку, і багато чого іншого. У свою чергу, вибір цілей маркетингових комунікацій багато в чому визначає засоби, використовувані для їх досягнення.

Комунікативна політика підприємства повинна постійно вдосконалюватися з урахуванням інформаційного навантаження покупців або клієнтів, рівня розвиненості систем внутрішнього і зовнішнього взаємодій підприємства з суб'єктами маркетингового середовища, а також з урахуванням зростаючого різноманіття інструментів і засобів комунікацій. Це стає необхідним умовою і чинником стійкості, конкурентоспроможності і успіху підприємства на ринку. Комплекс маркетингових комунікацій включає наступні основні елементи: рекламу, стимулювання продажів, зв'язки з громадськістю (паблік рилейшинз) і особисту продаж [2].

Концепція паблік рилейшинз полягає у виявленні зрілої і розвинутою корпоративної культури підприємництва, певного іміджу і стилю підприємства, манери поведінки керівників і персоналу між собою та суспільством. Успішна реалізація паблік рилейшинз дозволяє підприємству вийти на соціальну арену з

метою досягнення максимально можливих показників своєї діяльності, завдяки встановленню системи взаємодії з суспільством, і активному використанню внутрішнього потенціалу персоналу підприємства. Поряд з чотирма основними засобами маркетингових комунікацій (реклама, особисті продажі, просування продажів і PR) виділяють також прямий маркетинг, участь в ярмарках і виставки, спонсорство, інформацію «з вуст в уста» упаковку, дійсно, всі ці кошти комунікацій несуть маркетингову інформацію, проте за формою, змістом і методом переданої інформації є значною мірою поєднання вже названих засобів. Спонсорство припускає формування позитивного іміджу (PR), а також рекламу. Інформація «з вуст в уста» – поширення відомостей про продукт/компанію по каналах особистих або персональних комунікацій, що характерно для особистих продажів. упаковка поєднує елементи реклами (відомості про продукт і виробника) і експозиції в точці продажу.

Масові комунікації поступаються місце більш спеціалізованим, сфокусованим на окремих сегментах цільової аудиторії. Посилюється роль електронних інтерактивних засобів комунікації.

Розвиток інформаційних технологій та інформаційне перевантаження цільових аудиторій зумовили актуальність інтеграції засобів маркетингових комунікацій в часі, в просторі, по бюджету і виконавцях. Така інтеграція передбачає використання сильних сторін і нівелювання слабких сторін кожного із засобів маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Суть і зміст маркетингової комунікаційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com//marketing/komunikatsiyna>.
2. Комплекс маркетингових комунікацій та його складові [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.com.ua/1_232064_kompleks-marketingovih-komunikatsiy-ta-yogo-skladovi.html.

Гарматюк О. В., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МАЛОБЮДЖЕТНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасні методи управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання дозволяють приймати об'єктивно необхідні і обґрунтовані бізнес-рішення, спрямовані на підвищення стійкості підприємств до впливів зовнішнього середовища і досягнення поставлених цілей при мінімальних

підприємницьких ризиках. Однак, крім іншого, забезпечення заданої ефективності управління вимагає оптимізації комплексу маркетингу, перш за все, в частині використовуваних засобів комунікацій і витрат на їх застосування.

В умовах перенасичення товарних та рекламних ринків, посилення конкуренції на них актуальності набувають нетрадиційні підходи до маркетингу й реклами. Власне у малобюджетному маркетингу використовують способи просування товару, що далеко виходять за межі загальноприйнятих способів та засобів рекламних комунікацій, котрі вже є малоефективними для вибагливого сучасного споживача. При цьому головними ресурсами у такій рекламній кампанії є час, енергія та винахідливість, а результатом – прибуток [1].

Термін «малобюджетний маркетинг» використовується для позначення всього комплексу дій по взаємодії з ринком згідно стратегії мінімізації інвестицій в маркетингові заходи або в умовах недостатньої кількості персоналу, обмеженого маркетингового бюджету, або меншого по відношенню до аналогічних компаній [3].

Термін «малобюджетний маркетинг» уперше згадується Джейм Конрадом Левінсоном. Він у своїй книзі пояснює основи цього виду маркетингу, представляє його неординарним способом маркетингу, який ґрунтується невикористання часу, уяви, творчості, а не витрат великого бюджету для маркетингу. Цей маркетинг непередбачуваний і клієнти часто захоплені зненацька на незвичайних місцях. Насправді, цей маркетинг націлений на середні і малі підприємства, які не мають великого бюджету, але все частіше ними користуються і великі фірми і компанії.

Прикладом цього може бути компанія, яка займається виробництвом меблів «ІКЕА», яка у Франкфурті обладнала кілька автобусних зупинок по місту з меблями власного виробництва або пофарбувала балкони одного будинку, щоб вони нагадували висунуті шухляди.

Розглянемо деякі інструменти малобюджетного маркетингу.

1. Використання партизанського маркетингу. Партизанський маркетинг – це один з видів «малобюджетного» маркетингу, який дозволяє просувати свою продукцію чи послугу за допомогою незвичних, креативних інструментів, які не потребують (або майже не потребують) коштів. Виділять три групи інструментів впливу на споживача: інструменти масового впливу (flashmob, avto performance, street action, viral videotoщо); інструменти локального впливу (ambient media, таємні покупці, графіті, brand space тощо); інструменти цільового впливу (просування в блогах і на форумах, нестандартне розміщення реклами в громадських місцях).

2. Використання вірусного маркетингу (за умови відносно невеликих витрат на створення ролику чи повідомлення). Вірусний маркетинг – передбачає передачу інформації про продукт, підприємство чи торгову марку від людини до людини під час дружнього невимушеного спілкування (при чому об’єкт рекламування не має прямого впливу на інформацію, яка розповсюджується).

3. Використання різних соціальних мереж. Соціальні мережі сьогодні перетворилися в один з найдієвіших інструментів маркетингу. Їхня аудиторія вже давно перевищила потенційну аудиторію не тільки будь-яких друкованих ЗМІ та радіо, але й телебачення. Вибір певної соціальної мережі залежить від цільової аудиторії (вікова, статева структура і т.п.) на яку розраховує вплинути конкретне підприємство.

4. Використання епатажного (шокового) маркетингу. Ефективно, дешево, але ризиковано – ось такі властивості притаманні епатажному маркетингу. Епатажний маркетинг - найскандальніший з усіх видів маркетингу. Тут можуть піддаватися атаці моральні та культурні норми людини.

5. Використання прихованого маркетингу (маркетингу чуток), його метою є створення чуток як найпотужнішого інструменту маркетингу, що здатний досягати навіть ізольованих від основної маси людей, до того ж чуткам вірять більше, ніж офіційним повідомленням або рекламі [2].

Метою малобюджетного маркетингу є виявлення і розробка методів залучення потенційних споживачів і досягнення максимальної миттєвої віддачі на одиницю вкладених мінімально необхідних витрат. При цьому поєднання знань про цільову аудиторію, унікальної торговельної пропозиції і ретельно підібраних способів контакту з потенційними споживачами забезпечують підприємству конкурентні переваги інформаційного характеру.

Отже, не завжди необхідно багато фінансових коштів, щоб зробити хороший маркетинг. У більшості випадків, потрібен творчий підхід і бажання працювати. Вважаємо, що використання елементів малобюджетного маркетингу в рекламі може допомогти компаніям, у яких обмежені бюджети, і не тільки їм. Відомі і багаті компанії також успішно використовували цей вид маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Горбаль Н. І. «Партизанський» маркетинг у міжнародних корпораціях / Н. І. Горбаль, Б. Т. Грушак, З. М. Дутко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 797. – С. 356–362.

2. Волкова Л. А. Партизанський маркетинг: пізнання відомого / Л. А. Волкова // Прихований маркетинг. – 2007. – С. 65.

3. Мороз Л. А. Вірусний маркетинг як специфічна технологія маркетингових комунікацій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vuzlib.org/articles/1205>.

Гоменюк М.О., к. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «НОВА ПОШТА»

На сучасному етапі розвитку економіки України управління виробництвом і процесами обігу матеріальних, грошових та інших ресурсів, засноване на традиційних підходах, значною мірою себе вичерпало, у результаті чого особливої актуальності набули дослідження з розробки нових, нетрадиційних підходів до управління у виробництві і споживанні, серед яких гідне місце зайняла теорія логістики. Логістичний підхід до управління підприємством націлений на забезпечення раціоналізації потокових процесів у рамках керованої системи з позиції єдиного матеріалопровідного ланцюга, інтеграція окремих частин якого здійснюється на технічному, технологічному, економічному, методологічному рівнях, а мінімізація витрат часу і ресурсів досягається шляхом оптимізації наскрізного управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками.

Обираючи логістичну концепцію управління для розробки альтернатив раціональної організації закупівель і розподілу, вітчизняні підприємства можуть досягти зниження рівня витрат і поліпшення якості постачань; підвищити можливості адаптації підприємств до запитів ринку; гарантувати певний сервіс споживачам і, тим самим, отримати додаткові конкурентні переваги на ринку. Але сьогодні завдання стоїть так, що логістичні інструменти та розрахунки рівня раціональності операцій повинні бути присутні і у ядрі виробничого процесу фірми. Саме тому розвиток технології логістичного підходу в управлінні фірмами супроводжується комплексним розвитком та впровадженням логістичних систем на підприємствах.

Широкий спектр завдань, функцій і об'єктів застосування логістики розширює можливості фірми, але ускладнює об'єктивну оцінку ефективності та доцільності застосування конкретних форм логістичних систем і логістичних методів. В цьому зв'язку актуальним є вивчення взаємозв'язків системи логістики фірми з її загальною системою менеджменту і маркетингу та вплив цих зв'язків на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Інтегрована логістична система повинна легко адаптуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища. А стратегія, своєю чергою, описує принциповий образ дій, який обраний для досягнення поставлених цілей. При цьому логістична концепція оптимізації повинна проникати і у формат стратегічного управління. Логістична стратегія реалізується як динамічна інституціоналізація технологій прийняття рішень та образів еволюційних цілей фірми, які спрямовують розвиток логістичної системи підприємства [3].

Логістична стратегія – це спосіб реалізації у довгостроковій перспективі органами управління підприємства оптимізаційних і адаптивних властивостей логістики, який визначає цілеспрямоване оптимальне управління його внутрішніми і зовнішніми відносинами та відповідними потоковими процесами у часових і просторових параметрах середовища таких відносин згідно з визначеною корпоративною стратегією підприємства [2].

ТОВ «Нова Пошта» почала свою діяльність в 2001 році в місті Полтава. На той момент основною діяльністю компанії було перевезення невеликих партій вантажів по Полтаві і Полтавської області власним транспортом. Далі із зростанням об'ємів перевезень і прибутку, компанія розширила область своєї діяльності і стала пропонувати послуги з перевезення вантажів по Україні.

Зараз ТОВ «Нова Пошта» – це:

- Понад 2500 відділень у всіх регіонах України
- Більше 2500 автомобілів
- 36 сучасних сортувальних терміналів
- Близько 16 000 кваліфікованих фахівців
- Понад 60 млн відправлень на рік
- Більше 350 кас, що здійснюють грошові перекази
- Сучасний логістичний комплекс площею 4000 кв. м
- Прозорі тарифи і програма лояльності
- Постійна взаємодія з клієнтами
- Контроль за переміщенням посилки [1].

ТОВ «Нова Пошта» була одним із перших операторів на ринку експрес-перевезень, що здійснює повний комплекс послуг з доставки документів та вантажів і на сьогодні є незаперечним лідером у цій галузі, як за вантажообігом, так і за кількістю та якістю обслуговування клієнтів.

У 2014 році «Нова пошта» вийшла на міжнародні ринки, відкривши представництва у Молдові та Грузії. Вже за рік, восени 2015-го, компанія запустила послугу міжнародної доставки у 200 країн світу.

Основним напрямком діяльності ТОВ «Нова Пошта» є транспортна логістика. Доставка вантажів здійснюється досвідченими водіями-експедиторами. В наявності найсучасніші вантажівки різного тоннажу (від 1,5

до 20 тонн). Особливою популярністю користуються автомобілі «Газель», які дозволяють організувати вантажні перевезення оперативно, мобільно і якісно. При організації вантажних перевезень надаються найсучасніші вантажні автомобілі (MAN, DAF, VOLVO, Mercedes,).

Сьогодні ТОВ «Нова Пошта» є лідером експрес-доставки, завдяки інноваційним підходам і постійній роботі над ефективністю. Передбачаючи бажання клієнтів, компанія постійно пропонує нові продукти та послуги.

Оператор не просто перевозить посилки та вантажі, але й розвиває ринок електронної комерції, розробляючи комплексні рішення, які допомагають бізнесу розширити географію збуту або зосередитися на основній діяльності.

Втім, кількість представництв не мала б перспективи без якості обслуговування споживачів. І це прекрасно усвідомлює менеджмент компанії, конвертуючи десятирічний досвід роботи у сфері експрес-доставок у високі стандарти послуг.

Усі об'єкти, які відкриваються, якісно перевершують відкриті раніше. Це дозволяє робити сервіс доступнішим, зручнішим, оперативним і, головне, вигідним в ціновому відношенні. Компанія вимоглива до себе і чітко контролює стандарти роботи своїх представництв.

За оцінками експертів, ринок послуг експрес-доставки в Україні є одним з найперспективніших і динамічніших в Україні, а компанія «Нова Пошта» завдяки своєму досвіду, клієнтоорієнтованості і доступності поза сумнівом збільшуватиме свою долю на цьому ринку.

З 2016 року в компанії «Нова пошта» діє стратегія сталого розвитку. Це практичний документ, «дорожня карта». Кожен проект, який реалізує «Нова пошта», має чіткий зв'язок з місією і цінностями бренду.

ТОВ «Нова пошта» виходить на етап сталого розвитку. Впродовж 2017 року компанія не лише встановлювала нові рекорди в кількості доставок, але й впроваджувала якісні внутрішні зміни. Зокрема, потужний інноваційний термінал у місті Київ, найбільший інфраструктурний проект такого роду в Україні, суттєво автоматизує обробку вантажів та прискорює процес доставки.

Логістичну стратегію можна розглядати як поглиблення традиційної стратегії підприємства. Логістична стратегія підприємства має бути головною рушійною силою забезпечення та досягнення стратегічних цілей підприємства. Тому, її формування є комплексним, впорядкованим процесом, спрямованим на отримання сукупних результатів системи і у створення вартості, і покращання рівня обслуговування для споживачів. Цей процес сконцентрований на задоволенні існуючих та передбаченні майбутніх потреб клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт ТОВ «Нова пошта». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://novaposhta.ua>

2. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент : Підручник / В. С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т. І. Лепейко // За ред. д-ра екон. наук проф. В. С. Пономаренка. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 482 с.

3. Черленяк І. І. Побудова ефективної стратегії управління логістичною системою фірми як джерело конкурентних переваг / І. І. Черленяк, Я. Ю. Агій // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2016. – С. 184 – 190.

Длугоборська Л.В., викладач
Уманський національний університет садівництва

ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкових процесів в Україні, реформування усього комплексу виробничих відносин вимагають створення принципово нової системи управління підприємствами, яка б забезпечувала їм високу конкурентоспроможність.

Запорукою ефективного функціонування будь-якого підприємства в сьогоднішніх умовах господарювання є використання ним сучасних інноваційних технологій виробництва та управління. Однією з таких технологій є застосування логістичного підходу до управління підприємством.

Управлінню підприємствами на засадах логістичних підходів в Україні звертається поки що недостатня увага. Дослідженням окремих його аспектів займалися такі вчені, як Долішній М. І., Забуранна Л. В., Крикавський Є. В., Ларіна Р. Р., Фролова Л. В., Хаджинова О. В., Чумаченко О. М. та інші.

Логістичний підхід змінює пріоритети в господарській діяльності із продукту на процес у формі потоку, що дає змогу бачити систему в цілому та з усіма взаємозв'язками з оточуючим середовищем. Діяльність промислового підприємства як логістичної системи, тобто такої, що підлягає логістичному управлінню, може бути подана за фазовим поділом трьома блоками [1]:

– логістика постачання, під якою розуміють комплексне планування, управління та фізичне опрацювання потоку матеріалів, сировини, комплектуючих та відповідного інформаційного потоку від їх переміщення від постачальників до початкового виробничого складування;

– логістика виробництва, яка включає управління процесами від початку виробництва до передавання продукції у сферу збуту;

– логістика збуту охоплює управління переміщенням готових виробів до замовника.

Реалізація логістичного підходу здійснюється за принципами 7П: створення й постачання товару в потрібний час і місце, оптимальної кількості і якості з мінімальними витратами на розробку, виготовлення, упакування й рух. Логістичні принципи дають змогу виконати управлінські завдання більш ефективно, ніж просте управління.

Загальною метою логістичного управління є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний час умовах господарювання [2].

Управління розвитком підприємства за принципами логістики дозволяє звести до оптимального рівня виконання комплексу логістичних операцій і зменшити логістичні витрати. За даними фірм «Бош», «Сіменс», «Міцубісі»,

«Дженерал моторс», скорочення видатків на виконання логістичних функцій на 1% має той же ефект, що й збільшення обсягу збуту продукції на 10%.

За зарубіжними даними, застосування науково обґрунтованих методів логістики дозволяє знизити рівень витрат на 20%, товарні запаси – на 30-70%, скоротити час обігу товарів на 20-50%. Очевидно, що міг би бути отриманий великий економічний ефект досягши таких показників в реальних умовах ресурсозабезпечення підприємств. Проте по ряду об'єктивних і суб'єктивних причин методи логістики використовуються у нас недостатньо.

Необхідність застосування логістичних підходів для ефективного функціонування сучасних підприємств спричиняє низка причин [3]:

- розвиток конкуренції, викликаний переходом українських підприємств від ринку продавця до ринку покупця;
- забезпечення конкурентних переваг логістично-організованих систем товароруку за рахунок зниження собівартості продукції і поліпшення якості поставок;
- енергетична криза;
- науково-технічний прогрес, насамперед, комп'ютеризація управління.

Труднощі імплементації основних положень логістики на вітчизняних підприємствах полягають, насамперед, у нестабільності економіки України, а найважливіші проблеми пов'язані з ефективним використанням логістики у вітчизняному підприємстві [4]. До яких можна віднести: недосконалість методологічної бази впровадження логістики в реальний сектор економіки України; відсутність необхідної структуризації діяльності господарських систем, яка потрібна для впровадження логістики; значний моральний і фізичний знос виробничого устаткування; слаборозвинена транспортна інфраструктура, яка не відповідає сучасним вимогам (високий ступінь

фізичного і морального зносу транспортних засобів і, як наслідок, низька ефективність їх функціонування); низький рівень розвитку виробничо-технічної бази складського господарства; недостатній рівень розвитку й використання сучасних систем електронних комунікацій, електронних мереж, систем зв'язку та телекомунікацій; потенційне небажання менеджерів змінювати сталі стереотипи роботи на тлі загальної низької правової й управлінської культури. Окреме підприємство, оптимізоване з погляду логістики, може виявитися неоптимальною ланкою в загальному логістичному ланцюзі в зв'язку з тим, що логістичний підхід передбачає включення в ланцюг безпосередньо виробничого підприємства і пов'язаних з ним постачальників, посередників, клієнтів. Саме координація роботи ланцюга, що складається з різних підприємств, є найважчою при використанні логістичних методів управління.

За рахунок логістичного підходу в управлінні, як інноваційної моделі розвитку підприємства, можна досягти таких конкурентних переваг [5]:

- скорочення витрат на утримання запасів за рахунок їх оптимізації;
- скорочення часу зберігання продукції;
- скорочення часу перевезень;
- швидка реакція на вимоги споживачів;
- раціональний розподіл усіх транспортних засобів та запасів сировини;
- якісне обслуговування споживачів;
- послідовність руху потоків матеріалів через підсистеми підприємства;
- скорочення інтервалів часу між поставкою сировини на підприємство і випуском готової продукції.

Список використаних джерел:

1. Науменко М. О. Маркетинг: навчальний посібник/ М. О. Науменко, В. І. Пеньков, Б. А. Рудов, Н. Г. Гончаренко. – Х.: АВВМВСУ, 2010. - 232 с.
2. Товма Л. Ф. Логістичне управління підприємством в умовах ринкової економіки/ Л. Ф. Товма//Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ, – 2018. – № 62. – С. 349–355.
3. Бурега В. В. Социально адекватный менеджмент: в поисках новой парадигмы: Монография. – К.: Академия, 2001. – 272 с.
4. Соколовський С. А. Управління якістю виробництва та обслуговування: навчальний посібник / С. А.Соколовський, С. П. Павлов, М. В. Черкашина, М. О. Науменко, Є. М.Грабовський. - Харків: НАНГУ, - 2015. – 264 с.
5. Логістичний підхід в управлінні як інноваційна модель розвитку підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/102_0.pdf

Зелінська О. Д., студентка
Науковий керівник: Коган Н. Ю., викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ЯК НОВИЙ СПОСІБ ВПЛИВУ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ

На даному етапі розвитку ринкової економіки в Україні, нейромаркетинг стає дедалі актуальнішим, адже використання даного методу впливу суттєво активізує продаж товарів та, як наслідок, підвищує конкурентоспроможність продукції на ринку. Можливість вивчення, дослідження та аналізу споживчої поведінки дають великі можливості для ефективної роботи спеціалістів по маркетингу.

Поняття «нейромаркетинг» порівняно недавно зародилося у світовій економіці, але, не дивлячись на це, вже має великий інтерес з боку як самих маркетологів, так і споживчого сегменту. Новий спосіб впливу на споживачів відкриває перед фахівцями в цій області величезні можливості як в плані проведення 100% ефективних рекламних компаній, так і у сфері формування і розвитку бренду. Метою досліджень нейромаркетингу є отримання достовірної і якісно нової інформації про особисті переваги споживачів без використання традиційних інструментів маркетингу. Простіше кажучи, нейромаркетингові дослідження показують мимовільну реакцію організму потенційних покупців на який-небудь подразник (наприклад, колір і форма логотипу, звуки в аудіо рекламі, поведінку акторів у відеоролику). Індикатором можуть виступати практично будь-які прояви організму - потовиділення, слиновиділення, серцебиття, тиск, рух зіниці і багато іншого.

Основні передумови зародження нейромаркетингу впливають з розвитку самої культури споживання і поведінкових аспектів покупця товару або послуги. По-перше, сам споживач стає все більш непередбачуваний в плані свого купівельної поведінки і купівельної оцінки якостей товару. Його вимоги стрімко зростають, і, якщо раніше основна увага приділялася споживчими властивостями або сервісу, то зараз продаж товару виходить на новий емоційний рівень. По-друге, виходячи з першої передумови, що застосовуються інструменти і методи маркетингу стрімко втрачають свою дієвість і актуальність. Подальший їх розвиток у вигляді ускладнення програмно-апаратного забезпечення, посиленою сегментації, формування нових інструментів з подальшим «підстроюємо» під них споживача потребують значних інвестицій, які з урахуванням окреслені споживчої динаміки, можуть просто не окупитися. Саме тому розвиток такого інноваційного нового напрямку

як нейромаркетинг, набуває все більшої актуальності і має потенційно великі можливості розвитку.

Зародження нейромаркетингу базується на розвитку нейронаук ХХ століття. Дослідження в області діяльності вегетативної нервової системи (частота серцевих скорочень, дихальних рухів електроміограма і інші) і розвиток методу електроенцефалограми. Серед сучасних методів можна виділити магнітоенцефалографія, функціональну магнітно-резонансну томографію, магнітну стимуляцію. Дані технології дозволяють не тільки проводити діагностику різних захворювань, але і вивчати функції мозку, виявляти поведінкові реакції людини ще до їх усвідомлення і відтворення. Саме результати таких досліджень застосовуються при сучасних дослідженнях споживчої поведінки, де найважливішу роль відіграє дослідження процесів, що відбуваються в мозку саме в реальному часі [3; 5].

Досвід зарубіжних країн і матеріали наукової літератури в цій галузі дозволяють визначити загальні проблеми розвитку нейромаркетингу :

1. Якщо говорити про етичні норми, то в сфері нейромаркетингу вони вкрай слабо виділені або ж зовсім відсутні. У такій сфері, де дослідження носять індивідуальний персоніфікований характер, організації, що здійснюють їх, несуть дуже велику відповідальність, як перед самим об'єктом дослідження, так і перед суспільством в цілому. Можливе неконтрольоване застосування результатів досліджень і розробок в особистих цілях або протизаконних діях є загрозою людству в світовому масштабі [4].

2. Складність подолання суб'єктивізму. Що б не заявляли зарубіжні нейромаркетингові організації з цього питання, залишається факт, що діяльність мозку і процеси, що відбуваються в ньому вкрай індивідуальні. Для того щоб перекласти результати дослідження на цілий сегмент покупців, потрібні вагомі підстави і масштабні дослідження. Часто спірним стає питання про вплив умов проведення дослідження на сам результат.

3. Недостатня кількість наукової літератури з даної тематики. У свою чергу це сприяє поширенню недостовірної інформації, що значно знижує довіру населення до нейромаркетингу. З іншого боку перешкоджає можливості освоєння даного напрямку окремо взятими фахівцями.

4. Закритий доступ до інформації про методи і організаційні питання дослідження. Звідси і випливає недовіру багатьох практиків і теоретиків до результатів таких досліджень. А нейромаркетингові компанії в свою чергу намагаються зберегти унікальні методики своїх досліджень і обробки результатів.

Повна відсутність правової бази, яка б регулювала етичні та організаційні питання комерційного застосування нейромаркетингу.

Недостатня інтеграція і взаємодія дисциплін в рамках даного поняття. Досконала відсутність ув'язки сучасних нейрофізіологічних технологій і маркетингу в рамках освітнього процесу значно обмежує його можливість практичного застосування і розвитку. Але без рішення попередніх питань (правова база і т. д.) Розвиток нейромаркетингу як частини навчальної дисципліни просто неможливо. Також тут можна відзначити важливість створення спільного поля взаємодії бізнес одиниць і академічних інститутів.

Таким чином, нейромаркетинг є революційним напрямом в сфері маркетингу. Зв'язок таких наук як соціологія, економіка, психологія з нейронаукою формують високий інноваційний потенціал, великі простори для розвитку та інтеграції з іншими галузями. Вже згадана проблема включає в себе широкий спектр невирішених питань. Розробка правових основ регулювання, оцінка морально-етичної складової маркетингу повинні стати першочерговими моментами, які дозволять закласти стійкий фундамент для розвитку цієї науки. Нейромаркетинг дозволяє більш глибоко зрозуміти такі питання як мотивація споживача, його ціннісні установки і дає можливості для проведення сегментації на якісно новому рівні.

Список використаних джерел:

1. Інновації. Нейромаркетинг. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26781>.
2. Кан Е. Ю. Нейромаркетинг – механізм маніпулювання потребителями [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.
3. Нейромаркетинг: чому о нем говорять «шепотом» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vb.com.ua/articles/view/281/2009/11/13/>.
4. Нейромаркетинг. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=26781>
5. Чирва О. Г. Моделювання інноваційного регіонального маркетингу підприємств харчової промисловості / О. Г. Чирва // Агросвіт, 2014. – №5. – С. 16–23.

Іванченко Т.О., студентка

Науковий керівник: Бовкун О.А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні для розвинених ринкових відносин стають актуальними процеси інтеграції маркетингових і логістичних рішень в досягненні

ефективності функціонування підприємства, які утворюють взаємодію двох концепцій управління. Інтеграція маркетингу, як концепції управління, орієнтованої на ринок, і логістики, як концепції управління, орієнтованої на потік і систему, створює можливості підвищення матеріальної і інформаційної корисності і цінності продукту, оцінюваних споживачем.

Підприємство як система спрямоване на досягнення різних цілей, і зазвичай основну ціль трактують як отримання прибутку як кількісного позитивного результату діяльності. На отримання прибутку, окрім ресурсного забезпечення діяльності підприємства, істотно впливає система управління, ефективність функціонування якої підвищують шляхом спеціалізації, тобто розподілу праці в управлінні.

Відповідно до виокремлених в результаті спеціалізації функціональних сфер система управління може бути структурована на такі види менеджменту: виробничий, маркетинговий, логістичний, фінансовий, інноваційний, кадровий тощо. Ці види менеджменту відповідають за організацію управління і розроблення індивідуальних підходів для конкретного функціонального простору. Водночас такий функціональний підхід до організації управління несе в собі загрозу втрати пріоритету цілей підприємства над цілями певних його функціональних підрозділів. Досягнення бажаного результату для всього підприємства можливе тільки за рахунок системного погляду на нього. Отже, потрібно дослідити як взаємодіють маркетингові і логістичні підходи на підприємстві та як вони сприяють його ефективній діяльності. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємодія логістики і маркетингу полягає у тому, що маркетингові дослідження показують, що треба робити, а логістичний менеджмент показує якими методами, способами і механізмами можна реалізувати маркетингові завдання, щоб досягнути оптимального кінцевого результату господарської діяльності. Вчені і практики останнім часом почали вести мову про маркетингову логістику, принципи її формування, вироблення і реалізацію спільної стратегії для досягнення поставленої мети з допомогою економічного механізму [2].

У логістиці та маркетингу застосовується система управління та планування розподілу продукції, яка дає змогу не тільки враховувати кон'юнктуру, а й активно впливати на неї. Ця система забезпечує стійкі зв'язки між постачанням, виробництвом, збутом, використовуючи елементи матеріального планування ресурсів. На першому рівні управління виробництвом здійснюється агреговане планування з використанням 79 прогнозів та фактичних даних про замовлення. На другому рівні формують графік виробництва, складають специфікований план із зазначенням конкретних дій, кількості комплектуючих та готової продукції. На третьому

рівні за допомогою системи матеріального планування ресурсів розраховують потребу в матеріальних ресурсах та виробничих потужностях під графік виробництва.

Згідно з проведеними дослідженнями, що ґрунтуються на серії глибоких інтерв'ю з працівниками відділів маркетингу та логістики підприємств ринку товарів промислового призначення, і маркетологи, і логісти вважають, що друга сторона (колеги) в набагато меншій мірі, ніж вони, готова йти на співпрацю. Крім того, були виявлені деякі типові помилки, які стають частими причинами конфліктів між двома даними підрозділами. Якщо підсумувати отриману дослідниками інформацію, то стане очевидна типова для більшості компаній картина. Фахівці з логістики вважають, що маркетологи ставляться до них як до обслуговуючого підрозділу і часто вимагають від них виконання обіцянок, даних клієнтам без попереднього спілкування з ними. У свою чергу маркетологи переконані в тому, що менеджерів з логістики цікавить не задоволення потреб і бажань клієнтів, а лише економія витрат. Ці протиріччя ще більше загострилися в період кризи [1].

Досвід зарубіжних вчених свідчить, що в умовах жорсткої конкуренції економічний успіх забезпечує комплексне впровадження маркетингу і логістики. Використання маркетингово-логістичної концепції обумовлене такими якісними змінами в вітчизняній економіці: орієнтація виробництва на індивідуальні запити споживачів; зростання вимог до якості продукції, виникнення нецінової конкуренції; зростання впливу конс'юмеризму; прискорення науково-технічного прогресу; скорочення життєвого циклу товарів.

Управління закупівельною діяльністю підприємств ринку товарів промислового призначення за маркетингово-логістичним підходом здійснюється у такій послідовності: проведення маркетингових досліджень, аналіз ринку закупівельних ресурсів та постачальників, визначення характеристик потрібних ресурсів, обґрунтування необхідних характеристик, пошук та оцінка постачальників, вибір методів та форм закупівель, вибір форм транспортування, проведення процедури оформлення, контроль, організація зворотного зв'язку, коригування закупівельної діяльності згідно з вимогами ринку.

Таким чином, можна зробити висновок, що маркетинг і логістика є єдиною наукою, яка є інструментарієм ефективного управління матеріальними і супроводжуваними їх іншими потоками. Щоб уникнути всіх перерахованих вище проблем, потрібно збудувати правильну взаємодію між відділами логістики та маркетингу. Для досягнення потрібного результату необхідний цілий комплекс заходів, що включає розробку міжфункціональних процедур,

регулярні комунікації, делегування зовнішнім відділам функцій контролю та координації певних процесів і, нарешті, взаємне освіту. Логістам і маркетологам буде легше знайти спільну мову, якщо вони будуть розбиратися не тільки в своєму предметі, але і у предметі свого візаві. Для здійснення взаємодії необхідні регулярні зустрічі, в яких повинні брати участь всі зацікавлені особи. На таких зустрічах можливе обговорення поточних питань і прийдешніх цілей, обмін інформацією, вироблення програм спільних дій. Наради повинні протоколюватися, а рішення фіксуватися, тоді в результаті з'являться відпрацьовані технології. Чим більше відділи логістики та маркетингу будуть розбиратися в предметі діяльності один одного, тим краще буде налагоджена їхня спільна діяльність. Якщо в економічній освіті основи маркетингу займають важливе місце і логісти мають можливість з ним ознайомитися, то логістика до цих пір є серйозною прогалиною в освіті маркетологів.

Список використаних джерел:

1. Крикавський Є. В. Логістика: традиційні та нетрадиційні сфери використання / Є. В. Крикавський, Р. Патора / Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2006. – № 552. – С. 276–282.
2. Ронин Валерий В одной связке / Валерий Ронин // Новый маркетинг. – 2009. – №9. – С. 18–19.
3. Миротин Л. Б. Вторично о логистике и маркетинге. / Л. Б. Миротин // Тези доповідей VI Міжнародної науково-практичної конференції [«Маркетинг і логістика в системі менеджменту»], Львів, 9-11 листопада 2006 р. – С. 209–210.
4. Маркетинг менеджмент. Научное издание / Под ред. Туган-Барановского М., Балабановой Л. В. – Донецк: ДонГУЭТ, 2001. – 594 с.
5. Письмак В. О. Управління закупівельною діяльністю підприємства за маркетингово-логістичною концепцією / В. О. Письмак // Тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції [«Маркетинг і логістика в системі менеджменту»], Львів, 5-7 листопада 2010 р. – С. 401–402.

Климчук В. Р., Кременюк Є. П., студенти
*Науковий керівник: Побережець Н.Б., викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ

В умовах сучасних стратегічних перемін вагомої ролі набуває критерій комплексності змін. Розвиток підприємства за одним планом передбачає реалізацію

конкретного проекту спрямованого на вирішення поставленого завдання, де результат суттєво не впливатиме на розвиток підприємства. Досконалішими за кількістю завдань є односферний та багатосферний розвиток, які змінюють певні функціональні підсистеми або види діяльності підприємства. Комплексний розвиток – це розвиток підприємства, коли його наступний стан суттєво відрізняється від попереднього.

Стратегія розвитку підприємства являє собою комплекс його довгострокових дій, реалізація яких спрямована на досягнення поставлених стратегічних цілей [1].

Загальновідомо, що сучасна економіка базується на маркетинговій діяльності, що, в свою чергу, вимагає більш детального вивчення даного поняття. Протягом останніх двох років почали використовувати досить багато нових, цікавих і головне дієвих стратегій для просування власної продукції. Ми пропонуємо ознайомитися із найпоширенішими:

1. OP-UP STORE. Це недовгострокові формати, що досить часто почали з'являтися в торгівельних центрах. Це стосується як форматів fashion-ритейлу (одяг, взуття, аксесуари), так і фуд-операторів, зокрема – барів. Так, в лондонському ТРЦ Westfield з року в рік з'являється Baileys Christmas Pop-Up Bar – тимчасовий бар однойменного алкогольного бренду, який допомагає чоловікам коротати час, в той час як жінки здійснюють різдвяний шопінг. Такий вид маркетингової діяльності став досить відомим останнім часом, і тимчасовий формат перейшов на повноцінну роздрібну торгівлю. Так, український fashion-ритейлер одягу та аксесуарів UAMade відкрив pop-up формат в ТЦ Globus, а після закінчення строку дії збільшив об'єм торгівлі і підписав довгостроковий контракт. Нині мережа охоплює 3 магазини у місті Київ. Така стратегія перевірки ринку випробувальним терміном є досить вигідною, як торгівельним центрам, що дасть змогу привабити якомога більше потенційних клієнтів, так і молодим стартаперам, а також покупцям.

2. Знижки. Звертаючи увагу на нестабільну економічну ситуацію в Україні та здебільшого низький рівень проживання громадян країни, все більше магазинів використовують знижки – сезонні, міжсезонні, тимчасові і спеціальні. Наприклад, ТЦ Globus використовував формат знижок за категоріями «тиждень джинсів», «тиждень косметики» і навіть «тиждень нижньої білизни».

3. Нові технології: персоналізація покупок. Багатомільйонні показники трафіку не перешкоджають ТРЦ персоналізувати кожного покупця. Досить розповсюдженою є система дисконтних карток та онлайн-оповіщень про персональні знижки. Це є досить вигідним, адже клієнт відчуває до себе «особливу» увагу з боку магазину, для якого це ще одна додаткова реклама. Ще

однією перевагою такої системи є безпека. Адже всі оповіщення, подарунки, акції – все персонально підібрано. Якщо у вас є діти і при заповненні анкети ви обов'язково про це вкажете, то продавець гарантує, що хоча б раз в місяць отримуватиме акційні пропозиції, які стосуються безпосередньо дитячої серії. На ринку представлено безліч систем для трекінгу відвідувачів за допомогою мобільних телефонів. Наприклад, додаток coniq.com, що дозволяє сканувати коди і отримувати знижки за мультиканальною системою лояльності – онлайн+оффлайн. До системи можуть приєднуватися різні ритейлери ТРЦ, пропонуючи персоніфіковані товари, знижки і бонуси. Система включає в себе email marketing, mobile marketing, знижкові купони, social media повідомлення та інші програми лояльності і способи комунікації з клієнтом в одній доступній системі онлайн.

4. Соціально-орієнтований маркетинг. Той випадок, коли соціальний внесок на допомогу і розвиток суспільства має маркетингові дивіденди і це абсолютна перемога. Наприклад, благодійний проект «Міняй старий одяг на новий» ТРЦ Проспект і громадської організації «Соціальне партнерство», які за два дні зуміли залучити в торговий центр більше 10 000 чоловік. У великих містах України започаткували практикувати наявність в досить людних місцях спеціально обладнаних боксів, де звичайні перехожі можуть залишити непотрібний їм одяг, для тих кому він дійсно необхідний. Головною особливістю є те, що це не контролюється спеціальними органами. Тобто, ви залишаєте речі, які впевнені, що більше не одягнете, а натомість можете взяти річ, яка вам до вподоби, але, яка вже не потрібна іншій людині (благодійний арт-проект ТРЦ Атмосфера, арт-проект «Щирі») [2].

Таким чином, маркетингова політика різноманітних компаній характеризується динамічним розвитком, намагається використовувати якомога дієвіші методи просування власної продукції на ринок, навіть, якщо це буде щось нове і на перший погляд «дивне».

Маркетинг не тотожний управлінню збутом. Його сутність полягає в тому, що він реалізується насамперед як управління, орієнтоване на ринок, і має системоутворюючі та інтеграційні якості. Використовуючи маркетинг можна знизити використання обміну і через маркетингові дії здійснити вплив не тільки на ринок, але і на потенційного клієнта. Це сприятиме налагодженню зв'язків з ринком і поінформує об'єкт управління про становище на ринку, результати діяльності його підприємства, конкурентоздатність у порівнянні з іншими. Отже, за допомогою таких маркетингових регуляторів та інноваційних ідей приймаються ефективні рішення, з приводу просування товару, а підприємство швидше адаптується до змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі, як на мікро-, так і на макро- рівні, і зможе вчасно прискорити обіг капіталу [3].

Список використаних джерел:

1. Шемаєва, Л. Г. Категорійний апарат управління стратегічною взаємодією підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища / Л. Г. Шемаєва // Проблеми науки. – 2007. – №7. – С. 39-46.
2. Головні тенденції маркетингу в Україні та за кордоном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/personalii/glavnye-trendy-marketing/>.
3. Стратегії маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studme.com.ua/1884011615050/marketing/strategii_marketinga.htm.

Москаленко К. С., Кугач М. В., студенти
Науковий керівник: Побережець Н.Б., викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Добре визначена маркетингова стратегія робить більш швидкою і досяжною мету стратегічного маркетингу на підприємстві, тобто зустріч клієнта і продукту підприємства. Більшість організацій використовують стратегічний маркетинг у своїй діяльності, але лише невеликий відсоток підприємств створили прихильність до бренду і лояльність клієнтів завдяки своїй практиці і тактиці. На сучасному етапі стратегічний маркетинг набуває нових властивостей, таких як глобальний характер, інноваційна спрямованість, активне використання зв'язків з громадськістю, гармонізація інтересів підприємства, споживачів і суспільства в цілому. Стратегічний маркетинг є однією з найдинамічних сфер економічної діяльності, що потребує сучасних досліджень та підтверджує актуальність обраної теми.

За сучасних умов розвитку ринкової економіки постає питання визначення проблеми стратегічного маркетингу підприємств на основі тенденцій реалізації певної маркетингової стратегії.

Стратегічний маркетинг являє собою процес планування, розробки і здійснення маневрів для отримання конкурентної переваги. Підприємству, яке бажає забезпечити собі частку на ринку, слід визначити свою місію, конкретні завдання; здійснити оцінку плану, щоб гарантувати можливість надавати своїм клієнтам продукти, які вони потребують. Головна мета діяльності підприємства – це задоволення потреб споживачів. За таких умов організації зможуть домінувати на ринку, стати лідерами в своїй галузі та отримати прибуток.

Етап планування є найбільш важливим, оскільки він аналізує внутрішні сильні і слабкі сторони підприємства, зовнішню конкуренцію та зміни

технологій. Якщо підприємство не може виконати план, який був визначений на ранніх стадіях, то планування було проведено даремно [1].

Існує кілька способів, щоб оцінити ефективність маркетингової стратегії підприємства. Стратегія і тактика: стратегія визначає цілі, а тактика визначає дії для досягнення цілей. Стратегічна мета повинна бути досягнута за рахунок тактики, яка її підтримує, а не залежати від зовнішніх сил [2].

Розглянемо можливі проблеми процесу стратегічного маркетингу. При створенні ідеального маркетингового плану є певні питання, які можуть виникнути і стримувати процес стратегічного маркетингу. Існує кілька можливих проблем, які необхідно вирішувати підприємствам:

Організаційні питання: відсутність кваліфікованої робочої сили для реалізації планів, недосконале дослідження потреб клієнта на етапі планування та зміни демографічної ситуації.

Питання у відділі маркетингу: оцінка ефективності, проблема координації та погане управління інформаційними людськими відносинами.

Загальні проблеми: проблеми з утриманням маркетингового зворотного зв'язку та питання пов'язані з витратами на маркетинг.

На продуктивність підприємства, також можуть впливати зовнішні чинники: політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні та технічні [3].

Політичні – вплив юридичних питань та урядових постанов на прибуток і поведінку споживачів. Основними міркуваннями політичного аспекту є податкові зміни, політична стабільність, правила торгівлі та техніка безпеки.

Економічні – вплив економічних питань на успіх підприємства. Підприємствам слід звернути увагу на економічне зростання, курс валют, відсоткові ставки і темпи інфляції.

Соціально-демографічні та культурні чинники визначають чи може підприємство конкурувати на ринку. Соціальний фактор допомагає бізнесу визначити: чому клієнти вибирають певну продукцію чи послугу і в чому саме їх потреба. Певні зрушення в освітніх потребах можуть призвести до кар'єрних змін, які могли б відображати можливість потреб клієнтів.

Технічні чинники – вплив технологій на розміщення продукту і маркетингу. Технологія може принести переваги і проблеми, які будуть збільшувати або зменшувати обсяг виробництва. У конкретних сферах необхідно враховувати нові технологічні досягнення, застосування технологій в маркетингу, роль Інтернету і вплив інформаційних технологій.

Розвиток теоретичних положень і прикладних аспектів стратегічного маркетингу відбувається під суттєвим впливом економічної кон'юнктури. Цей

фактор обумовлює пошук новітніх підходів для реалізації стратегічного маркетингу на підприємстві [4]. Завданням стратегічного маркетингу на підприємстві має стати забезпечення гармонізації дій через узгодження його функцій. Стратегічний маркетинг невіддільно споріднюється з основними функціями організації: фінансовою, виробничою і, звичайно, маркетинговою. Це пояснюється тим, що сучасні організації, як ніколи, мають потребу у визначенні свого місця на ринку, пошуку цільових сегментів, виявленні перспективних і безперспективних продуктів у своїй номенклатурі, у відповідному позиціонуванні своїх товарів на ринку та у свідомості споживачів, у визначенні конкурентних стратегій роботи на ринку та ін.

Отже, вирішення проблем стратегічного маркетингу дозволить менеджерам компаній приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо формування і реалізації правильних маркетингових стратегій.

Список використаних джерел:

1. Супрун С. Д. Етапи формування міжнародної маркетингової стратегії підприємств / С. Д. Супрун, В. М. Стратійчук // Молодий вчений. – 2016. – №8. – С. 39-42.
2. Rumelt R. Strategy, Structure and Economic Performance / R. Richard. – Harvard University Press, 2009. – 249p.
3. Сранкін О. О. Управління підприємствами АПК України на основі сучасних концепцій маркетингу / О. О. Сранкін // Формування ринкової економіки. – 2015. – №33. – С. 99-110.
4. Бойко М. Стратегічний маркетинг: базові принципи та пріоритети розвитку / М. Бойко, О. Зубко // Вісник КНТЕУ. – 2015. – №1. – С. 46-55.

Лавро Р. І., студентка

Науковий керівник: Гарматюк О. В., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МАРКЕТИНГОВІ ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ціна є найважливішим важелем ринкової політики будь-якого підприємства. Вона є одним із елементів комплексу маркетингу, що забезпечує фінансову стабільність підприємству, тобто створює прибуток. Загострення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках робить для українських виробників актуальною задачу підвищення їх конкурентоспроможності. Досягнення цієї мети можливе за умов удосконалення цінової політики, а також підвищення якості продукції.

Цінова стратегія підприємства об'єднує сукупність довгострокових узгоджених положень, які визначають формування ринкової ціни в інтересах забезпечення збуту. Зазвичай за встановленою стратегії приймаються найважливіші рішення, які тягнуть за собою довготривалі наслідки для розвитку підприємства. Цінова тактика - є системою конкретних тактичних заходів, спрямованих на управління цінами на продукцію і послуги підприємства в короткостроковому періоді [1].

Цінова стратегія - це спланована на довгостроковий період модель поведінки компанії, головною метою якої є успішна реалізація товарів або послуг. Здійснюється в основному шляхом вибору порядку цін, а також за допомогою інших рішень. Цінові стратегії бувають: Традиційні. Цінові стратегії асортиментного ціноутворення. Цінові стратегії диференційованого ціноутворення. Цінові стратегії конкурентного ціноутворення [2].

Ціновий маркетинг досліджує фактори маркетингового ціноутворення, такі як витрати виробництва, попит, рівень конкурентності ринку, властивості товару (тип, унікальність, якість, стадії життєвого циклу), взаємодія учасників каналів просування і збуту товарів, вплив державного регулювання і податків на політику ціноутворення, і на підставі отриманих даних виробляє відповідну цінову стратегію. Залежно від цілей компанії в поточному періоді це можуть бути стратегії «Зняття вершків»; «Ціни проникнення»; «Середньоринкових цін», за ступенем зміни цін стратегії бувають стратегіями «стабільних цін»; «Ковзної падаючої ціни»; «Зростання проникаючої ціни». Залежно від ставлення до конкурентам вибираються стратегія «цільової ціни» або стратегія «слідування за лідером» і т.д. Зробити правильний вибір - в цьому і полягає завдання, яке вирішує ціноутворення.

Стратегія цільових цін. Дана цінова стратегія передбачає, що рівень продажів і маса прибутку, незалежно від зміни цін, повинні бути постійними. Отже, прибуток виступає як цільова величина. В основному дану цінову стратегію використовують великі корпорації. Стратеги пільгових цін. Пільгові тарифи встановлюються для споживачів, які важливі компанії, або в зв'язку з адміністративним втручанням. Метою даної цінової стратегії стає стимулювання продажів для певних покупців, підриваючи слабких конкурентів, відповідаючи вимогам держави і звільняючи складські приміщення [3].

Стратегія цінового лідера. Дана цінова стратегія не передбачає встановлення ціни на нову продукцію відповідно до рівня цін провідного підприємства на ринку. Йдеться про врахування цінової політики лідера галузі або на ринку. Можливі відхилення ціни нового виробу від тарифів компанії-лідера, проте в певних межах, які диктує технічне і якісну перевагу.

Стратегія конкурентних цін. Цінова війна з конкурентами ведеться, приводячи низькі ціни на ринку. Також застосування даної цінової стратегії можливо для забезпечення прибутку від продажів. Компанія в даному випадку не змінює ціни, коли це робиться конкурентами, щоб зберегти норму прибутку, нехай і втрачаючи частки ринку.

Стратегія незмінних цін. Компанія прагне встановити і зберігати незмінні ціни досить тривалий термін. При зростанні виробничих витрат, компанія не переглядає ціни, а вносить зміни до складу продукту або упаковку для економії.

Заборонені цінові стратегії - монополістичне ціноутворення. Передбачає встановлення і підтримання монопольно-високої вартості, як правило, з метою отримання надприбутку. Демпінгові ціни - значно занижені ціни, щоб отримати переваги на тлі конкурентів.

При розробці цінової стратегії підприємствам доводиться стикатися з безліччю обмежень. Їх відносна еластичність згодом може зазнавати зміни. Можна відзначити три великі групи факторів, що впливають на цінову стратегію підприємства: фактори, які пов'язані з самою компанією, включаючи завдання, цілі, внутрішні показники діяльності, характер бізнесу та ін.

Цінова стратегія маркетингу одна з форм реалізації загальної стратегії маркетингу, при реалізації якої відбувається управління ціною продукції в інтересах забезпечення збуту. Наприклад, зниження ціни на продукцію для високозабезпечених верств населення може мати негативні наслідки у вигляді зменшення збуту, в той час для освоєння ринку споживачів з низькою платоспроможністю необхідна політика низьких цін.

Отже, утворення власної стратегії із врахуванням цінової стратегії своїх конкурентів дозволить активніше використовувати маркетингову цінову політику, що в свою чергу впливатиме на одержання конкурентних переваг підприємства.

Список використаних джерел:

1. Григор'єв М. Н. Маркетинг: Навч. посібник. 5-те видання / М. Н. Григор'єв - М. : Гардаріки, - 2006.
2. Дмитрів А. Я. Маркетинг промислового підприємства. Навч. посіб. / А. Я. Дмитрів - К. : Центр навчальної літератури, 2014. - 360 с.
3. Жусус О. В. Теорія та практика ціноутворення в системі маркетингу: монограф. / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків: ХДУХТ, 2013. – 250 с.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

У сучасних умовах ведення бізнесу Інтернет займає позицію головного прискорювача розвитку та формування інформаційного суспільства. Він є не лише новим інструментом комунікацій, що не має кордонів, але й прогресивним та ефективним інноваційним засобом ведення бізнесу. Використання підприємствами Інтернет-технологій дозволяє значно знизити витрати на просування та збут продукції. Інтернет-середовище дає змогу на одному конкурентному ринку функціонувати новим та невеликим за розмірами підприємствам разом із масштабними, досвідченими гравцями ринку. Це пов'язано з тим, що дана сфера не вимагає великих капіталовкладень, проте може забезпечити недосягну раніше ширину охоплення аудиторії цільового сегмента підприємства, стрімке зростання продажів та впізнаваності бренда, управління бізнесом в он-лайні, роботу із базами даних тощо. Основною конкурентною перевагою для підприємців у бізнес-середовищі Інтернет є вміння найоптимальніше пристосуватися та використати всі його можливості для власного бізнесу.

Використання Інтернету забезпечує нові особливості й переваги у порівнянні з маркетингом, заснованим на традиційних технологіях. Ось деякі з них [1, 2]:

- перехід ключової ролі від виробників до споживачів. У такій ситуації увага покупців стає найбільшою цінністю, а встановлені взаємини з клієнтами – головним капіталом компаній;

- глобалізація діяльності й зниження трансакційних витрат. Електронна комерція дозволяє навіть найдрібнішим постачальникам досягати глобальної присутності й займатися бізнесом у світовому масштабі;

- часовий масштаб в середовищі Інтернет також значно відрізняється від звичайного. Висока ефективність комунікативних властивостей мережі Інтернет забезпечує можливість скорочення часу на пошук партнерів, прийняття рішень, здійснення угод, розроблення нової продукції та ін.

Названі ефекти також призводять до значного скорочення трансакційних витрат, тобто витрат, пов'язаних з налагодженням і підтримкою взаємодії між компанією, її замовниками та постачальниками. При цьому вартість комунікацій, в порівнянні з традиційними засобами, стає мінімальною, а їх

функціональність і масштабованість значно зростають.

На сьогодні можна виділити три основних напрями діяльності товаровиробників у сфері Інтернет-маркетингу: дослідження, комунікації та збут.

Маркетингові дослідження в мережі Інтернет:

1. Пошук вторинної інформації. Джерелами інформації є різноманітні сайти підприємств і установ, газет і журналів, державних установ, недержавних організацій, інформаційні сервери, сайти маркетингових агентств і консалтингових компаній, які спеціалізуються на проведенні маркетингових досліджень, бази даних у відкритому доступі тощо. Для пошуку джерел потрібної інформації застосовують різноманітні пошукові системи.

2. Пошук первинної інформації в Інтернеті здійснюється двома способами, коли респондент знає, що його опитують, і коли – ні. Досить детальну інформацію про відвідання сайтів користувачами можна отримати, застосувавши інструмент Google analytic.

Маркетингові інтернет-комунікації:

Використання підприємством маркетингових комунікацій дозволяє суттєво підвищити взаємодію всіх учасників комунікаційного процесу, дуже швидко знаходити необхідні обсяги інформації про існуючих та потенційних покупців, конкурентів та інвесторів. Вони характеризуються інтерактивністю та надзвичайно високою персоніфікацією. Їх властивості проявляються в багатовекторній моделі комунікацій «багато для багатьох». При цьому значно підвищується роль споживачів та зміна їх поведінки за рахунок самостійного пошуку інформації.

Маркетингові Інтернет-комунікації, які активно використовуються вітчизняними підприємствами характеризуються наступними особливостями [3]:

- користувачі мережі Інтернет виступають суб'єктом ринкових відносин;
- здійснюється цілеспрямований вплив на цільовий сегмент ринку, його персоніфікація шляхом розміщення інформації на відповідних профільних сайтах, незалежно від місця його розташування;
- відбувається поєднання властивостей газет, журналів, телебачення, радіо, телефонного спілкування у комунікаційній діяльності в мережі Інтернет;
- завдяки маркетинговим Інтернет-комунікаціям автоматично оцінюється комерційний ефект рекламного повідомлення;
- значно простіше проводити моніторинг в Інтернет комунікаційної активності конкурентів;
- легше відбувається зворотній зв'язок зі споживачами через маркетингові Інтернет-комунікації завдяки Інтернет-ресурсу (сайту) підприємства чи

присутності у соціальних мережах;

– відбувається досить швидке оновлення інформації, яка направляється споживачам та способів впливу на них.

Збутова політика в мережі Інтернет:

Останніми роками все більшої популярності набувають інтернет-магазини як основний елемент збутової політики в середовищі Інтернет. Існують спеціальні програмні платформи, за допомогою яких можна самостійно розробити сайт свого інтернет-магазину. Проте, враховуючи специфіку продукції сільськогосподарських підприємств, використання даного напряму Інтернет-маркетингу за сучасних умов є найбільш малоймовірним. Виняток можуть становити лише оголошення про реалізацію певних партій окремих видів продукції.

Таким чином можна виділити такі напрями Інтернет-послуг, які сільськогосподарські підприємства можуть використовувати у маркетинговій діяльності [4]:

1. Підтримка ділових зв'язків.
2. Вивчення ринку.
3. Покупка й продаж через Інтернет.
4. Реклама товарів і послуг у мережі.

Окреслені нами напрямки реалізації маркетингових функцій підприємства через використання можливостей мережі Інтернет свідчать про те, що індивідуальні функціональні системи маркетингу господарств повинні враховувати зміни в інформаційних технологіях і особистісних взаємозв'язках.

Оптимізація процесу використання маркетингових комунікацій в мережі Інтернет повинна відбуватися шляхом постійної інтерактивної взаємодії та залежить від своєчасних коригувань параметрів отриманого трафіку від автоматизованих сервісів Google Analytics, Yandex Метріка, CoMagic. Аналіз поведінки покупців здійснюється на основі використання даних cookie. Це інформація, яка зберігається на комп'ютерах споживачів-користувачів мережі Інтернет та надає великі можливості підприємствам у визначенні цільового сегменту ринку, з'ясуванні його потреб і бажань, обліку кількості показів і кліків.

Таким чином, кожне сільськогосподарське підприємство повинно бути представлено в мережі Інтернет. Великим і середнім господарствам доцільно мати власний сайт, а дрібним – корпоративний (наприклад, сайт маркетингового обслуговуючого кооперативу). Також доцільно на кожному підприємстві закріпити відповідального працівника за ним, до кола обов'язків якого входило б наповнення та супровід сайту.

Список використаних джерел:

1. Успенский И. В. Интернет-маркетинг: учебник. Санкт-Петербург [Електронний ресурс]: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. – Режим доступу: <http://www.aup.ru/books/m80/>.
2. Шпилик С. В. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства / С. В. Шпилик // Галицький економічний вісник, - Т. : ТНТУ, 2015 - Том 49. - № 2. - С. 212-223.
3. Ілляшенко, С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу [Електронний ресурс] / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - № 4(2). - С. 64-74. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_4%282%2910.
4. Бойчук І. В. Напрями реалізації маркетингових функцій підприємства через застосування Інтернету [Електронний ресурс] / І. В. Бойчук // Вісник Хмельницького національного університету: збірн. наук. праць. – Хмельницьк: Вид-во ХНУ, 2009. – Вип. 5. – С. 34-38. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_3/pdf/034-038.pdf.

Школьний О.О., д. е. н., професор
Уманський національний університет садівництва

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНОГО ГЛОБАЛЬНОГО ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ

В умовах глобалізації підвищення рівня ефективності виробництва продукції за окремим економічним параметром не завжди гарантує розширення ринкової частки та завоювання глобальних конкурентних позицій. Забезпеченість ресурсами є необхідною, але недостатньою умовою економічного росту. Лише застосування сучасних систем менеджменту спроможне забезпечити ефективне використання факторів виробництва та досягнення конкурентних переваг. Іншими важливими чинниками є параметри продукції, маркетингова стратегія підприємств, галузева структура, налагоджені взаємозв'язки в ланцюгах постачання та інфраструктурне забезпечення.

Нині, коли спостерігається інтенсифікація міжнародних потоків товарів та послуг, необхідно сприяти розбудові оптимальних логістичних мереж. Від злагодженості партнерських відносин між контрагентами в межах глобальних ланцюгів поставок залежить ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Логістика, впорядковуючи такі потоки, сприяє економічному росту країни, формуванню валового національного продукту та поліпшенню добробуту.

Важливим задачами глобальної логістики, як вважає Р. Б. Сивак, є визначення максимально допустимих обсягів використання світових запасів невідновних ресурсів та створення механізмів їх контролю; планування глобальних матеріальних потоків; регулювання міжнародних ланцюгів поставок; формування глобальної логістичної інфраструктури; розробка світової системи стандартів логістичного сервісу з дотриманням вимог екологізації; формування глобальної інформаційної системи забезпечення логістичних процесів [3].

Безперервні потоки інформації сприяють оптимізації виробничих і транспортних рішень та інтенсифікації обміну товарами і послугами. Поряд з цим, знижується рівень імунітету внутрішнього ринку, враховуючи вплив глобалізаційних чинників. Це стосується і виробництва, і сфери розподілу. Логістичні рішення можуть поширюватися на окремі фрагменти логістичної діяльності підприємства або носити інтегрований характер (як на вітчизняному рівні, так і в межах глобальних ланцюгів постачання). Розвиток інформаційних технологій та інноваційно-динамічний характер логістичних концепцій зумовлюють необхідність теоретичного обґрунтування молоді та динамічної науки – управління інтегрованою міжнародною логістикою.

Система інтегрованої логістики сприяє руху продукції через неперервний ланцюг покрокового процесу формування доданої вартості з придбанням товарів та послуг впродовж необхідного часового інтервалу, належної кількості та форми [1; 2]. Така логістика базується на принципах системного підходу, стійкості й адаптивності, координації та оптимізації, єдиного інформаційного простору, комплексного управління якістю, ефективної інтеграції, моделювання й інформаційно-комп'ютерної підтримки, мінімізації сукупних логістичних витрат, емерджентності, інтегрованого цілого, єдності методів, паритетності, а також гармонізації інтересів зацікавлених сторін [4].

Застосування механізмів інтегрованого глобального логістичного менеджменту є передумовою ескалації доданої вартості (VAL) та підтримки глобальних конкурентних переваг. При цьому можливе залучення технології управління запасами постачальників, включаючи програми безперервного поповнення запасів (CRP), управління запасами із залученням постачальників (SAIM, SAIR), ефективного реагування на запити споживачів (ECR). Крім того, система планування ресурсів (ERP) дозволяє автоматизувати операції обліку й управління. Зменшення рівня простоїв та витрат на зберігання товарів досягається за допомогою технології «точно у термін» (JIT). Синхронізоване зі споживачами планування ресурсів (CSRП) переміщує запити клієнтів в

серцевину системи управління міжнародного бізнесу. Якісні показники підприємницької діяльності з орієнтацією на рівні світових стандартів спроможна підтримувати система загального управління якістю (TQM).

Управління глобальними ланцюгами поставок передбачає оптимізацію витрат на проміжні ланки за умов зростання обсягів обігу товарів і послуг. При цьому стратегічні партнерства охоплюють вертикальні взаємозв'язки між підприємствами на різних стадіях мережі постачання. Горизонтальні зв'язки між суб'єктами підприємництва певного рівня постачальницького ланцюга є передумовою формування стратегічних альянсів. Динамічний характер економічних відносин в межах збутових мереж визначає необхідність систематичного перегляду принципів управління в межах таких угруповань. Налагодження тісних взаємовигідних відносин між безпосередніми контрагентами за відсутності центрального адміністративного органу є передумовою скорочення транзакційних витрат. При цьому може застосовуватися спільне планування підприємницької діяльності, використання передових технологій та інформаційний обмін.

Отже, в умовах інтенсифікації міжнародних товарообмінних операцій важливо сформулювати ефективну систему інтегрованого глобального логістичного управління. Остання сприяє покроковій ескалації доданої вартості та підтримці конкурентних переваг на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – М.: Олимп-Бизнес, 2006. – 640 с.
2. Малащук Д. В. Вплив системи інтегрованої міжнародної логістики на формування глобального логістичного менеджменту / Д. В. Малащук, Н. А. Гринчак // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 13. – С. 22-25.
3. Сивак Р. Б. Глобальна логістика у забезпеченні сталого розвитку світового господарства / Р. Б. Сивак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 13. – С. 26-29.
4. Федотова І. В. Концептуальні основи інтегрованої логістики / І. В. Федотова // Економіка транспортного комплексу. – 2017. – Вип. 30. – С. 15-32.

СЕКЦІЯ 6

РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ

*Альошкіна Л.П., к.е.н., доцент
Уманський національний університет садівництва*

АГРОІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА

Впровадження інновацій є основою забезпечення сучасного розвитку будь-якого підприємства як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Сільське господарство України, незважаючи на нестабільність інноваційної активності, намагається інтегрувати передові науково-технічні розробки й адаптувати їх у власне виробництво. Свідченням цього є використання новітніх технологій у землеробстві, рослинництві та тваринництві, які використовуються провідними підприємствами на території країни.

Сучасний стан аграрної галузі обумовлюється глобальним впливом технологічної модернізації, яка не завжди є доцільною і не відповідає дійсним потребам та можливостям сільськогосподарських виробників. Тому Україна, прагнучи дотримуватися основних принципів агроінноваційного розвитку, має враховувати особливості й можливості вітчизняного сільськогосподарського виробництва та необхідність впровадження технологічної безпеки, перевірки наявних і впроваджуваних технологій.

Потреба ЄС в екологічно безпечній продукції постійно росте, а в нашій країні склалися всі позитивні умови для виходу на світовий ринок по виробництву і реалізації даної продукції. Це дозволить Україні зайняти одне з лідируючих місць в Європейському Співтоваристві по забезпеченню ринку екологічно безпечними продуктами харчування, що у свою чергу наблизить Україну до вступу в ЄС.

Для вирішення цієї проблеми Україні необхідно піти по шляху розвитку Японії і низки країн Західної Європи: використовувати інноваційні технології в обробці земель, в посіві сільськогосподарських культур, відмовитися від застосування синтетичних комбінованих добрив і пестицидів, замінивши їх сертифікованими органічними добривами.

Проте нині існує широкий спектр інноваційних рішень у кожному секторі аграрної сфери окремо, який дає можливість використання їх у відповідності до умов поточного розвитку або етапу виробництва.

У вітчизняному землеробстві досить активно використовуються інновації обробітку ґрунту для підвищення родючості та збереження мікроелементів, але їх вплив не завжди дає позитивний ефект. Це відображається у забрудненні ґрунтових вод та знищенні поживних мікроорганізмів, що в результаті діє на рослини, тварини і людину. Тому дедалі ширше застосовуються прогресивні сучасні технології мінімального обробітку ґрунту й точного землеробства.

Отже, впровадження ресурсозберігаючих і мінімальних технологій обробітку ґрунту, не залежно від своїх процесних особливостей, мають схожі проблеми в адаптації до вітчизняних умов господарювання. До них можна віднести слабку державну підтримку, значні фінансові витрати, необхідність заміни машино-тракторного парку та використання сучасних інформаційних технологій.

Щодо рослинництва, то в даній галузі сільського господарства новітні техніко-технологічні рішення пов'язані, в першу чергу, з селекційною роботою та генною інженерією; органічним землеробством; мікрозрошенням; космічними інформаційними технологіями; нанотехнологіями.

Особливої популярності набувають технології генної інженерії та використання генетично модифікованих організмів. Методи генної інженерії, клітинної біології, ДНК-технології допомагають переносити генетичний матеріал у рослини від мікроорганізмів, грибів і тварин. Вилучення генів і включення їх до геному існуючих сортів рослин надає їм нові ознаки: стійкість проти шкідників, гербіцидів; до несприятливих ґрунтово-кліматичних умов; здатність синтезувати біопестициди; нейтралізувати токсичні речовини, що знаходяться у ґрунті, воді тощо. Проте остаточний вплив на живі організми, що споживають такі продукти, чітко не визначений і може проявлятися протягом десятиліть, негативно впливаючи на їх життєдіяльність.

Однак в Україні спостерігається відставання у дослідженнях генетично змінених організмів через відсутність нормативно-правового забезпечення, що має регулювати діяльність із розробки та використання генно модифікованих рослин; відсутність матеріально-технічного та фінансового забезпечення досліджень з генної інженерії. Проте більшість країн проявляє значний інтерес до виробництва сільськогосподарської «еко»-продукції, вирощеної з мінімальним обробітком ґрунту, повною відмовою від використання ГМО та засобів захисту рослин. Органічне сільське господарство передбачає відмову від використання мінеральних добрив і пестицидів, а також застосування стимуляції біологічної активності ґрунтів. Проблеми соціального, інституційно-правового та фінансово-економічного характеру стримують прогресивний розвиток аграрної сфери України, незважаючи на прагнення суб'єктів

господарювання дотримуватися засад органічного землеробства у сільськогосподарському виробництві.

Впровадження та використання даних технологій у галузь рослинництва створюють позитивний ефект, впливаючи на врожайність, економію витрат, раціональне використання ресурсів тощо, проте проблеми, які існують у країні нині: нормативно-правові, інституційні, економічні, матеріально-технічні та інші, – стримують інноваційний розвиток галузі. Відповідно підвищення економічного потенціалу агроecosystem шляхом використання таких системоутворюючих факторів, як підвищення родючості ґрунтів, зниження хіміко-техногенного навантаження на екоценози, зростання їх адаптивних властивостей, використання сортів рослин і технологій їх вирощування, забезпечує найшвидшу окупність ресурсів.

Ґрунтово-кліматичні умови України дають змогу значно розширити обсяги органічного землеробства, які за експертними оцінками можуть досягти 5 % сільськогосподарських угідь у 2018 р. і 7 % – у 2020 р.

Таким чином, використання інноваційних технологій в аграрній галузі забезпечує прогресивний розвиток сільського господарства, сприяє залученню інвестицій, зміцненню економічної та технологічної безпеки. Проте зі зміною умов функціонування галузі, змінюються та впроваджуються нові технології, що потребують подальших досліджень і детального обґрунтування.

Самі лише біотехнології не здатні вирішити усі проблеми забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі. Проте у поєднанні з політичними та економічними реформами вони можуть підвищити продуктивність сільського господарства. Вони також допоможуть забезпечити дешевшими продуктами харчування людей з низькою платоспроможністю.

Отже, серед основних пріоритетних напрямів інноваційного розвитку сільського господарства, зокрема галузі рослинництва в Україні необхідно визначити наступні: запровадження енергоощадливих технологій, що дозволить суттєво підняти рентабельність та інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств, впровадження біотехнологій та екологічних стандартів виробництва з орієнтацією на інтеграцію з ЄС. Для забезпечення розвитку інновацій в цьому напрямку необхідно перейняти передовий зарубіжний досвід та створити сприятливі умови перейняття, впровадження та генерації таких інновацій на рівні вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Список використаних джерел:

1. Амбросов В. Я. Ресурсозберігаючі технології – напрям підвищення ефективності виробництва / В. Я. Амбросов // Вісник ХНТУСГ. Економічні науки. – 2010. – № 105. – С. 3-12.

2. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект [монографія] / П. Т. Саблук, О. Г. Шпикуляк, Л. І. Курило. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.

3. Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань: [монографія] / За ред. професора Г. Є. Мазнева. – Харків : Вид-во «Майдан», 2015. – 592 с.

4. Крачок Л. І. Новітні технології в сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження [Електронний ресурс] / Л. І. Крачок // Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2013. – № 3. – Режим доступу: http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Ffirbisnbuv.gov.ua%2Fcgibin%2Ffirbis_nbuv%2Fcgibirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAG_E_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2Fsre_2013_3_50.pdf&ei=IPbVKjaE8ieywOtmILYBQ&usg=AFQjCNFGeeRxIPXPSyjI9GGMZBo274Ky8A&bvm=bv.87611401,d.d2s

5. Павлова Г. Є. Інноваційний розвиток аграрного сектора національної економіки: теоретичні засади, методологія, механізми управління: [монографія] / Г. Є. Павлова. – Київ : ТОВ «ДКС Центр», 2015. – 354 с.

6. Система нульового обробітку землі [Електронний ресурс] // Вікіпедія : [сайт]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%BC%D0%BB%D1%96>.

Богашко О. Л., к. е. н., доцент

Чумак А. С., студентка

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У теорії менеджменту планування розглядається як найважливіша функція управління формальними організаціями. Разом з тим, звертає на себе увагу той факт, що не існує єдиного погляду на проблему зв'язку успіху фірми з плануванням її діяльності. Одні вчені стверджують [1], що відсутність на підприємствах планів неминуче супроводжується нестабільністю і неефективністю їх роботи, запізненою реакцією на зміну зовнішнього середовища, помилковими рішеннями і навіть крахом підприємства.

Разом з тим, інші дослідники приходять до висновку, що великий успіх більшості підприємств часто не пов'язаний з розробкою планів, а є наслідком таланту, інтуїції, рішучих дій менеджерів [2]. Однак, навіть заперечуючи пряму залежність успіху фірми від планування, слід зазначити, що планування все ж створює переваги для підприємства.

У чому ж суть переваг планування? Щоб відповісти на це питання, необхідно розглянути умови функціонування підприємства. Будь-яке підприємство є відкритою системою, оточеною зовнішнім середовищем. Складність зовнішнього середовища, а також його невизначеність, мінливість створює для підприємств, з одного боку, нові можливості, з іншого – фактори ризику і форс-мажору. У цих умовах завдання менеджерів полягає в тому, щоб врахувати стан всіх елементів зовнішнього середовища, пов'язати їх з внутрішніми можливостями підприємства й скласти документ, який дозволив би досягти поставлених цілей з меншими витратами. Цим документом і є план діяльності підприємства.

Таким чином, планування – це певний вид діяльності, яким займаються менеджери (фахівці-економісти), щоб домогтися ефективної роботи підприємства по досягненню поставлених цілей. Результатом планування є розробка певного документа, тобто плану, в якому визначені:

- цілі, які підприємство передбачає досягти в планований період;
- система заходів для досягнення поставлених цілей;
- ресурси, необхідні для реалізації цілей і завдань;
- кінцеві фінансові показники, отримання яких бажано для підприємства.

У процесі планування прийнято розділяти цілі і завдання планування. Цілі виступають довгостроковими орієнтирами, яких має досягти підприємство в певний проміжок часу. Завдання характеризують дії, які треба зробити в певний момент часу, щоб досягти поставлених цілей.

Для чого ж менеджери повинні планувати діяльність підприємства? Які цілі планування? Які переваги отримує підприємство, на якому здійснюється планування?

По-перше, шляхом планування визначаються можливі параметри розвитку підприємства, які конкретизуються через постановку перед персоналом певних цілей і завдань.

По-друге, планування дозволяє домогтися економічного й ефективного функціонування підприємства за рахунок використання сприятливих факторів зовнішнього середовища та раціонального розподілу ресурсів.

По-третє, планування створює можливість усунення негативного ефекту невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

По-четверте, полегшується контроль за діяльністю персоналу.

Загальну схему планування можна представити як ланцюг взаємопов'язаних дій, що включають: визначення економічної позиції підприємства на початок планового періоду; вироблення мети; розрахунок потреби в ресурсах, необхідних для реалізації обраної мети.

Планування на рівні підприємства в умовах ринкової економіки істотно відрізняється за змістом від всіх інших видів планування й особливо від директивного планування адміністративної системи.

Директивне планування повністю виключає вплив ринку на економіку. Майже всі мікроекономічні рішення виносяться на макрорівень. Відсутня самостійність підприємств, особливо з питань прийняття рішень про обсяги і номенклатуру виробництва; ціни на продукцію, що виробляється; партнерства по горизонтальних зв'язках; використання отриманого доходу.

У ринковій формі управління діє принцип мінімальної достатності. Кожен рівень ставить і вирішує ті завдання, які можна виконати в межах його компетенції. Директивному плануванню ж характерна наскрізна система планування, яка об'єднує всі рівні господарювання в жорстку систему.

В цілому, планування в ринковій економіці носить взаємовигідний характер, як з точки зору цілей економічного й соціального розвитку, так і засобів по досягненню кінцевих результатів діяльності підприємства. При цьому обов'язковою є самостійність підприємства. Таке планування здійснюється переважно економічними методами, а основними економічними регуляторами виступають податки, митна і фінансова політики.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручник : затв. МОН України як підручник для студ. ВНЗ/МОН України / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 467 с.
2. Богашко О. Л. Організація роботи з персоналом – філософія сучасного підприємства / О. Л. Богашко // Стратегії та інновації : актуальні управлінські практики : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – Кривий Ріг : Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2018. – С. 246 – 248.
3. Дафт Р. Менеджмент. / Р. Дафт – 10-е изд. – М. – 2013. – 655 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Система менеджменту має забезпечувати правильне і успішне функціонування організації. Адже головна мета управлінських процесів – це забезпечення прибутковості організації. Для того, щоб удосконалити систему управління, варто звернути увагу на функції менеджменту, які відіграють важливу роль в організації роботи підприємства.

Так, досить важливою складовою у системі менеджменту є функція планування, яка допомагає визначити цілі організації, а також визначає, що повинні робити члени організації, щоб досягти цих цілей. Функція планування відповідає на три питання:

- 1) яка сутність організації та що вона собою являє?
- 2) як і в якому напрямку організація хоче рухатися?
- 3) яким чином вона це збирається робити?

Щоб організація була здатна чітко працювати, менеджер повинен вміти робити правильний вибір з багатьох можливих альтернатив. Можна сказати, що прийняття рішення – це вибір того, як і що планувати, організовувати, контролювати, мотивувати. Саме це складає основний зміст діяльності справжнього менеджера. Основною вимогою для прийняття правильного рішення є наявність адекватної, достовірної інформації.

Щоб системи менеджменту підприємств стали більш ефективними, науковцями розроблено стратегічне планування та використання сценаріїв. У стратегічному плануванні оцінюються зміни, які можуть мати місце в дійсності, а використання сценаріїв передбачає визначення максимально сприятливого ходу майбутніх подій.

Система менеджменту має високу ефективність лише тоді, коли керівники підприємств приймають управлінські рішення, підбирають працівників, які є відповідальними й діють злагоджено.

Основними напрямками удосконалення системи менеджменту підприємства є: поліпшення організаційної структури; покращання системи планування підприємства; введення обліку та контролю за показниками діяльності підприємства. Однак, саме головне – це удосконалення ефективності управління інноваційними процесами та покращення якості продукції, яка виробляється підприємством.

Для покращення системи планування й обліку в діяльності підприємства, можна ввести ефективну систему внутрішнього контролю, вдосконалити комп'ютерні мережі зв'язку, застосовуючи сучасні програмні засоби та інформаційні технології управління. Передусім це стосується систем організації фінансового менеджменту та бюджетування.

Окреслюючи шляхи удосконалення системи менеджменту підприємства необхідно звернути більше уваги на:

- ефективність організаційних, кадрових і технічних рішень;
- діяльність організаційних структур управління підприємством;
- оновлення інформаційних засобів комунікації.

Свідченням результативної роботи системи менеджменту підприємства можна вважати отримання економічного і соціального ефектів. Серед інших ознак – збільшення обсягу і підвищення ефективності виробництва, забезпечення ритмічної роботи підприємства, досягнення економії живої праці, покращення якості продукції, полегшення характеру праці, зростання задоволеності працею та скорочення плинності кадрів тощо.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Людський капітал та його роль у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки / О. Л. Богашко // Вісник Одеського національного університету. Науковий журнал. Серія «Економіка». Том 19. Випуск 2/2. – Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С. 32–35.

2. Ганузек Л. М. Шляхи удосконалення системи менеджменту підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/4_ganuzek.htm.

Загороднюк О. В., к.е.н., доцент
Уманський національного університету садівництва

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТОВ «АГРАРІЙ СВПП» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У ринкових умовах від рівня використаних умінь, знань і навичок персоналу залежить розвиток усього підприємства. З цієї причини персонал слід розглядати як основну складову ефективного виробництва.

Результативність діяльності підприємства залежить від рівня професіоналізму його працівників, їх високої продуктивності праці та своєчасного виконання робіт. Система управління персоналом є складним об'єктом управління внаслідок того, що кожний співробітник, вступаючи у

виробничі відносини, має свої унікальні, притаманні лише йому особливості [1].

Проведемо дослідження, спрямовані на підвищення ефективності функціонування системи управління персоналом в ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області.

ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області має середній рівень спеціалізації – спеціалізується на виробництві молока, соняшнику і пшениці.

Аналізуючи фінансово-економічні показники господарства, можна зробити висновок, що його економічний стан за досліджуваний період є стабільним. Основні економічні показники, що характеризують господарську діяльність ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області мають хвилеподібну динаміку, це свідчить про недоліки у діючій системі управління.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок, що функції менеджменту персоналу у ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області виконують директор господарства, лінійні та функціональні керівники всіх рівнів, а також кадровик підприємства, який за сумісництвом працює секретарем.

У результаті дослідження встановлено, що середньорічна чисельність працівників за досліджуваний період зросла на 8 осіб, або на 7,5 %. Збільшення чисельності працівників відбулося як в галузі рослинництва, так і в галузі тваринництва відповідно на 2 і 5 чол., чисельність адміністративного персоналу у 2017 р. порівняно з 2014р., зросла на одну особу.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що переважна більшість працівників ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області – особи чоловічої статі, частка жінок у 2017 р. склала 39,2 %. Персонал у віці 40–55 років становить 47,2–53,4 % облікової чисельності штатних працівників, проте його частка у 2017 р. в порівнянні з 2014 р. зменшилась на 6,2 в.п.

Аналіз освітнього рівня персоналу засвідчив його незначне зростання (на 8,8 відсоткового пункту). Не сприяла підвищенню освітніх характеристик працівників і заробітна плата, яка впродовж аналізованого періоду становила 78,6–58,8 % від її розміру до середньої заробітної плати у сільському господарстві України, а частка витрат на оплату праці у 2017 р. склала 26,3 % усіх витрат на виробництво продукції сільського господарства. Не спостерігалось суттєвої різниці між заробітком працівників з різним рівнем освіти.

У 2017 р. в порівнянні з 2014 р. зросли основні показники ефективності використання персоналу – коефіцієнт використання робочого часу (на 4

відсоткові пункти) та продуктивність праці на 22,1 % працівників основного виробництва і адміністративного персоналу, відповідно на 22,1 та 23,2%. Зростання продуктивності праці є позитивним явищем, однак воно переважно зумовлене збільшенням обсягу валової продукції сільського господарства.

Протягом 2014–2017 рр. надзвичайно низьким був розвиток персоналу, про що свідчить частка працівників, які підвищували кваліфікацію. Навчання новим професіям та перепідготовка персоналу сільськогосподарських підприємств за останні роки не проводились.

Дослідження структури та динаміки елементів витрат на персонал ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області свідчить про те, що частка витрат на оплату праці в загальних витратах на виробництво продукції впродовж 2014-2017 рр. зростає на 10,5 в.п., і склала 26,3 % усіх витрат на виробництво продукції.

Загалом, аналіз економічної та організаційної компоненти ефективності управління персоналом, засвідчує про тенденції до покращення управління персоналом ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області. Негативним явищем є те, що соціальні витрати на персонал господарства повністю відсутні: працівники не забезпечуються житлом, не отримують путівок у оздоровчо-рекреаційні заклади, медичне обслуговування не відповідає вимогам, відсутня кваліфікована медична допомога при травмуванні працівників.

Рівень заробітної плати в господарстві дає змогу стверджувати, що посадові оклади і тарифні ставки для персоналу підприємства є нижчими за середні, позитивним явищем є те, що розмір оплати залежить від кінцевих результатів роботи. Підвищуючи рівень продуктивності праці працівник може сподіватися на пропорційну оплату, що частково знижує демотивуючий вплив оплати праці.

Збільшення витрат на оплату праці має супроводжуватись підвищенням продуктивності праці, а, відповідно, й збільшенням обсягів виробництва продукції. фонд заробітної плати у ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області використовується не ефективно.

З метою удосконалення системи управління персоналом у господарстві пропонуємо наступне:

1. З метою використання персоналу товариства з максимальною продуктивністю, слід скорочувати щоденні непродуктивні витрати робочого часу та підвищувати продуктивність праці.

2. Встановлено, що скорочення непродуктивних витрат робочого часу у ТОВ «Аграрій СВПП» Уманського району Черкаської області дозволить

скоротити чисельність працівників на 16 осіб і зекономити кошти у розмірі 13299,2 грн.

3. Впровадження новітніх інформаційних систем з управління персоналом значно оптимізує роботу кадрових служб сільськогосподарських підприємств.

4. Вважаємо, що оцінка персоналу повинна проводитися систематично, а не від випадку до випадку. Якщо звернутися до практики проведення оцінки персоналу в досліджуваному господарстві, то вона (оцінка) носить примітивний характер (оцінюються показники результативності праці, стажу, віку, фактів підвищення кваліфікації)

Список використаних джерел:

1. Беседіна Г. Є. Якість управління персоналом сільськогосподарських підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Галина Євгенівна Беседіна. – Суми, 2009. – 20 с.

Зелінська А. С., студентка

Науковий керівник: Богашко О. Л., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЗАВДАННЯ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В Україні про професію менеджера дізнались на початку 90-х років – країна переходила на ринкові відносини. Новий фах став одним із затребуваних в зв'язку з різноманітними функціональними обов'язками і відповідальністю.

Менеджер – це управлінець, який контролює правильність виконання завдань своїх підлеглих, впливає на процес прийняття рішень. Менеджер має бути не просто керівником, але найголовніше – лідером, який визначає проблеми, починає обговорення, розробляє новаторські творчі пропозиції. Дані спеціалісти мають знати всі дрібниці роботи кожного працівника, бути освіченими, володіти холодним розумом та творчими здібностями.

Менеджери займають посади в якості керівників конкретних підрозділів в організації, і саме це визначає їх функції та роль у організації. Генрі Мінцберг, професор менеджменту Макгілльського університету в Монреалі виділив 10 ролей, які виконують керівники на різних рівнях управління незалежно від посади. Ці ролі класифіковані на три великі категорії: міжособистісні ролі, інформаційні ролі і ролі з прийняття рішень.

Міжособистісні ролі виникають між керівником та організацією й охоплюють його сферу взаємодії з людьми. Це роль головного керівника, яка є

обов'язковою в колективі. Роль лідера робить менеджера відповідальним за ініціативу підлеглих, а також за набір, підготовку кадрів та інші функції, які має виконує керівник.

Постійно збираючи різноманітні корисні відомості для своєї роботи, що надходять як із навколишнього середовища, так і внутрішнього середовища, зокрема від власного персоналу, керівник виступає приймачем інформації. Коли менеджер використовує інформацію для зв'язку з громадськістю, він бере участь у публічних виступах, конференціях та семінарах.

Виконуючи міжособистісні та інформаційні ролі, керівник є включеним у систему прийняття рішень як підприємець та розподільник ресурсів. Йому потрібно усунути порушення, провести переговори від імені організації. Зазначимо, що робота менеджера складається із сукупності декількох ролей, ці ролі взаємопов'язані і їх важливість змінюється залежно від рівня управління самого керівника. Так само визначається обсяг і зміст його роботи, другорядні функції та обов'язки.

Роль менеджера в організації чимала, адже він є сполучною ланкою, координатором, від нього залежить діяльність як всієї організації, так і функціонування невеликих відділів – складових фірми. У ролі керівника старший менеджер організації формує методи та принципи, згідно яких внутрішнє середовище організації буде взаємодіяти з функціональними процесами, що протікають в ній. Так само роллю менеджера є підбір персоналу, розподіл функцій між підлеглими відповідно до їх здібностей, досвідом і схильностями.

Отже, менеджер – це член економічної ланки, що здійснює управлінську діяльність. Будучи суб'єктом здійснення управлінських функцій, менеджери виконують в організації ряд різноманітних ролей. Специфіка розв'язуваних завдань менеджера передбачає творчий характер управлінської праці.

Основні вимоги до особистісно-ділових якостей менеджера це:

- професійна компетентність;
- організаторські здібності;
- морально-етична зрілість;
- особисті якості.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Людський капітал та його роль у забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки // Вісник Одеського національного університету. Науковий журнал. Серія «Економіка». Том 19. Випуск 2/2. – Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С. 32–35.

2. Гуменник В. І. Менеджмент організацій: навчальний посібник / В. І. Гуменник, Ю. С. Копчак, О. С. Кондур. – К.: Знання, 2012. – 503 с.

3. Чайка Г. Л. Праця менеджера в системі управління: навч. посібник: рек. МОН України / Г. Л. Чайка. – К.: Знання, 2011. – 469 с.

Котляр І. І., студентка
Науковий керівник: Бовкун О. А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Сучасний менеджмент - це багатогранне явище, які має позитивні сторони, особливо важлива система менеджменту у сфері малого підприємництва. Мале підприємництво - найбільш поширена сфера економіки на сучасному етапі. На сучасному етапі розвитку економіки розвиток малого бізнесу актуально і значуще. Саме малий бізнес формує напрямок розвитку регіону і краю, саме малий бізнес поповнює більшою мірою бюджет малих міст.

Говорячи про малий бізнес необхідно приділяти пильну увагу менеджменту в даних організаціях, оскільки менеджмент на мало підприємстві відрізняється від системи управління на великому, багато структурному підприємстві, де зазвичай формується розгалужена система менеджменту з керівниками різних рівнів. На малому ж підприємстві система спрощена і практично не має рівнів, але це не робить процес управління малим підприємством простіше, навпаки часто ускладнює управління. З огляду на специфіку малого бізнесу необхідно чітко визначити критерії віднесення підприємства до малого, так наприклад відповідно до федерального закону про малого підприємництва до малого підприємства можна віднести структуру, що має: чисельність не більше ніж 100 чоловік [1, с. 60].

У малих містах саме малий бізнес формує основну нішу підприємництва. Малий бізнес має переваги та вигідні сторони розвитку в порівнянні з великими підприємствами в сучасних ринкових умовах. Але як і великі підприємства, так і малі піддаються впливу різних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які у свою чергу безпосередньо впливають на процес формування та реалізації менеджменту. Ефективний процес управління малим бізнесом здатний створити вигідні умови для подальшого його розвитку. Актуальним питанням у сфері менеджменту на малих підприємств є можливість застосування сучасних технологій. Значення малого бізнесу в сучасній Україні складно переоцінити, оскільки саме цей напрям здатне підтримати справжню конкурентне середовище і протистояти процесу монополізації всього внутрішнього ринку. У сфері малого підприємництва формується основна

частина національного ресурсу, який служить основою для розвитку великого і середнього підприємництва [2].

У масштабі економіки країни позитивна роль малого бізнесу виражається в тому, що він більш гнучкий, швидше реагує на зміни зовнішнього середовища, створює додаткові робочі місця. Торкаючись питання створення малого підприємства, за програмними цілями функціонування підприємства можна розділяти на дві основні групи: комерційні та некомерційні. Комерційна організація - це юридична особа, яка ставить основною метою отримання максимального прибутку від своєї діяльності. Некомерційна організація - юридична особа, яка не ставить мети отримання прибутку від реалізації основної діяльності, а значить і не розподіляє прибуток серед учасників (власників). Саме некомерційна організація формується у вигляді кооперативу, фонду, громадської (релігійної) організації та т.д.

На сьогодні значна питома вага в економіці припадає саме на комерційні організації. Важливо приділити детальну увагу саме комерційним організаціям, оскільки процес менеджменту в комерційній та некомерційній організації різний. В першу чергу на процес менеджменту на малому підприємстві відіграє саме процес зародження системи управління. Формування системи управління вирішує кілька питань: - створення оптимальної організаційної структури; - розподіл посадових повноважень; - формування системи оцінки діяльності співробітників як керівного, так і не керівного складу. Формуючи організаційну структуру на відміну від великих підприємств, у сфері малого підприємства найчастіше зустрічається така система, при якій на чолі стоїть один керівник - директор, найчастіше він же є власником підприємства в цілому. Одноосібне господарювання та управління дозволяє скоротити розбіжності в процесі вибору мети та завдань, а також в процесі прийняття тих чи інших управлінських рішень. Якщо ж все-таки підприємство має кілька власників, то на такому підприємстві в посаду вводиться генеральний директор або директор, який бере на себе зобов'язання щодо прийняття рішень, а до співвласників доносить тільки остаточні можливі варіанти, які здатні проявитися і спричинити ряд наслідків - як позитивних, так і негативних.

При сумнівному становищі справ організації або при спірному положенні в частині прийняття управлінських рішень, рішення приймається шляхом голосування серед засновників (власників) організації. При одноособовому керуванні саме директор (власник) приймає рішення у сфері фінансів, постачання, заготівлі, реалізації, виробництва, оподаткування і т. д., тобто власник несе повну відповідальність за «виграш» і «програш» організації.

Якщо ж в організації кілька засновників (власників), а на чолі стоїть генеральний директор, то в таких організаціях існує підпорядкованість і

розподіл повноважень: питаннями фінансів завідує комерційний директор, питаннями підбору і навчання персоналу завідує директор по персоналу і т.д. З розширенням діяльності організації, виникає необхідність формування управлінської групи. Така група може складатися з керівника (власника фірми), фахівця з постачання, комерційного директора головного бухгалтера і т.д.

Але навіть при такій нескладній структурі і системі управління безліч малих підприємств стикаються зі значними проблемами. Основною причиною виникнення проблем є нестача кваліфікованих управлінських кадрів, а саме брак знань у власників і керівників підприємствами. Виходячи з цього для функціонування і процвітання в умовах конкурентного середовища підприємства змушені використовувати послуги консалтингових фірм або залучати на роботу досвідчених менеджерів. Таким чином, головною вимогою до управління малим підприємством в умовах ринку є забезпечення його пристосованості до мінливих умов господарювання. основна особа, яка в цілому організовує функціонування всього підприємства - це керівник. Саме керівна особа - основне посадова особа фірми та саме він відповідає за всю її діяльність. На сьогодні виділяють три головних стилів управління: авторитарний, демократичний, ліберальний. В результаті можна виділити п'ять характерних типів управлінської поведінки: диктатор, демократ, песиміст, маніпулятор, організатор. Менеджер-диктатор найчастіше орієнтується на рівень виробництва і не приділяє детальної уваги окремим співробітникам. Робота в таких умовах нікому не приносить задоволення. Диктатор - поганий керівник. Менеджер-демократ протилежність диктатору. Робота у такого менеджера реалізується самі собою, контролю мінімум. Користь від цього не дуже велика. Менеджер-песиміст керується девізом «Не втручайся в природний хід подій». Користь від таких керівників дуже мала. Менеджер-маніпулятор у всьому намагається досягти компромісу.

Тут проявляється схильність менеджера до маніпулювання людьми. Менеджер-організатор найпродуктивніший тип менеджера, що враховує потреби виробництва, а також потреби та інтереси людей. Найважливішою характеристикою даного типу є спрямованість до інновацій і націленість на постійний розвиток організації. Таким чином, в малому бізнесі краще той стиль управління, який здійснюється переважно на неформальній основі, націлений на створення творчої атмосфери в колективі, орієнтованої на досягнення результатів. На етапі переходу малого бізнесу до середнього необхідно враховувати, що для ефективного управління підприємством необхідно дотримуватися два простих принципу - розподіл повноважень і чітке структурування підприємства [3, с.53]. Менеджмент в малому бізнесі має свої характерні особливості, управлінець, що працює на малому підприємстві

повинен бути універсалом, який може працювати в декількох областях менеджменту. Досить часто менеджмент в малому бізнесі включає і підбір персоналу, і розрахунок можливих ризиків, і пошук клієнтів, і безпосереднє управління підприємством. Однією з основних особливостей менеджменту в малому бізнесі є неформальне виконання влади, тому до менеджера, який працює в малому бізнесі, пред'являються особливі вимоги. Перш за все, він повинен нести відповідальність не тільки за результат роботи, а й за атмосферу в колективі; менеджер повинен володіти великою гнучкістю і працездатністю; він також повинен вміти чітко ставити завдання і контролювати їх виконання, і мати можливість вирішувати кілька завдань одночасно.

Крім того, менеджер повинен вміти вибудовувати відносини з різними людьми, користуватися авторитетом в колективі, бути хорошим наставником і жорстким керівником. Іншими словами, менеджмент в малому бізнесі є сплав декількох напрямків мистецтва управління підприємством і людьми, що дано далеко не кожному підприємцю. Узагальнюючи вищесказане, необхідно підбивати підсумки, що менеджмент у сфері малого підприємництва відрізняється від менеджменту великої організації, в основі цього факту лежать деякі моменти: керівник найчастіше є власником; відсутня система підрозділів, а значить, відсутня необхідність керівника структурного підрозділу; на мало підприємстві складається невеликий колектив співробітників, до яких простіше застосовувати невербальні способи управління і які найчастіше відчувають відповідальність за діяльність малого підприємства.

Список використаних джерел:

1. Смагіна І. А. Малий бізнес: великий довідник / І. А. Смагіна, Т. Ю. Сергєєва - М. : Юркнига, 2014.
2. Дорофєєва О. Н. Особливості менеджменту в малому бізнесі [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13456315>.
3. Дамдіни Д. Д. Мале підприємництво в сучасній системі соціально-економічних відносин [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17787633>.

Онищенко В. В., студентка

Науковий керівник: Богашко О. Л., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВПЛИВ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Система управління якістю – це система менеджменту для керівництва та управління організацією, що містить вимоги до розробки політики й цілей

якості, а також включає діяльність по досягненню цих цілей на всіх рівнях управління [1; 3]. Актуальність застосування даної системи на готельних підприємствах полягає в тому, що якість виступає головним завданням в умовах ринкової економіки через високу конкуренцію на ринку готельних послуг. У сучасних умовах саме сертифікат системи якості служить вирішальним фактором для ефективного залучення споживачів і формування престижу компанії. Крім того, функціонування системи управління якістю на підприємстві дозволяє поліпшити його фінансові показники.

Готель повинен розробити, задокументувати, впровадити та підтримувати в робочому стані систему управління якістю, постійно покращувати її результативність. Для визначення результативності функціонування системи управління якістю підприємства протягом календарного року проводяться внутрішні аудити. Розробка і впровадження системи управління якістю є складним процесом, що займає тривалий проміжок часу. Даний процес містить кілька етапів: визначення найбільш відповідної моделі і завдань, які ця система повинна вирішити; проведення аудиту діючої системи, навчання та надання всієї необхідної інформації персоналу; перестроювання виробничих процесів підприємства в разі, якщо це ускладнює процес розробки даної системи; безпосереднє впровадження; проведення сертифікації з метою підвищення ефективності виробничих процесів підприємства; поліпшення діяльності організації шляхом безперервного вдосконалення виробничих процесів.

В даний час існує велика кількість систем якості та інструментів контролю і планування якості, що застосовуються в діяльності готельних підприємств. Попри початкові витрати на створення і формування системи управління якістю, економія коштів настільки велика, що в подальшому готелі можуть знизити ціни на свої послуги. Це, безперечно, підвищить їх конкурентоспроможність, а також збереже прибуток. Система управління якістю є показником надійності, безпеки і здатності готельного підприємства виробляти продукцію та послуги не тільки відповідно до законодавчих вимог, а й до персональних вимог споживачів. Крім цього, існує ряд переваг від впровадження системи управління якістю: по-перше під час участі в тендерах, конкурсах і особливо при укладанні контрактів, де замовником є іноземна організація чи державне відомство, перевага віддається фірмам, які мають сертифіковану систему управління якістю; по-друге, впровадження системи менеджменту якості сприяє підвищенню довіри з боку інвестиційних, юридичних та інших компаній, з якими підприємство співпрацює протягом своєї підприємницької діяльності; по-третє, наявність сертифіката сприяє очевидному зниженню витрат на страхування фірм і значно полегшує отримання ними кредитів, через те, що страхові компанії та банки однозначно

розглядають сертифіковані компанії як більш надійні і, відповідно, ризики вкладення в них коштів будуть мінімальними [2].

Сертифікація системи менеджменту якості забезпечує керівництву і працівникам підприємства впевненість в тому, що надавані послуги відповідають законодавству і побажанням споживачів: вимоги до якості виконуються, відбувається їх поліпшення, зростання ефективності роботи організації та прибутку. Для споживачів і партнерів наявність сертифікованої системи управління якістю у підприємства створює впевненість в тому, що вони придбають послугу тієї якості, яка заздалегідь була обумовлена, в установлені строки та в необхідному обсязі.

Виходячи з усього вищесказаного, можна виділити наступні фінансово-економічні переваги при впровадженні системи менеджменту якості: значне збільшення ринкової вартості бізнесу, зростання рентабельності, поліпшення фінансових показників діяльності підприємства, підвищення конкурентоспроможності підприємства; збереження довіри і відданості споживачів до даної організації (кожен потенційний споживач віддасть перевагу на користь якісної продукції або послуги).

Організаційні переваги від впровадження системи менеджменту якості – це підвищення рівня ефективності прийняття рішень; оптимізоване використання доступних ресурсів; підвищення підзвітності персоналу, у зв'язку з проведенням внутрішніх аудитів та перевірок; збільшення інтелектуального капіталу; скорочення часу реалізації продукції на ринку; поліпшення показників організаційної діяльності; підвищення рівня довіри і стабільності. Таким чином, введення у діяльність організації системи менеджменту якості цілком виправдано, тому що це – ефективний інструмент розвитку, що дозволяє отримати додатковий прибуток при оптимізації процесів діяльності та підвищити конкурентоспроможність організації.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Менеджмент туристичної індустрії як базис створення інноваційного конкурентоспроможного турпродукту / О. Л. Богашко // Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 вересня 2016 року. – Умань: ВПЦ «Візаві». – 2016. – С. 113–116.

2. Нікольська Е. Ю., Ковальова Н. І. Підвищення якості готельних послуг на підприємствах індустрії гостинності / Н. Ю. Микільська // Науковий вісник МГПТ. – 2015. – № 3. – С. 6–14.

3. Чирва О. Г. Значення стратегічного управління на підприємствах індустрії гостинності / О. Г. Чирва // Матеріали IV Всеукраїнської науково-

практичної конференції «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки». Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. – 364 с. – С. 362-363.

Переверзєва А.В., к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

На сучасному етапі розвитку національної економіки істотно змінилося уявлення про цілі, критерії та механізм функціонування соціально-трудової сфери, де людські ресурси стають детермінуючим фактором економічного успіху як окремого утворення, так і суспільства загалом. Розвиток національної економіки спрямований на формування самодостатніх територіальних громад відповідно до національних умов і глобальних викликів, які б за рахунок ефективного використання людських ресурсів забезпечили підвищення якості життя населення в межах територіального утворення, але були базисом для зростання добробуту нації в цілому.

В національній економіці утворення об'єднаних територіальних громад є засобом реалізації загальнодержавної політики децентралізації, метою якої є підвищення ефективності функціонування національної економіки та зростання рівня життя населення шляхом уповноважень, фінансових коштів та залучення громадян до управління.

В умовах активізації процесів децентралізації актуальним питанням є формування ефективних територіальних громад, функціонування яких значною мірою залежить від ресурсного забезпечення, серед яких ключова роль належить людським ресурсам, які не тільки визначають реальні можливості функціонування територіальної громади щодо задоволення власних потреб, але й формують потенційні можливості для майбутнього розвитку. Зокрема реальні можливості територіальної громади визначають кількість членів громади, вікову структуру, щільність населення, рівень освіти, рівень кваліфікації. Потенційні можливості можливо визначати за допомогою ступеня взаємодії між членами громади, що є одним із пріоритетів ефективного розвитку та функціонування територіальної громади.

Життя людини, успіхи багато в чому залежать від ступеня реалізації здібностей і таланту. Якщо людина зуміє розвинути їх, то ймовірність досягнення значних результатів суттєво зростає. Значний рівень успішності сприяє визначенню позиції людини в суспільстві, формує почуття впевненості в

своїх власних силах та сприяє підвищенню рівня ефективності колективної взаємодії. При цьому, від кількості успішних людей залежить функціонування та перспективи майбутнього розвитку, оскільки результати, котрих досягають окремі індивіди є внеском у загальну справу. Реалізація потенційних можливостей громади залежить від того, наскільки вдало вдається скеровувати результати успішної діяльності її членів, як використовуються успіхи окремих людей для підвищення ефективності функціонування громади загалом. На основі зазначеного, можливо зробити логічний висновок безпосередньої зацікавленості розпізнати здібності й талант членів громади та допомогти реалізувати їх, тоді громада буде сильнішою у всіх аспектах діяльності.

Слід зазначити, що на сучасному етапі будь-яка територіальна громада на початку свого формування має справу зі значною кількістю перешкод, які безпосередньо пов'язані із людськими ресурсами, серед яких найголовнішими є недостатність людських ресурсів, низький рівень кваліфікації кадрів або її невідповідність певним вимогам, низький рівень мотивації та інше. Наявність цих проблем обумовлює необхідність глибокого дослідження впливу людських ресурсів на формування та розвиток об'єднаних територіальних громад, побудова ефективного механізму управління ними в межах певного територіального утворення.

З точки зору мікроекономічного та макроекономічного аналізу можливо дати визначення людських ресурсів територіальної громади. Людські ресурси територіальної громади – це люди з їх розумовими та фізичними здібностями, яких можливо потенційно використати в якості виробничого ресурсу для підвищення ефективності функціонування територіальної громади. При цьому можна виділити три основні «центри» формування знань, вмінь та здібностей, які необхідні людям для життя та трудової діяльності: праця, родина, громада [1].

Проаналізуємо «центри» більш детально. До категорії «праця» належать вміння та здібності, які необхідні для отримання і збереження місця роботи і при цьому не належать до технічних знань, необхідних для виконання певного виду діяльності, наприклад, самодисципліна та здатність працювати в команді. Наступним важливим базовим «центром» є «родина», до якого належать дозвілля, стан здоров'я, а також вміння безконфліктного співіснування.

З метою формування людських ресурсів певного утворення (територіальної громади, організації) необхідно враховувати наступне:

- особливості поведінки індивіда;
- колективну поведінку (об'єднання людських ресурсів загалом);
- риси поведінки управлінців та їх команди.

Особливості поведінки індивіда визначаються певними параметрами, серед яких варто виокремити:

- особисті характеристики: здібності, схильність до певного виду діяльності, креативність, творчість, орієнтація на результат;
- засоби мотивації, котрі залежить від комплексу потреб, інтересів, уявлень про цілі діяльності;
- особисті цінності – ціннісні орієнтації, переконання, світогляд, розуміння та сприйняття оточуючого середовища;
- демографічні – особливості в залежно від віку та статі;
- національні й культурні – ознаки, які є надбаними за рахунок індивідуальної реакції людини на конкретні ситуації та її поведінка в них.

Особливості колективної поведінки характеризуються сукупністю параметрів, котрі на відміну від індивідуальної поведінки, детермінуються для групи людей. Серед найважливіших параметрів варто виокремити:

- корпоративна культура – цінності, правила поведінки, характерні для певної соціально-економічної системи;
- динаміка розвитку групи – виокремлення етапів формування, лідерство, способи вирішення конфліктних ситуацій.

Особливості поведінки управлінців є однією із найважливіших передумов успішного розвитку громади, оскільки саме керівники можуть виступати в якості:

- суб'єктів, що мають індивідуальні особливості;
- членів деякої групи, що володіють корпоративною культурою;
- носіїв певної управлінської технології, що характеризується уніфікованими правилами поведінки.

Залежно від наявності тих або інших соціальних груп у територіальній громаді утворюються різні соціальні підгрупи. У зв'язку із цим виділяються такі різновиди соціальної структури територіальної громади:

- демографічна, національна, статевовікова, за стажем роботи, освітня, за субкультурою;
- функціональна й виробнича;
- професійна й кваліфікаційна;
- соціально-психологічна.

Отже, успішними можуть стати ті громади, що мають значні людські ресурси, за рахунок яких керівники вдало розвивають власну внутрішню спроможність – поліпшують ті внутрішні умови та створюють ті фактори конкурентних переваг, які допомагають залучати більш продуктивні інвестиції, розвивати бізнес, зберігають існуючі підприємства та підтримують створення нових робочих місць задля економічного розвитку та підвищення якості життя.

Список використаних джерел:

1. Доклад о мировом развитии 2007. Развитие и новое поколение. Всемирный банк; [пер. с англ.]. – М. : «Весь мир», 2007. – 376 с.

Побережець Н. Б., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Більшість людей все частіше помічають той факт, коли завантаження особистими справами і роботою настільки велика, що просто неможливо все встигнути. Від такого завантаження і постійного браку часу у людини виникає поганий настрій, млявість, дискомфорт і відсутність бажання взагалі що-небудь робити. Щоб попередити таку ситуацію потрібно зробити одну важливу річ – використати тайм-менеджмент або навчитися грамотно планувати свій час.

Основне завдання тайм-менеджменту - це ефективно контролювати і управляти своїм особистим часом, що полягає в умінні відсортовувати важливі і термінові справи від не надто нагальних справ. А щоб розвинути в собі цю звичку потрібно знати основні правила тайм-менеджменту.

У ХХ столітті менеджери практично досконало навчилися ефективно керувати фізичною працею. У ХХІ столітті важливим завданням менеджера є необхідність оволодіти мистецтвом результативного управління розумовою і творчою працею співробітників організації, використовуючи при цьому різні інструменти, одним з яких є тайм менеджмент [1].

Ефективний тайм-менеджмент є ключем до високих рівнів продуктивності. Він не тільки впливає на продуктивність співробітників, але також допомагає більш ефективно справлятися зі стресом, конфліктами та тиском. Також сприяє у підтримуванні рівноваги між роботою та дозвіллям, підтримувати мотивацію співробітників. Тренінги з тайм-менеджменту є одним з найбільш ефективних інструментів підвищення продуктивності праці персоналу. Під час тренінгів з тайм-менеджменту учасникам надаються унікальні системи планування та управління, які допомагають отримати більший контроль над часом та їхньою діяльністю. Час є найціннішим активом для працівників будь-якого рівня та посади.

Тайм-менеджмент – це метод для менеджерів, щоб підвищити ефективність виконання роботи [2]. У загальному сенсі, Claessens та інші науковці визначили уміння управління часом як тип поведінки людей, які

вчасно виконують завдання, дотримуються терміну виконання і витрачають невелику кількість часу на другорядні справи, та тих, хто часто спізнюється, не встигає в терміни, витрачає багато часу на свою діяльність і на неважливі справи у робочий час.

Використання тайм-менеджменту персоналом в організації має ряд переваг:

- допомагає контролювати багато сфер особистого життя;
- підвищує продуктивність праці;
- працівник стає більш організованим;
- допомагає ефективно використовувати час;
- сприяє збільшенню часу для відпочинку.

Основними і найбільш розповсюдженими методиками тайм-менеджменту є наступні:

1. Система постановки цілей SMART. Акронім SMART означає розумна ціль і об'єднує великі літери від англійських слів, що позначають, якою має бути справжня мета: Specific (конкретність) – Measurable (вимірність) – Attainable (досяжність) – Relevant (актуальність) – Time-bounded (визначеність в часі) [3].

2. Методика ABC-планування виділяє три категорії справ: А – найважливіші, В – важливі, С – справи найменшої важливості [4].

3. Матриця «Ейзенхауера» реалізується шляхом побудови пріоритетів та категорій (ABCD). Категорія А – термінові та важливі справи, В – термінові, але неважливі справи, С – нетермінові, але важливі справи і категорії, D – нетермінові і неважливі справи [5].

4. Техніка POMODORO. В основі цієї методики лежить принцип 25 хвилинної роботи без перерви. Але через 25 хвилин потрібно перерватися на 5 хвилин. Даний метод передбачає використання таймеру та жорстка дисципліна [6].

5. Метод «П'яти пальців». Використовується для щоденного остаточного або проміжного контролю щодо виконання певних завдань [7].

Однак головним є розуміння співробітниками необхідності аналізувати витрати свого часу і їх бажання планувати його ефективно використання. Використовуючи викладені принципи, можна досить конкретно зкорелювати технології тайм-менеджменту керівників зі стратегією розвитку організації. Дана ув'язка дозволяє говорити про управління часом, як про інструмент підвищення результативності управління, причому дуже ефективним інструментом.

Тайм-менеджмент стає все більш і більш популярним інструментом організації свого особистого, робочого та корпоративного часу. Він включає в себе ряд технік і інструментів, що дозволяють ефективно використовувати ресурс часу, працювати на себе і досягати конкретних результатів. Вдале налагодження системи тайм-менеджменту значно спрощує робочий процес і робить його ефективнішим, крім того, значний ресурс часу, який раніше витрачався неорганізовано, а, отже, неефективно, вивільняється. Тайм-менеджмент включає в себе всю сукупність технологій планування роботи співробітників організації, які можуть застосовуватися самостійно для підвищення ефективності використання робочого часу та контролю над зростаючим обсягом завдань.

Список використаних джерел:

1. Мищенко Е. С. Тайм-менеджмент и его роль в эффективном управлении персоналом организации / Е. С. Мищенко, Н. В. Дубровская // Вопросы современной науки и практики, Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. - №3(41). – С. 208-211.

2. Claessens B, Roe, R. & Rutte (2009), 'Time management: logic, effectiveness & challenges, In: Roe, R., Waller, M. & Clegg, S. (Eds), Time in organizational Research, London, Routledge, UK, pp. 23-41.

3. Технологія формулювання цілей SMART. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biznesua.com.ua/tehnologiya-formulyuvannya-tsiley-smart/>.

4. Метод ABC. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://time-management-24.blogspot.com/2015/06/blog-post_5.html.

5. Матриця Ейзенхауера. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://time-management-24.blogspot.com/2015/06/blog-post_35.html.

6. «Помидорная техника» планирования. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tim.com.ua/2009/10/pomodoro-technique/>.

7. Зайверт Л. Ваше время - в Ваших руках: (Советы руководителям, как эффективно использовать рабочее время) [Електронний ресурс]: Пер. с нем./Авт. предисл. В. М. Шепель. - М.: Экономика, 1990. - 232 с. - Режим доступу: <http://www.globalmedia51.ru/old/50time.pdf>.

Савченко А. С., Бойко І. С., студенти
Науковий керівник: Пачева Н.О., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА РИНКУ

На сучасному етапі розвитку ринку праці та бізнес-середовища важливого значення набуває формування позитивного іміджу організації, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства в жорстоких рамках бізнесу сьогодення, розширює коло постійних споживачів та збільшує ринкову вартість компанії в цілому.

Імідж організації – це цілісне сприйняття (розуміння та оцінювання) організації різними групами громадськості, що формується на основі інформації, яка зберігається в їх пам'яті про різні аспекти діяльності даної організації [1, с. 105-108].

Узагальнене визначення іміджу, які дають міжнародні компанії і організації (Reputation Institute, Burson Marsteller, Chartered Institute of Public Relations і ін.), імідж – це відношення усіх зацікавлених сторін до фінансових і нефінансових аспектів діяльності компанії.

На репутації ґрунтуються дії усіх зацікавлених сторін стосовно компанії: працювати в ній чи не працювати, купувати її продукти чи не купувати, співпрацювати з нею чи ні тощо. За даними глобального дослідження Інституту репутації (project Global Pulse), визначальними чинниками, що впливають на репутацію компанії серед громадськості, вважаються: якість продуктів і послуг, якість корпоративного управління і корпоративна соціальна відповідальність.

Кожне підприємство має свій імідж незалежно від того чи піклується керівництво про формування позитивного образу компанії чи ні. Але якщо такі дослідження не будуть проводитись це може погано відзначитись на конкурентоспроможності організації на ринку.

Задля результативного дослідження, та формування позитивного іміджу фахівці, що його створюють мають розглядати його як комплексну характеристику, а не просто торгову марку, дизайн чи картинку, що легко запам'ятовується. Це має бути ретельно пророблена біографія або історія фірми. Тому що споживач звертає увагу не тільки і не стільки на текст та ілюстрації, а підсвідомо його цікавлять якості, що утворюють індивідуальність фірми [2, с. 230-234].

Імідж організації складається із певного набору елементів, які пов'язані між собою. Такі елементи, своєю чергою, є результативними чинниками, які формуються на підставі проведення маркетингової комунікаційної компанії.

Насамперед складові іміджу підприємства складаються з внутрішніх складових та зовнішніх. До внутрішніх складових іміджу підприємства можна віднести: корпоративна культура; імідж керівника; імідж персоналу; фірмовий стиль. До зовнішніх: екологічна відповідальність; соціальний імідж; ділова репутація; імідж товару (послуги); імідж підприємства як роботодавця. Для формування позитивного іміджу організації наведені складові елементи потребують детальнішого розгляду та аналізу фахівцями, що створюватимуть його [3].

Переваги позитивного іміджу очевидні. Однак позитивний імідж вимагає цілеспрямованої систематичної роботи, пов'язаної з перетворенням реального іміджу компанії в позитивний. Щоб оцінити і сформувати позитивний корпоративний імідж компанії, також можна виділити «дзеркальний імідж» – уявлення керівництва компанії про імідж компанії. Оскільки ініціація і надання ресурсів для створення позитивного іміджу підприємства залежать, в першу чергу, від управління.

У створенні позитивного іміджу організації вагому роль відіграє успішний її розвиток, який здійснюється за допомогою людського капіталу (професійних кадрів). Необхідним стає пошук нових методів розвитку персоналу, як засобу підвищення професійно-кваліфікаційного рівня працівників, а саме: перекваліфікація/перепідготовка, набуття професійних якостей, удосконалення кваліфікаційних характеристик [4].

Стратегічна мета – наблизити «дзеркальний» імідж підприємства до його реального іміджу, а потім перетворити його в позитивний імідж, який посилює ринкову владу підприємства. Корпоративний імідж основі іміджу підприємства. Як правило, це думка виникає або з прямого контакту з підприємством (його продуктами), або з інформацією, отриманою від інших людей. Фактично, імідж підприємства - це те, як воно виглядає в очах людей, або – що те ж саме, що люди думають про нього [5].

Отже, створення позитивного іміджу безпосередньо впливає на діловий успіх організації, оскільки формує атмосферу довіри до неї. Тому, задля кращого розвитку іміджу керівники підприємств мають: по-перше, належним чином дослідити сильні та слабкі сторони своєї організації, аби краще бачити над чим потрібно попрацювати; по-друге, проаналізувати результативні чинники, що формуються на підставі проведення маркетингової комунікаційної компанії; по-третє, приділити значну увагу ґрунтовній діяльності усього колективу підприємства, що даватиме розвиток іміджу.

Список використаних джерел:

1. Ромашенко І. В. Формування позитивного іміджу організації як складова професійних компетенцій маркетологів / І. В. Ромашенко// Молодь і ринок №4 (75), 2011 – 105-108 с.
2. Данюк В. М. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. – К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. – 666 с.
3. Строщук Ю. В. Сутність та значення позитивного іміджу для підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/18766/1/52-243-248.pdf>
4. Пачева Н. О. Вплив трансакційних витрат на ефективність менеджменту персоналу / Н.О. Пачева // Економічний простір: збірник наукових праць. – Дніпро: ПДАБА, 2018. – № 131. – С. 152-161.
5. Одінцева С. В. Артеменко Л.П. Формування іміджу підприємства: світовий та вітчизняний досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/130972/126705>

Соколинська К. І., студентка

*Науковий керівник: Богашко О. Л., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Всі ми знаємо що організації не можуть існувати без управління. Виникає питання, що таке організація і як нею потрібно управляти? Вважається, що перші організації з'явилися у зв'язку з обмеженістю ресурсів та появою потреб людей в об'єднанні зусиль для досягнення особистих та колективних цілей.

Американський науковець Ч. Барнард дає таке визначення організації: «Організація – це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення спільної мети або цілей» [2].

Організація має декілька визначень, таких як:

1. Організація – це спільна, свідомо діяльність людей, спрямована на вирішення певних проблем і завдань (прихильники даної концепції вважають першорядним саме спільну діяльність людей).
2. Організація – це сукупність внутрішніх зв'язків, що характеризуються згуртованістю, координованістю і впорядкованістю (у даній концепції розкривається перевага організації перед порізаними спробами домогтися

свої мети. Основне завдання такої організації полягає у правильному виробленні управлінських рішень і способів їх реалізації).

3. Організація – це структурована група людей, що функціонує для досягнення певних цілей, сприяє правильному виробленні управлінських рішень і способів їх реалізації (формальність відносин всередині організації – це основа її функціонування. Кожен член організації знає, кому підпорядковується він, а хто підпорядковується йому).

Основними вимогами щодо ефективного функціонування організації є:

- наявність спільної мети;
- наявність формальних та неформальних організаційних комунікацій;
- формальна структура владних відносин, ієрархія;
- наявність хоча б двох людей, які рахують себе членами групи.

Люди та умови їхньої діяльності разом утворюють організаційну структуру, а дія людей, яка направлена на створення такої структури, спрямована на забезпечення необхідних передумов її функціонування та оновлення, називається організаційним процесом.

Організації поділяються на формальні та неформальні:

- формальні – діяльність людей, яка свідомо планується, мотивується для того щоб досягти певних цілей.

- неформальні – ті групи, які виникають і функціонують спонтанно.

Як об'єкт управління організації мають наступні характеристики: методи та способи використання ресурсів – грошових, трудових, матеріальних і т. д.; ступінь залежності від впливів зовнішнього середовища; принцип організації праці всередині установи; існування всередині організації відділів, цехів; має постійно здійснюватися процес управління як організацією в цілому, так і кожним співробітником окремо.

Вирізняють етапи організації, як безперервного процесу:

1. Ініціація – полягає у створенні конкретної мети та управлінського й виробничого апарату організації. Також визначаються способи досягнення поставленої мети.

2. Ординація – полягає у визначенні потреб організації в цілому, визначенні необхідного складу і чисельності співробітників, а також забезпечення мотивації персоналу.

3. Адміністрація – це безпосереднє оперативно-тактичне керівництво діяльністю організації: розробка розпоряджень, їх обґрунтування і забезпечення їх реалізації.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Адміністративний менеджмент: теоретико-методологічні засади О. Л. Богашко // Підвищення конкурентоспроможності виробництва в

умовах організаційно-економічних трансформацій: колективна наукова монографія / За наук. ред. Лисенко Н. О. – Умань: ВПЦ «Візаві». – 2010. – С. 53–54.

2. Бернард Ч. Функции руководителя. Власть, стимулы и ценности в организации. – М.: Издательство «Социум». – 2010. – 210 с.

3. Організація як об'єкт управління. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studcon.org/organizaciya-yak-obyekt-upravlinnya>.

Федчук В. В., студентка

Науковий керівник: Побережець Н. Б., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЗАРУБІЖНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Оскільки людина в організації була та залишається основною виробничою та творчою силою – управління персоналом є найважливішою функцією менеджменту. Використання на підприємстві якісної та ефективної системи управління персоналом є запорукою його вдалого функціонування на ринку, прибутковості та конкурентоздатності. Економічний розвиток зарубіжних країн свідчить про використання ними ефективних систем управління персоналом. Вивчення та застосування цього досвіду на вітчизняних підприємствах, на нашу думку, може бути корисним для підвищення ефективності їх діяльності.

Протягом останніх років, питання систематизація досвіду розвинених країн світу стосовно створення ефективної системи управління персоналом стає все більш актуальним.

Для успішного функціонування підприємства та його конкурентоздатності у ринкових умовах потрібно бути не тільки високо технологічно оснащеним, мати сучасні технології, систему якості та маркетингових досліджень, а і мати кваліфікований персонал та якісну систему управління цим персоналом.

Основною метою сучасних систем управління персоналом є економічне та соціальне стимулювання співробітників, яке має за мету підвищити продуктивність праці та ефективність виробництва, що в свою чергу призведе до підвищення прибутку підприємства, тобто поєднання інтересів працівника та підприємства.

Стратегія управління персоналом підприємств повинна бути спрямована на підвищення рівнів освіти, кваліфікації та культури працівників, надання співробітникам умов для розширення професійних знань, безперервного

вдосконалення своєї майстерності, підвищення самовираження і розвитку організаційної культури. Все це означає актуальну потребу більш ґрунтовного вивчення та впровадження новітніх методів управління персоналом в сучасних організаціях [1; 6].

Наразі, у світі широко використовуються дві розповсюджені системи управління персоналом: американська та японська, або їх поєднання.

Японська система управління персоналом базується на трьох основних принципах:

1. Пожиттєвий найм – найм працівника після закінчення навчального закладу та його праця на підприємстві до виходу на пенсію. Більше половини японських компаній працюють за таким принципом, але слід зауважити, що на пожиттєвий найм можуть розраховувати лише випускники вузів, які ще не працювали в інших компаніях. Організація впродовж всього життя піклується про свого співробітника, а той в свою чергу ототожнює себе з компанією, проявляє свою відданість та вважає себе обличчям компанії.

2. Безперервне навчання персоналу – японські компанії витрачають великі кошти на постійне навчання та розвиток свого персоналу, але ці витрати себе виправдовують.

3. Колективне прийняття рішень – всі рішення в компанії мають прийматися одногolosно, кожен працівник несе свою частку відповідальності. Також кожен співробітник може вносити пропозиції щодо покращень.

Головна теза системи управління персоналом в Японії – «ми одна родина». Керівник є частиною команди, а не стоїть на її чолі. В основі управління зосереджені нормальні людські відносини та «емоційна близькість» [2].

Американська модель управління персоналом ґрунтується на принципі індивідуалізації. Персонал для американських компаній – це основне джерело ефективного функціонування підприємства. Підбір співробітників відбувається за основними критеріями: рівень та якість освіти, психологічна стійкість та вміння працювати в колективі, наявність досвіду роботи та орієнтація на вузьких спеціалістів [2].

Багато уваги приділяється соціальній адаптації працівника. Кожне підприємство має свій набір соціально-психологічних впливів на нового працівника для його успішної адаптації на новому місці. У більшості фірм використовується «вертикальна модель» розвитку кар'єри, тобто економіст все своє життя ростиме тільки як економіст.

Управлінські рішення приймаються конкретними особами, які несуть за них особисту відповідальність. На вищій рівні управління в американських компаніях можуть претендувати тільки особи з вченим ступенем доктора або

магістра, ті хто має вищу освіту можуть займати посади середнього рівня управління [3].

Європейську систему управління персоналом можна розглядати як двосторонні відносини між продавцем та покупцем, тобто працівник та роботодавець самі визначають, що хочуть дати та що хочуть отримати один від одного. Менеджери, в першу чергу, визначають кваліфікацію та свідомість людини, а потім вже вирішують наскільки працівник потребує прямих вказівок для виконання своєї роботи. Кожен працівник отримує стільки вказівок, скільки йому потрібно – це система індивідуального менеджменту. Завдяки цьому працівник має можливість зростати до рівня, на якому він зможе виконувати поставлені перед ним завдання на користь компанії незалежно від менеджера [4].

У європейських країнах активно розвиваються такі методи управління персоналом, як коучинг (навчання в процесі роботи менш досвідченого працівника більш досвідченим) та менторинг (наставництво). Завдяки цим методам у менеджерів формуються лідерські якості. Особливістю європейських підприємств є те, що при відборі на займання вищої посади перевага віддається своїм працівникам, а не залученим зі сторони.

Система управління персоналом в Китаї базується на адміністративній моделі управління. Працівник, в першу чергу, сприймається як «інструмент». Основною функцією менеджера з персоналу є контроль за персоналом. На багатьох китайських підприємствах розвинена протекціоністська політика: просування по кар'єрних сходах відбувається завдяки особистим відносинам з керівником [5].

Варто відмітити, що при наявності у топ-менеджерів необмежених повноважень, вони відносяться до підлеглих з повагою та вдячністю за роботу. Але в той же час управління в китайських компаніях можна назвати авторитарним та жорстким з постійним контролем за підлеглими. Профспілки, на відміну від профспілок в багатьох країнах світу, підтримують керівництво компанії, а не працівників, внаслідок чого конфлікти та страйки майже відсутні.

Таким чином, розглянувши різні системи управління персоналом, можна сказати, що всі вони мають свої переваги та недоліки. Для українських підприємств можна запропонувати використання комбінування американської та японської моделей управління персоналом. Оскільки українцям притаманні дух американського індивідуалізму та японське прагнення до самовдосконалення і працездатність.

Отже, мистецтво управління персоналом, стає вирішальною умовою забезпечення стабільності та конкурентоздатності підприємства. Перед підприємствами постають нові завдання стосовно збереження

висококваліфікованих працівників, мотивування та стимулювання, розробка якісної оцінки персоналу, підвищення ступеня участі працівників у прийнятті управлінських рішень. Як показав досвід зарубіжних підприємств, для досягнення ефективного функціонування та конкурентоздатності підприємства на ринку потрібно розглядати співробітників підприємства як найвищу цінність.

Список використаних джерел:

1. Побережець Н. Б. Основні напрями та методи управління кадрами на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. Б. Побережець // Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матер. IV Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. молодих учених та студентів (30.11.–1.12.2017 р., м. Умань). – Режим доступу: http://dspace.udpu.edu.ua:8181/jspui/bitstream/6789/8735/1/osnovni_pdf.

2. Олійник С. У. Теорія та практика менеджменту персоналу : підручник [Електронний ресурс] / С. У. Олійник ; Нар. укр. акад. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 376 с. – Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1517_53839646.pdf.

3. Мороз М. М. Зарубіжний досвід управління персоналом / Мороз М. М. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. - Вип. 20.10 – С. 189–194.

4. Оксентюк А. Зарубіжний та вітчизняний досвід управління персоналом / А. Оксентюк, Р. Оксентюк, Б. Оксентюк // Галицький економічний вісник. – 2012. - № 1 (34). – С. 66-72.

5. Виногородский Б. Б. Менеджмент в китайской традиции [Електронний ресурс] / Б. Б. Виногородский, В. С. Сизов // Вопросы новой экономики. - 2010. - № 1. - С. 103-110. – Режим доступу: <http://www.vsei.ru/downloads/vne/n02-10.pdf>.

6. Чирва О. Г. Стратегічне партнерство влади, освіти та бізнесу в Україні / О. Г. Чирва // Сталий розвиток 2030 : економічна, соціальна, екологічна та політична складові» : матеріали доповідей міжнародної міждисциплінарної конференції (Грузія, Тбілісі, 2017). – Тбілісі – Львів, 2017. – С. 124-126.

СЕКЦІЯ 7

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Делікатна К. В., Болецька В. П., студентки
*Науковий керівник: Кузьмінов М.В., к.е.н., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Надзвичайно важливим чинником функціонування економіки кожної держави є розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема збільшення її експорту на світовий ринок, а також покращення зовнішньоекономічних зв'язків або, принаймні, її участь у світовій торгівлі.

Україна є активним учасником світової економіки. Наша країна має зовнішньоекономічні зв'язки з більш, ніж 180 економіками. Зовнішня торгівля має важливе значення у формуванні тенденцій економічної динаміки України, тому зусилля щодо її покращення посідають вагомe місце у системі заходів щодо подолання кризових явищ та посткризового відновлення України.

Ряд негативних факторів має вирішальний вплив на розвиток української зовнішньої торгівлі. По-перше, необхідність захисту України від російської агресії вплинула на обсяг та структуру видатків державного бюджету, що, у свою чергу, вплинуло на обсяги та структуру зовнішньої торгівлі України, зокрема, на імпорт товарів в Україну. По-друге, гібридна війна з Росією суттєво вплинула на зміни у географічній структурі зовнішньої торгівлі України, зокрема, на обсязі та структурі торгівлі з цією країною [1].

Не менш важливим чинником, який впливає на розвиток зовнішньої торгівлі України, є низька конкурентоспроможність українських товарів та послуг. Продукти українських компаній дуже енергоємні за рахунок використання застарілих технологій. Кінцеві продукти мають високі витрати, так що ціни на певні товари з України на 30-70% перевищують ціни на міжнародних та європейських ринках. Також варто відзначити умови для кредитування українських компаній. Для високих процентних ставок та обмеженого доступу до довгострокового кредиту фінансові ресурси для них значно дорожчі, ніж іноземні компанії.

Недостатність ринкових інститутів у країні має значний негативний вплив. Українським експортерам складно конкурувати на світовому ринку в умовах невизначеності та постійних змін у законодавстві на світових ринках. Влада

нездатна правильно визначити пріоритети зовнішньої торгівлі, але вона має сувору грошово-фіскальну політику, яка не дозволяє компаніям модернізувати свою продукцію.

Незважаючи на всі ці фактори, в зовнішньоекономічній діяльності України відбулися певні позитивні зрушення, в порівнянні з минулим роком. За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України відомо, український експорт зростає вже 19 місяців поспіль. За 7 місяців 2018 року обсяг українського експорту виріс на 12,7% та склав 26,9 млрд. доларів.

Найбільше Україна продала товарів до ЄС - 11,3 млрд. доларів, що складає понад 42% загального обсягу експорту за перші 7 місяців 2018 року.

Крім ЄС, Україна продала більшу частину своєї продукції до Росії протягом перших 7 місяців 2018 року (8% загального обсягу експорту), Туреччини (5,8%), Індії (5,2%), Китаю (4,2%), Єгипту (4,1%) [2].

Протягом січня-липня 2018 року до державного бюджету було перераховано 195,3 млрд. грн. митних платежів, що 15%, або на 25,9 млрд. доларів більше, ніж за 7 місяців минулого року [3].

З наведеного вище аналізу можна побачити, що зовнішня торгівля України явно пододала потрясіння, спричинені російською гібридною агресією, а також пов'язані фундаментальні зміни в сировинній географічній структурі експортно-імпортних операцій. Але багато проблем, пов'язаних з пристосуванням зовнішньої торгівлі України до нових змін у архітектурі міжнародних економічних відносин, все ще треба вирішити.

Тому можна зробити висновок, що активна зовнішня торгівля може стати ефективним інструментом реструктуризації економіки та підвищення ефективності і конкурентоспроможності національного виробника.

В даний час перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України визначаються ступенем успішності її адаптації до умов функціонування міжнародних економічних відносин, які поступово змінюються. З цієї причини слід враховувати розвиток зовнішньоторговельних зв'язків України з її нинішніми закордонними партнерами [4].

Список використаних джерел:

1. Storinka.click – Торгівля в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://storinka.click/230-torgvlya-v-ukrayin.html>.

2. Hromadske.ua – Обсяги українського експорту зростають 19 місяців поспіль – Мінекономіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/obsiah-y-ukrainskoho-eksportu-zrostaiut-19-misiatsiv-prospil-minekonomiky>.

3. Вісник (офіційний веб-сайт) - Визначено основні бюджетоформуючі товари 2018 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100008824-viznacheno-osnovni-byudzhetoformuyuchi-tovari-2018-roku>.

4. Nbuviar.gov.ua – Сучасний стан української зовнішньої торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3581:suchasnij-stan-ukrajinskoji-zovnishnoji-torgivli&catid=64&Itemid=376.

Замороцький О. В., студент
*Науковий керівник: Кузьмінов М. В., к. е. н., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

На сьогодні день світовий ринок електронної торгівлі є одним з динамічних і стабільних ринків. За даними досліджень, у 2017 р. обсяг світової роздрібною Інтернет-торгівлі сягнув 10,1% від роздрібною торгівлі загалом, до 2021 р. ця частка може збільшитись до 16,1%.

Електронна торгівля в Україні, є хіба не найпопулярнішим ринком торгівлі України взагалі. Це єдина галузь, темпи зростання якої в останні 2 роки є найвищими у Європі, що породжує оптимістичні прогнози для учасників електронної торгівлі.

Зростання її популярності в Україні пов'язане з тим, що для більшої кількості наших громадян Інтернет перетворюється на природне середовище існування, в межах якого задовольняється більшість потреб. Відповідно до досліджень розповсюдження Інтернет послуг у Європі становить 75,3 %, а в країнах ЄС 90–98 %. В Україні цей рівень становить 58 % і за роки зріс до 64,8% [1].

Відповідно до досліджень спеціалістів, на українському ринку електронної торгівлі зростає: за 2017 рік товарообіг фізичних товарів і послуг зріс на 30% і зараз становить приблизно 50 млрд грн, а станом на 2018 - 65 млрд грн.

З розповсюдженням Інтернету на сьогодні доступ до онлайн мережі мають 22 млн українців, з них онлайн купують 31 % українців (6,9 млн осіб). Наприклад, у США частка покупок в Інтернеті становить 70 % серед його користувачів.

Найбільшу частину ринку електронної торгівлі в Україні займають компанії, які використовують 4 бізнес-моделі:

- електронний магазин (супермаркет);

- електронна дошка оголошень;
- електронний маркетплейс;
- прайс-агрегатор.

Проте часто компанії застосовують гібридні моделі типу «дошка оголошень + прайс-агрегатор» (Ria.com), «супермаркет + маркетплейс» (Rozetka.com, Lamoda.ua).

Серед найвідоміших електронних торговців України є маркетплейси Rozetka та Lamoda, дошки оголошень OLX, Ria, спеціалізовані Інтернет-супермаркети електроніки Eldorado, Foxtrot, які працюють за моделлю «clicks and bricks» (тобто замовлення можна зробити на сайті компанії, а потім забрати його безпосередньо у фірмових магазинах компанії), чисті маркетплейси Prom.ua, та Інтернет-магазин косметики й парфумерії makeup.com.ua.

Переваги маркетплейсів над електронними магазинами, здебільшого в тому що в них вища якість обслуговування та зручністю і різноманітністю форм оплати. Наприклад, більшість Інтернет-магазинів, пропонують оплату товару або готівкою при отриманні, чи за передплатою за безготівковим рахунком чи карткою ПриватБанку. Усі найбільші маркетплейси України надають змогу оплати кредитною карткою Visa або Mastercard, що є найбільш зручним для покупців. На сьогодні існує ідея введення оплати товару покупцями за допомогою крипто валюти (Bitcoin, Ethereum та ін.)

Найбільш відвідуваними сайтами, за даними досліджень є:

1. Rozetka (50,5% Інтернет-аудиторії України).
2. OLX (37,5 %).
3. Alibaba (Aliexpress) (34,4%).
4. makeup.com.ua (21,3 % - завдяки зростанню популярності онлайн замовлень у категорії «парфумерія і косметика»).
5. Prom.UA (16,9%).

Найпопулярнішими товарами цих сайтах є:

- одяг і взуття;
- техніка та електроніка;
- товари для дому і саду;
- косметика й парфумерія;
- подарунки, товари для хобі, книжки [2].

Загальне охоплення споживачів України Інтернетом створює підстави для впровадження нових напрямів розвитку електронної торгівлі, що допоможе її підняти на новий рівень розвитку.

Сьогодні всіх хвилює питання безпеки онлайн покупок. Кожен хто купує в Інтернеті, хоче зробити цей процес безпечним і легким. Також це стосується й самих продавців, що надсилають товар до невідомого клієнта. Щоб посилити

довіру між покупцями та продавцями використовуються рейтинги, що створюються на основі відгуків та можливості повернення товарів. Також зараз активно впроваджується нова система оплати, коли користувачі можуть оплатити товар безпосередньо на сайті в під час замовлення, але продавець зможе отримати гроші тільки тоді, як покупець перевірить товар і підтвердить, що з посилкою все добре.

Важливим також є професійні продавці з хорошим рейтингом і якістю обслуговування, що допоможе залучити до себе більше клієнтів. Щоб отримати нових вірних клієнтів, продавці запускають нові сервіси для зручних доставок онлайн-замовлень як всередині країни, так і за кордоном.

Суттєвий вплив на розвиток українських Інтернет-продавців може здійснити конкуренція з закордонними онлайн-продавцями [3].

За даними досліджень серед українських споживачів, основним стимулом для покупки в закордонних Інтернет-магазинах є:

- нижча ціна (особливо в сегменті електроніки та побутової техніки, та у сегменті одягу, взуття, дитячих та спортивних товарів);
- вища якість та більший вибір;
- можливість контролювати процес доставки.

Для розвитку української електронної торгівлі також потрібно вибрати правильну бізнес-модель поведінки продавців та покупців. При її виборі продавцям слід враховувати власні інвестиційні можливості та тренди ринку, і обов'язково результати досліджень, що допоможуть побачити ефективність застосування тієї чи іншої моделі, за різних умов внутрішнього та зовнішнього середовища та критерії та методики їх вибору.

При впровадженні нової бізнес-моделі слід звернути увагу на те, що зростає трафік замовлень та платежів зі своїх смартфонів. За даними, близько 70% українських покупців шукають інформацію про продукт перед покупкою в Інтернеті, причому 39 % робить це з смартфонів. Це означає, що споживачі розраховують на те, що сайт, буде адаптований для зручних покупок онлайн на смартфоні.

Загалом можна стверджувати, що, незалежно від обраної бізнес-моделі, успіх на ринку Інтернет залежатиме від впровадження інновацій у всі сфери діяльності, у першу чергу у напрямі персоналізації і реалізації операцій, що відбуваються з моменту оформлення замовлення на сайті Інтернет-магазину до передачі цього замовлення покупцеві.

Лише інновації, дослідження перспективних варіантів яких має стати предметом подальших досліджень, дадуть вітчизняним компаніям можливість у майбутньому успішно конкурувати з закордонними Інтернет-гігантами.

Список використаних джерел:

1. В Україні на початок 2017 року нараховано 21,6 млн користувачів інтернету [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/>.
2. Горбенко А. E-trade in Ukraine: серфінг трендов [Електронний ресурс] / А. Горбенко – Режим доступу до ресурсу: <http://logist.fm/publications/e-trade-ukraine-serfing-trendov>.
3. Ткачук Я. Електронна комерція-2018: що купуватимуть онлайн наступного року [Електронний ресурс] / Я. Ткачук – Режим доступу до ресурсу: https://24tv.ua/elektronna_komertsiya_v_ukrayini_2018_shho_kupuvatimut_online_v_ukrayini_n903265.

Кириченко К. О., студент

Науковий керівник: Бовкун О. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стрімкий розвиток інтеграційних процесів, зростання взаємозалежності економік різних країн, інтенсивний перехід до економіки інноваційного типу, враховуючи вплив внутрішніх і зовнішніх чинників та відповідних тенденцій при формуванні конкурентоспроможного національного потенціалу є особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності взагалі та в Україні зокрема.

Україна у глобальному рейтингу країн світу за показником економічної конкурентоспроможності у 2017 р. посіла 85-е місце серед 138 країн світу (у попередньому рейтингу була 79 позиція). Серед причин такої ситуації визначено: політичну нестабільність, корупцію, неефективну державну політику, часту зміну урядів, інфляцію, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, недостатню здатність до інновацій, погану етику робочої сили, низьку якість охорони здоров'я та ін. [2].

За оцінкою економістів і вчених, розвиток підприємницької діяльності є однією з головних передумов формування та реалізації експортного потенціалу держави, її матеріального збагачення та зростання рівня життя населення. Розвиток підприємницької діяльності в Україні гальмується політичною

ситуацією в державі та постійною девальвацією національної валюти. На підставі ґрунтовного дослідження наукової літератури., статистичних даних щодо кількості підприємств упродовж 2010-2014 рр. та структурним аналізом динаміку діяльності підприємств України доктор економічних наук професор Н. Георгіаді відзначає наступне: упродовж 2010-2014 рр. спостерігається зменшення кількості суб'єктів господарювання. Які функціонують в Україні; відбувається поглиблення монополізації ринків через посилення впливу на них великого бізнесу; зменшення кількості підприємств може бути зумовлено «тінізацією» бізнесу [1] Враховуючи інформацію наступних років – 2016–2018 рр., можемо стверджувати, що ця тенденція не змінилася і до сьогодні.

Для забезпечення ефективного розвитку підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності важливим є вирішення наступних проблем: удосконалення законодавчої та нормативної бази, що регламентує діяльність підприємств; стримання інфляції; припинення девальвації національної валюти; подолання корупції; зміцнення фінансово-кредитного забезпечення підприємництва; спрощення правил та процедур щодо їх створення та ін..

Чільне місце у сучасній ринковій економіці посідає біржовий товарний ринок. Нині товарні біржі обслуговують потреби товарних ринків, забезпечуючи прозоре ціноутворення і віддзеркалюючи усі процеси, що відбуваються у суспільстві. На сьогодні рівень функціонування біржового ринку є тим лакмусом. За яким визначається стан розвитку економічної системи тієї чи іншої держави.

Існуючі біржові механізми не тільки сприяють передбаченому і прозорому ціноутворенню, демонополізації, деолігархізації ринків, але й забезпечують ефективне управління, організацію виробництва, реалізацію, зберігання промислової сировини і сільськогосподарської продукції, забезпечуючи достатній і максимально прогнозований рівень прибутковості для усіх учасників і стабільний розвиток економіки на мікро- та макрорівнях у цілому.

М. Солодкий виокремив такі основні функції біржового ринку в країнах з ринковою економікою: конкретизація попиту і пропозиції у часі і просторі, що забезпечує прозоре і об'єктивне ціноутворення; прогнозування цінової кон'юктури; управління економічними та фінансовими ризиками; запобігання монополізації товарних ринків; розробка та виконання оптимальних стратегій, виробництва, зберігання та реалізації товарів; забезпечення ефективного бізнес-планування; підвищення стабільності податкових надходжень до бюджету різних рівнів; стабілізація економіки на мікро- та макрорівнях. При цьому вчений підкреслює, що всі стратегії розвитку біржового товарного ринку побудовані на провідній ролі держави у цьому процесі. Втім, в Україні втручання держави у цей процес зведено до мінімуму. Про негативні наслідки

відсутності біржового ринку свідчать факти монопольного ціноутворення на аграрному ринку.

Відновлення економіки та її поступове зростання має ґрунтуватись на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на європейському та глобальному ринках [3].

Серед пріоритетних напрямів покращення ситуації, що склалася в державі на біржовому ринку, у підприємницькій діяльності та торгової, О. Хаєцька виокремлює наступне: стимулювання інноваційної активності підприємницького сектору, формування сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату, впровадження європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Усе вище перераховане, на думку вченої, має бути частиною цілеспрямованої системної і послідовної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Георгіаді Н. Г. Сучасний стан підприємницької активності і України. Ефективна економіка. № 3, 2016.

2. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016-2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analityka/pozyciya-ukrainy-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-I>

3. Причепя І. В. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов // Розвиток підприємництва в Україні : теорія. Методологія та практика: колективна монографія / Під ред. проф. Непочатенко. Умань. 2017. 244 с.

4. Солодкий М. Проблеми та напрями розвитку біржового товарного ринку в Україні. Ефективна економіка. № 10. 2017.

5. Хаєцька О. П. Особливості розвитку підприємництва в Україні в умовах глобалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://conf.ztu.edu.ua/uploads.2017/12>.

Малий Д. В., студент

Науковий керівник: Бовкун О. А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасний розвиток економіки України відбувається в умовах нестабільності грошової одиниці, великої кількості кредитів, військових дій на

території країни тощо. Для матеріального збагачення держави та підвищення рівня життя її населення, уряд повинен сприяти розвитку підприємництва, зокрема малого і середнього, та реалізації експортного потенціалу. У зв'язку з цим, постає необхідність більш детального дослідження тенденцій розвитку підприємництва та торгівлі, а також взаємозв'язку між ними.

На сьогодні підприємництво знаходиться у скрутному становищі, хоча є одним з основних факторів впливу на стан економіки. Особливо негативним явищем є велика кількість зареєстрованих малих підприємств, більшість з яких не діє. Цей процес відбувається через відсутність інвестицій для малого бізнесу, що робить не вигідним довгострокові виробничі вклади.

Якщо говорити про взаємозв'язок між підприємництвом та торгівлею, то за даними Держкомстату України, у сфері торгівлі задіяно найбільше підприємств, порівняно з іншими галузями економіки.

З цього виходить, що у сфері торгівлі найвищий рівень конкуренції. Ключовим чинником забезпечення конкуренції на вітчизняному ринку має бути конкуренція імпорту. Проведений аналіз регіональних товарних ринків засвідчив, що в сучасних умовах для України є проблема захисту саме вітчизняного виробника. Імпорт практично витісняє виробники національних підприємств, тому сьогодні гостро постає питання нерівності умов конкуренції між вітчизняними та іноземними виробниками. Передчасний вступ регіональних фірм у таку конкуренцію може призвести до концентрації ринкового впливу іноземних інвесторів або торгівельно-посередницьких фірм. Разом з тим ефективність і конкурентоспроможність національних виробів ізольовано від впливу дисципліни міжнародної конкуренції, тому даний фактор буде падати та сприятиме зміні у розподілі ресурсів на користь секторів економіки, де відсутня конкуренція [1].

Перехід України до ринкової економіки неможливий без вищезазначеного показника. Найпершим шляхом до підвищення рівня конкурентоспроможності є введення на ринок товарів-новинок, використання інноваційних технологій тощо. Також необхідно забезпечити відокремлення вітчизняних виробників від непрофільних виробництв, не руйнуючи цілісних виробничих комплексів, особливо тих, які визначають експортний потенціал країни. [1]

Якщо говорити за статистичні дані, то можна прослідкувати тенденцію до збільшення показника роздрібного товарообороту. Так, за даними Державного комітету статистики України, у 2017 році роздрібний товарооборот склав 586330,1 млн. грн., що на 30355 млн. грн. більше, ніж у 2016 році.

Розвиток роздрібних торговельних мереж, підвищує значимість застосування цінової стратегії та розширення додаткових послуг. Роздрібні мережі у продовольчій і непродовольчій торгівлі прагнуть наблизити рівень

обслуговування до західноєвропейських стандартів, розширюють торговельний асортимент, забезпечуючи максимальний комфорт для покупця, який зможе придбати все необхідне в одному місці. [2, с. 85]

Таким чином, незважаючи на низький рівень економіки України, сфера торгівлі і надалі розвивається, відповідно збільшується кількість конкурентоспроможних підприємств, задіяних в даному секторі економіки. Навіть негативні тенденції в українській і світовій економіках можуть вплинути лише на плани розширення діяльності, а не на зростання сфери.

Список використаних джерел:

1. Коротенко Н. Проблеми розвитку підприємництва в Україні / Н. Коротенко // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 4 (34). – С. 96–103.

2. Тягунова Н. М. Сучасний стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі України / Н. М. Тягунова / Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 3 (54). – 2012. – с. 85.

Стравінська К. С., студентка

*Науковий керівник: Кузьмінов М. В., к. е. н., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Ще з початку становлення України як незалежної держави, розпочався досить складний і тривалий процес ринкової трансформації. Кількість малих підприємств становить більшість у нашій державі, і очевидно, що успіх ринкових перетворень залежить від того, наскільки вдало реалізується їх потенціал, тому розвиток малого бізнесу на сучасному етапі є досить актуальною темою як для суспільства, так і для держави загалом.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» мале підприємництво – це юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн гривень [1].

За даними Державної служби статистики, станом на 2017 рік кількість малих підприємств становила 322 921 одиниць. З них найбільша кількість підприємств зайнята у сфері оптової та роздрібної торгівлі – 87 161 одиниць; у сфері лісового та рибного господарства – 47 783 одиниць; у сфері

промисловості – 37 416 одиниць; у сфері операцій з нерухомим майном – 32 844 одиниць; у сфері професійної, наукової та технічної діяльності – 26 905 одиниць [2]. Судячи з цих статистичних даних найбільша кількість малих підприємств зайнята саме у сфері оптової та роздрібною торгівлі. Згідно з даними Державної служби статистики, оборот роздрібною торгівлі в Україні у 2017 році становив 586 330,1 млн. грн.. Питома вага у роздрібному товарообороті становила: продовольчих товарів - 39,8%, непродовольчих – 60,2% [3].

Для нашої країни розвиток малого підприємництва є дуже важливим процесом, тому що малий бізнес це основа дрібнотоварного виробництва, що забезпечує і насичує ринок товарами та послугами, що в свою чергу дає можливість обирати краще для себе. Малий бізнес створює додаткові робочі місця, запроваджує інновації, дає можливість підприємцю розкрити і реалізувати власний потенціал, має можливість швидше пристосовуватись до змін в економіці і взагалі є невід'ємною частиною будь якого суспільства. Проте нажаль, існує ряд факторів, які стримують та заважають розвитку малого підприємництва, до найважливіших можна віднести:

- загальна криза економіки, тобто негативна динаміка основних макроекономічних показників країни;
- надмірний податковий тиск та часті перевірки, які часто призводять до закриття бізнесу;
- відсутність налагодженого механізму який би регулював малий бізнес;
- досить недосконале нормативно-правове забезпечення діяльності малих підприємств;
- не сформована державна політика, яка була б направлена на підтримку розвитку малого бізнесу, існує слабкий механізм фінансування та кредитування, низький рівень інформаційного та консультаційного забезпечення;
- існування тіньового сектору економіки та недосконала конкуренція;
- наявність адміністративних бар'єрів, які виникають при реєстрації та ліцензуванні, тобто велика кількість законів, нормативних актів та різних інструкції заплутують підприємця, він повинен слідкувати за всіма змінами, витратити велику кількість часу, щоб втілити свою діяльність у реальність;
- недостатня інвестиційна допомога у розвитку діяльності, відсутність стимулів для інвестицій та високий рівень корупції.

Малі фірми порівняно з великими, мають неоднаковий доступ до ресурсів. Коли справа доходить до позичок то банки і інші джерела позики, сприймають малий бізнес як більш ризиковий і ненадійний, ніж великий. Малі підприємства у більшості випадків не можуть користуватись оптовою знижкою при купівлі

товарів, тому що постачальники схильються більше до великих, і на їх думку надійніших партнерів.

На даний період, великою проблемою розвитку малого підприємництва є монополізація бізнесу. Фактично на першому етапі свого розвитку малий бізнес може просто бути поглинутим великим. Також одна з основних проблем, це конкуренція, якщо малому бізнесу вдалось вийти на ринок, то в процесі дуже важко зміцнити свою позицію, та й взагалі вижити. Ще однією вагомою перешкодою для розвитку малого бізнесу є діюча система адміністрування касових апаратів, це створює корупційні можливості для фіскалів, і перекладає на підприємців відповідальність пов'язану з можливими збоями в системі при передачі звітності та відповідальність пов'язану з обслуговуванням.

Тому основними рішеннями для розв'язання перелічених проблем повинні стати такі умови:

- повинна бути сформована відповідна законодавча база розвитку малого підприємництва, для захисту приватної власності і забезпечення свободи, усунути правові положення які стримують розвиток приватної ініціативи;

- потрібно вдосконалити фінансово-інвестиційну підтримку, можливо свого часу очікують надійні бізнес-плани, але без належного фінансування підприємець не може реалізувати задумане;

- необхідно забезпечувати підприємства матеріально-технічними умовами та розвивати інноваційну діяльність;

- необхідним є створення сприятливого податкового і й цінового режимів для суб'єктів малого підприємництва.

Отже, мале підприємництво є невід'ємною складовою соціально-економічної системи нашої країни. Для подальшого і більш ефективного розвитку сфери малого бізнесу необхідна виважена система державно-правових заходів. Важливою функцією малого бізнесу є не лише те, що це один з найбільш важливих факторів економічного розвитку суспільства, а те що малий бізнес відкриває простір для вільного вибору виду діяльності, методів роботи як на свою користь так і на користь всього суспільства.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва»: за станом на 18 вер. 2008 р. / Верховна Рада України – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2012 – 21 с.

2. Основні показники діяльності підприємств за їх розмірами (річні дані) / Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Основні показники роздрібної торгівлі (річні дані) / Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

СЕКЦІЯ 8

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Акулов М. Г., к.е.н., професор
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЕТАПУ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В ТУРИЗМІ

Проект - це обмежений часовими рамками процес, що має визначений початок та кінець, зазвичай обмежений датою, але також може обмежуватися фінансуванням або досягненням результатів, який здійснюється для реалізації унікальних цілей та завдань, зазвичай, щоб призвести до вигідних змін або створення доданої вартості [1].

Комерційне управління проектом - це компроміс між двома базисними формами організації - чистим управлінням проектом і більш стандартним функціональним вирівнюванням [2].

Американський інститут управління проектами (Project Management Institute - PMI), який визначає світові стандарти в сфері управління проектами, виділяє такі базисні напрямки, які повною мірою реалізують себе і в галузі туризму:

- управління змістом проекту, тобто чим є туристичний продукт з усіма своїми складовими елементами;
- управління часом, тобто забезпечення своєчасного виходу туристичного продукту на ринок для його реалізації;
- управління вартістю, тобто дотримання кошторису витрат на розробку туристичного продукту;
- управління якістю, тобто виконання вимог щодо якості туристичного продукту згідно з концепцією загального управління якістю (TQM - Total Quality Management);
- управління персоналом, тобто кадрове забезпечення проекту;
- управління інформацією, інформаційне забезпечення проекту [3].

Проте, актуальною частиною комерційного управління проектом в туризмі постає планування. Суть планування проекту полягає в остаточному уточненні й фіксації мети проекту й способу її досягнення, визначенні й формуванні всього комплексу заходів і робіт, які повинні бути виконані, можливо, у детальному визначенні їх тривалості й послідовності, призначенні й прив'язки необхідних ресурсів, фіксації і параметрів якості, узгодженні дій організацій-учасників проекту [4]. Такий підхід відтворює побудову моделі реалізації проекту, включаючи здійснення керування проектом і створення самого продукту. Основний набір кроків планування наступний:

1. Зафіксувати мету проекту й спосіб її досягнення.
2. Зафіксувати результат/продукт проекту і його характеристики.
3. Розбити проект на окремі керовані елементи - фази, стадії, пакети робіт і окремі роботи.
4. Визначити стандарти діяльності, специфікації для кожного елемента нижнього рівня (предметні показники, показники якості, необхідні ресурси).
5. Оцінити час, необхідний для виконання кожного елемента нижнього рівня (за умови доступності певних ресурсів).
6. Визначити послідовність виконання елементів нижнього рівня й підготувати розклад проекту.
7. Визначити контрольні індикатори й послідовність елементів нижнього рівня з максимальною тривалістю (критичний шлях).
8. Визначити витрати по кожному елементу (одиниці виміру ресурсів, вартість ресурсів) і поєднати витрати в кошторисі витрат по роботах проекту, підсумувати це із загальними накладними витратами проекту, резервами на управління ризиками й мотивацію працівників.
9. Визначити необхідний склад команди, а також посади, обов'язки й відповідальність усіх її членів, провести необхідне навчання для членів команди.
10. Оцінити ризики проекту й підготувати план роботи з ними.
11. Розробити плани керування комунікаціями, якістю й поставками.
12. Звести всі підготовлені матеріали в єдиний план управління проектом.

Типовий склад плану включає основну й додаткові частини. Планування в тому чи іншому вигляді проводиться в плинні всього терміну реалізації проекту. На самому початку життєвого циклу проекту зазвичай розробляється неофіційний попередній план - як уявлення про те, що буде потрібно виконати у випадку реалізації проекту. Рішення про вибір проекту значною мірою ґрунтується на оцінках попереднього плану. Формальне і детальне планування проекту починається після ухвалення рішення про його реалізацію. Визначаються ключові фази (віхи) проекту, формулюються задачі (роботи) і їх

взаємна залежність. Саме на цьому етапі використовуються системи для управління проектами, що надають керівнику проекту набір засобів для розробки формального плану:

- засоби побудови ієрархічної структури робіт;
- сіткові графіки і діаграми Ганта;
- засоби призначення;
- гістограми завантаження ресурсів.

Остаточний план, прийнятий до виконання, називається базовим або базовою лінією. Зазвичай план проекту не залишається незмінним, і в міру здійснення проекту піддається постійному коригуванню з урахуванням поточної ситуації.

Список використаних джерел:

1. Демиденко М. А. Управління проектами інформатизації: навч. посіб. / М. А. Демиденко. - Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2014. - 114 с.
2. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме : современный опыт управления. / В. А. Квартальнов М.: Финансы и статистика, 1999. - 496с. Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov6-5.htm.
3. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (РМВОК Guide). - М.: Институт Управления Проектами, Project Management Institute, 2004.
4. Meredith J.R. Project Management: a Managerial Approach / J.R. Meredith, S.J. Mantel. - 8th Edition. - John Wiley & Sons, Inc., 2012. - 637 p.

Барвінок М.В., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

Інформаційні технології - це ті засоби та методи, що дозволяють реалізувати такі процедури, які відбуваються в інформаційних системах, як реєстрація, збір, зберігання й обробка інформації [1].

Нинішні інформаційні системи мають кілька видів підсистем, що забезпечують їх роботу. До цих підсистем відносяться: технічне, програмне, інформаційне, організаційне, правове та ергономічне.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до інтенсивного поширення їх на всі сфери людської діяльності. Одна із сфер, яка найбільш тісно взаємопов'язана з інформаційними технологіями, є сфера надання послуг.

XXI століття вказує на зміну шляху подорожей. Технологічні інновації змінили туристичний ландшафт і обіцяють розвиватися далі. Впродовж наступних десяти років туристичний сектор буде розвиватися у сферах: комунікації, розширеної реальності, робототехніки та штучного інтелекту. Цікаво, що ця революція передбачає переоцінку людського фактора, який є ключовим у туризмі майбутнього. Поява технології сприяє зміні індустрії подорожей та туризму щодо того, як компанії взаємодіють з клієнтами.

Сучасна індустрія сервісу і туризму за останні роки зазнала вкрай вагомих змін. Це пов'язано з тим, що відбулося впровадження нових комп'ютерних технологій, тому сьогодні не можна уявити фірму, яка не використовує у своїй діяльності інформаційні технології, адже без них функціонування підприємств на ринку безглуздо.

Специфікою роботи підприємств сервісу і туризму найчастіше є розробка і реалізація продукту в найкоротші терміни, а також автоматизація рішень при появі допоміжних завдань. Досягнення цих цілей можливо за умови використання сучасних комп'ютерних технологій обробки й передачі інформації.

Індустрія сервісу і туризму різноманітна і багатоліка. В цій сфері потрібно забезпечувати автоматизовану роботу окремих підрозділів туристичної фірми, а саме найрізноманітніші інформаційні технології, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж [3].

Галуззю у сфері економіки, що динамічно розвивається, виступає туристичний бізнес, який несе в собі насичену інформативну базу. Іншими словами, всі процеси по збиранню, зберіганню, обробці та передачі інформації є важливими для грамотного функціонування будь-якого туристичного підприємства. З цієї причини якісний розвиток туристичного бізнесу передбачає розширене застосування нових технологій зі створення та просування туристичного продукту на ринок послуг. Тому застосовується велике різноманіття інформаційних технологій у сфері туризму: глобальні системи бронювання, інформаційні системи менеджменту, інтегровані комунікаційні мережі, мультимедійні системи, цифрові телефонні мережі, супутникові комунікації, е-комерція, хмарні технології, IP-телефонія, просування в соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter та ін.), Internet-реклама, чат-боти для спілкування з клієнтами, smart-cards і т.п.

Вплив інформаційних технологій відчутно на різних стадіях створення туристичного продукту. Більшою мірою, воно стосується такої сфери, як формування нових маркетингових каналів, просування і збуту продукту туристичної діяльності. Більшість туристичних підприємств створюють власні веб-сайти, використовують банерну чи контекстну рекламу, вдаються до прямої СПАМ-розсилки по E-mail. Комп'ютерні системи резервування/бронювання дозволяють прискорити процес резервування/бронювання авіаквитків і здійснити його в режимі реального часу. Результатом цієї діяльності є підвищення якості послуг, внаслідок скорочення часу на обслуговування клієнтів, зростання різноманітності пропонованих послуг, поява забезпечення оптимізації, реалізації стратегії гнучкого ціноутворення, впровадження нових управлінських методів і т.п. [5]. Застосування мультимедійних технологій дозволяє потенційному клієнту наочно уявити потрібну йому інформацію, надалі це прискорить час вибору продукту й усуне усі сумніви, що, можливо, виникли [6].

Для розв'язання проблеми пов'язаної зі стрімким зростанням інформаційних систем і збільшенням кількості даних підприємства, потрібне використання додаткових ресурсів і потужностей для зберігання цих даних. Тому підприємства все частіше використовуються хмарні технології [4]. Їх використання дозволяє економити матеріальні ресурси на закупівлю і підтримку складних програмних установок, істотно знижує собівартість зберігання й обробки даних і т.п.

Туристичний бізнес у сфері менеджменту також зазнав змін. На сучасному рівні розвитку туристичної індустрії йде жорстка конкуренція, і завдяки їй інформаційні системи тур-агентств особливо важливі, забезпечуючи введення, редагування і зберігання інформації по турах, готелях, споживачах. Саме ці системи прискорюють процес формування документів, сприяють зменшенню вартості послуг туристичного продукту [7].

Активне впровадження і застосування сучасних інформаційних технологій у сферу туристичного бізнесу стає необхідною умовою підвищення конкурентоспроможності будь-якого туристичного підприємства. Тому необхідно йти «в ногу з часом». Ось шість трендів, яких варто дотримуватися в галузі подорожей та туризму у 2018 році: підвищена та віртуальна реальність, штучний інтелект, Internet речей, голосова технологія, Wi-Fi підключення, носимі пристрої [2].

Індустрія туризму не обмежена у використанні всього різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління окремою туристичною фірмою до застосування глобальних комп'ютерних мереж. Нині в туризмі долучено достатню кількість

нововведень, комп'ютерних та інформаційних технологій з різним ступенем активності й ступенем поширення.

Список використаних джерел:

1. Інформаційні технології – Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційні_технології.

2. Tourism and Technology: How Tech is Revolutionizing Travel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-revolutionizing-travel.html>.

3. Tourism And Technology, Bienvenido To The Intelligent Traveler [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldcrunch.com/food-travel/tourism-and-technology-bienvenido-to-the-intelligent-traveler>.

4. Морозова Н.С. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, А.Д. Чудновский., М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.

5. Методы и технологии сопровождения сайтов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28771186>.

6. Влияние информационных технологий на развитие туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018001153>.

7. Косолапов А.Б. Менеджмент в туристической фирме: учебное пособие. / А.Б. Косолапов.– М.: КНОРУС, 2009. – 256 с.

Батиченко С.П., к. г. н., ст. викладач
Національний університет харчових технологій

ГАСТРОНОМІЧНІ ФЕСТИВАЛІ ТА СВЯТА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У ХХ столітті туристи подорожували до інших країн чи місцевостей з метою пізнавали їх через історико-культурні, архітектурні пам'ятки та об'єкти. В наш час залишається незмінним мета подорожей, а саме пізнання, змінюється особливості та способи пізнання – туристи пізнають культуру через гастрономічні особливості місцевого населення, беруть кулінарні уроки майстерності у місцевих кухарів та відвідують гастрономічні свята та фестивалі. Найпопулярнішою туристичною атракцією є гастрономічні фестивалі та свята. В Україні щороку проходить понад 100 гастрономічних фестивалів та свят. Найбільшою популярністю користуються відповідні

туристичні атракції, які відбуваються на Закарпатті. Крім того даний регіон займає лідируючі позиції по кількості гастрономічних свят та фестивалів в Україні. Популярністю серед туристів користуються винні фестивалі Закарпаття, а саме:

1. Фестиваль молодого вина в м. Ужгород «Закарпатське Божоле», яке являється наймолодшим винним фестивалем регіону і щорічно проходить в листопаді. Під час фестивалю туристи дегустують «бурчак» (виноградний продукт у стадії перетворення соку на алкогольний напій, який активно бродить і досяг гармонійного співвідношення спирту, цукру та кислоти), а також отримують інформацію щодо історії виноробства на Закарпатті, традиції споживання вина і зокрема молодого вина;

2. Свято вина «Угочанська лоза», який щорічно проходить в м. Виноградів у травні. Під час свята відбувається дегустація та продаж виноробної продукції, нагородження переможців конкурсу «Краще вино», цікаві майстер-класи та інше;

3. Фестиваль-конкурс вина «Червоне вино» у м. Мукачево. Щороку фестиваль проводять на свято Святого Василя. Під час заходу проходить дегустація вина та винний ярмарок. Традиційно проводиться міжнародна винна конференція за участю почесних гостей із-за кордону, виноробів та сомельє з Угорщини, Австрії, Словаччини, Молдавії, Хорватії;

4. «Біле вино» в м. Берегово традиційно проходить щороку у березні на території центральної площі міста. Під час фестивалю відбувається дегустація кращих зразків вина минулорічного врожаю. А також виставка-продаж обладнання для виноробства, вина, конкурси, фотовиставка, виступи музикантів та танцювальних колективів з піснями та танцями присвяченими вину;

5. Фестиваль збору винограду, який проходить щороку у вересні в селищі Середнє (де функціонує відомий винний завод «Леанка»). Під час фестивалю відбувається дегустація кращих сортів вина, а також досвідчені винороби краю розкажуть про старовинні звичаї приготування вина тощо;

6. Традиційний фестиваль меду та вина «Сонячний напій» в м. Ужгород (травень), який є великим ярмарком, де закарпатські винороби та пасічники представляють свою найкращу продукцію. У медових павільйонах туристи придбають мед та продукти бджільництва. А у старовинних винних льохах «Совиноного гнізда» можна продегустувати понад 50 якісних вин, купажних вин на основі європейських сортів винограду та ексклюзивних авторських купажів;

7. Фестиваль вина «Sakura Wine» в м. Ужгород. Даний захід проходить в рамках сакурового фестивалю в історичних підвалах «Совиноного гнізда» у квітні. Більшість вин представлених на даному заході є рожевими. Під час

фестивалю можна про дегустувати та придбати вина передових та приватних закарпатських виноробів, а також рожеві вина з інших регіонів країни.

Окрім винних на Закарпатті проходять й інші фестивалі, пов'язані з алкогольними напоями, а саме: пивний фестиваль «Вариське пиво» в м. Мукачеві (вересень) та Міжнародний фестиваль чеського пива в с. Колочава (червень).

Також популярністю серед туристів користуються наступні гастрономічні фестивалі та свята на Закарпатті:

1. «Берлибашський бануш», який відбувається щороку в с. Костилівка Рахівського р-н в травні проходить фестиваль традиційних гуцульських страв. На святі відбудеться частування гостей гуцульськими стравами, головна з яких — бануш. А також можна спробувати бринзу і вурду (полонинські сири), «Берлибаські настоянки» та інше;

2. Фестиваль-чемпіонат бограча, який проходить в с. Косино Берегівського р-н у квітні. Стародавню угорську страву готують 5 команд-чемпіонів минулих років. Крім того на фестивалі можна скуштувати традиційний напій свята – фрича (суміш вина та мінеральної води);

3. Гастрономічний фестиваль-ярмарок «Гуцульська бринза» – це свято повернення вівчарів із полонин додому. Проходить свято у м. Рахові на початку осені. На святі можна про дегустувати різні продукти з овечого сиру, зокрема вурду, будз і бринзу;

4. Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка» проходить на околиці с. Стужиця щороку влітку, де виставляють для огляду та проби розмаїття сиро-молочної продукції, виготовленої традиційними для Березнянщини способами;

5. Фестиваль ріплянки, який проводять в с. Колочава щоліта. Відбувається він на території музею під відкритим небом «Старе село». Ріплянка – традиційна закарпатська страва, яка нагадує галушки, але готують її з картоплі і кукурудзяного борошна;

6. Фестиваль «Огінь і м'ясо» відбуватиметься в м. Мукачево в кінці весни. лише втретє. Головна ідея фестивалю – м'ясні та овочеві страви, приготовані на вогні;

7. Фестиваль «Бичківські голубці», який проходить в селищі Великий Бичків у липні. Фестиваль приурочено до Дня селища. В рамках свята місцеві кулінари представлять кілька десятків різних голубців з різними начинками;

8. Фестиваль голубців у с. Четфалва, де живуть переважно угорці. Угорці загортають в листи квашеної капусти копчену свинячу груднинку з паприкою і торгоні — дрібними шматочками тіста;

9. Фестиваль вареників. В останній день Масляної гірськолижний курорт «Буковель» проводить Всеукраїнський фестиваль вареників;

10. Фестиваль тушкованого півня, який проходить у с. Косонь. Протягом дня відбувається основний конкурс, на якому можна познайомитися з унікальними рецептурами приготування цього косонського делікатесу;

11. Фестиваль леквару (сливи), який проходить у серпні на Берегівщині. Його унікальність полягає в тому, він демонструє давні національні традиції, пов'язані з варінням сливового лекварю (повидла по-закарпатськи) та приготуванням страв на його основі;

12. Фестиваль чорниць «Верховинська яфіна», в с. Гукливе (серпень). На святі можна поласувати свіжими ягодами чорниць, а також стравами із них: млинцями, варениками, пирогами, гомбовцями, різноманітними тістечками, варенням, запиваючи все це яфиноювою палинкою;

13. Фестиваль «Конкурс різників свиней – гентешів», який проходить в с. Геча на початку року. Близько 20 команд з України, Сербії та Угорщини демонструють весь процес приготування їжі: від заготівлі свіжого м'яса до готової страви;

14. «Золотий гуляш», який проходить в с. Мужієво щороку в жовтні, і присвячений традиційній угорській страві – гуляшу;

15. Свято меду в м. Мукачеві, яке походить щороку на початку осені. У міському парку Перемоги відбувається виставка-ярмарка меду та продуктів бджільництва;

16. Фестиваль «Медовий спас» щороку наприкінці літа відбувається в м. Ужгород. Тут проходить виставка-ярмарка різних видів меду та інших продуктів бджільництва;

17. Затисянський кулінарний фестиваль мелаю (кукурудзи), який проходить у с. Тисобикень в кінці літа. На фестивалі можна побачити, як готуються страви з кукурудзи за давніми рецептами та технологіями, скуштувати їх, спробувати самому намолоти кукурудзяну муку на жорнах та навчитися плетінню з кукурудзяного листя;

18. Перчене свято «Добронська паприка», яке проходить у с. Мала Добронь на початку осені, і присвячене символу села – паприці;

19. Фестиваль мінеральної води «Сила життя – у джерелах Карпат», який відбуватиметься в с. Поляна щороку влітку. Свою мінеральну продукцію і лікувальні послуги представляють місцеві заводи мінеральних вод, здравниці і санаторії;

20. Фестиваль риболовів та угорської ухи, який проходить в с. Береги весною. Під час фестивалю команди кухарів змагаються у приготуванні халасле

(угорського рибного супу). А також приготуванні різних страв з риби. Крім того на фестивалі проводить змагання між рибачками на Березькому озері.

Отже, завдяки гастрономічним святкам та фестивалям які проходять на Закарпатті туристи зможуть пізнати традиційну кухню регіону, продегустувати вишукані вина та фермерські сири, тим самим пізнати культуру етнічних груп Закарпаття.

Список використаних джерел:

1. Гастрономічні фестивалі українців: інформаційне видання. - Виставковий центр ЛІЕТ - Львів, 2016. – 28 с.

2. Топ 15 найсмачніших фестивалів Закарпаття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uzhgorod.in/ua/novini/2018/aprel/top_15_najsmachnishi.

3. Гастрономічні фестивалі Закарпаття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourinform.org.ua/tag/hastronomichni-festyvali-zakarpattya-uk>.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ

Бойко М. В., студентка

Науковий керівник: Слатвінська Л. А. к.е.н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Інклюзивний туризм – туризм, доступний для всіх, туризм, який включає всіх. Іншими словами – включає у себе і людей нормальних фізичних можливостей, і людей з обмеженими фізичними можливостями. Основна мета такого туризму – забезпечити всім членам суспільства можливість рекреації. Для країн Західної Європи інклюзивний туризм сприймається не як благодійна допомога, а як реалізація права на подорож, яке мають всі, у тому числі і люди з обмеженими фізичними можливостями. Показово, що UNWTO протягом останніх років раз по раз акцентує саме «accessible» видаючи рекомендації і пропонуючи свої рішення проблем адаптації міського середовища до потреб людей з обмеженими фізичними можливостями. Тож варто зупинитись на істинному значенні терміну «інклюзивний туризм» – «Туризм для всіх» (а не лише для інвалідів) [1].

В Україні література, присвячена питанню соціальної інтеграції людей з особливими потребами, переважним чином перебуває в площині педагогіки [2]. Завдяки ініціативі Всесвітньої туристської організації, яка присвятила 2017 рік темі інклюзивного туризму, проводиться немало конференцій (Умань, Херсон, Київ), створено Асоціацію «Інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму». Також завдячуючи розвитку мережі інтернет, інформація про

здобутки людей з обмеженими фізичними можливостями (і на Параолімпіаді, й у звичайному житті) відома багатьом.

Вагомість значення наукових досліджень з питань розвитку інклюзивного туризму пояснюють необхідність вивчення цієї проблеми і з точки зору педагогіки, соціології, філософії, медицини, економіки.

Інклюзивний туризм є новим напрямком, що активно розвивається. Соціальна значимість інклюзивного туризму для людей з обмеженими можливостями здоров'я з кожним роком невинно зростає. Сучасне суспільство прагне створити умови розвитку людини незалежно від початкового стану його здоров'я. Роль інклюзивного туризму полягає в розширенні середовища проживання; оздоровчому впливі природного середовища та психофізичної активності на свіжому повітрі; підвищенні життєвого потенціалу, придбання нового життєвого досвіду, освоєнні нових знань і умінь; зміні соціальної ситуації розвитку: кардинальній зміні обстановки, зміні і розширенню кола спілкування; зміні соціальної ролі людини; підвищенні науково-пізнавальної активності; поліпшенні здоров'я за рахунок активізації фізичної активності, ароматерапії і спілкуванні з тваринами; взаємодії в групі, що складається з рівних за соціальним статусом людей; зміні ступеня негативного впливу захворювання чи дефекту на рівень життєвих можливостей; отримання навичок існування в умовах відриву від цивілізації.

На туристичних ринках багатьох країн світу відбуваються значні зміни: до загального туристичного простору залучені люди з інвалідністю, а розробка спеціальних туристичних програм з урахуванням доступності для цієї категорії туристів створює рівні можливості для реалізації прав кожної людини на відпочинок. Туризм для такої категорії людей у нашій країні є порівняно новим напрямом діяльності, його соціальна значимість зумовлена, зокрема, тим, що кількість осіб із різними видами інвалідності зростає [3].

Сучасні науковці [4,5,6] досліджують еволюційне правове забезпечення розвитку інклюзивного туризму. Основною метою державної соціальної політики щодо розвитку інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму, захисту та підтримки осіб з інвалідністю в Україні має бути забезпечення рівних можливостей та реалізація конституційних прав цієї категорії громадян, створення сприятливих правових, політичних, соціально-економічних, медичних, психологічних, організаційних умов і гарантій для забезпечення людського розвитку та інтеграції у суспільне життя. З іншого боку надзвичайно важливим є особиста активна громадянська позиція людей, що мають інвалідність. Їх безпосередня участь у розбудові відкритого суспільства

сприятиме підвищенню рівня життя як їх особисто так і інших вразливих категорій населення.

Проаналізувавши діяльність у сфері інклюзивного туризму, відмічаємо, що міжнародна спільнота йде на зустріч тим верствам населення, які потребують особливої підтримки. Відповідно до завдань наукового дослідження, визначено основні проблеми: недосконале законодавче регулювання; низький рівень впровадження міжнародних стандартів; низька економічна безпека туризму, туристичних дестинацій, безпека туристів. Враховуючи, що туристична сфера в Україні та світі пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки.

Отже, напрями ефективної організації розвитку інклюзивного туризму, які є складовою системи управління в сфері туризму на всіх ієрархічних рівнях – суттєва активізація впровадження інноваційних стандартів інформаційного суспільства як мотиватора розвитку інклюзивного туризму.

Список використаних джерел:

1. ЮНВТО: Рекомендації ЮНВТО по доступному туризму для всіх – [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.disright.org/be/source>
2. Яріко М. О. Філософія інклюзивного туризму / М. О. Яріко // *Культура України*. – 2017. – Випуск 58. – С. 119-128.
3. Хрущ Ю. М. Туризм для інвалідів : сучасні підходи до визначення поняття / Ю. М. Хрущ, В. М. Іванова, Р. С. Медведський // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. – Херсон, 2017. – № 6. – С. 206-211.
4. Перфільєва М.В. Правове забезпечення розвитку інклюзивного туризму в Україні/М.В. Перфільєва, І.О.Кирпич//*Молодий вчений*. – 2017. – Вип. 4(44). – С. 418-420.
5. Ахметшин А. Спортивно-оздоровительный туризм как новый вид адаптивного спорта / А. Ахметшин // *Адаптивная физическая культура*. – 2003. – № 4. – С. 36–37.
6. Слатвінська Л. А. Розвиток інклюзивного туризму в Україні / Л. А. Слатвінська // *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки: зб. мат. ІV Всеукр. наук. практ. конф., [м. Умань], 30 листопада-1 грудня 2017 р., – м. Умань: Видавець «Сочінський М. М.», 2017. – С. 245-246.*

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сьогодні діловий туризм є одним із найбільш цікавих феноменів. На даний час він займає досить значну частину ринку туристичних послуг, а також є одним із найдохідніших.

Частка бізнес-туризму в світі, за характеристиками спеціалістів ВТО, досягає близько 20%, а 50% прибутку авіакомпаній і 60% прибутку готелів складає обслуговування туристів цієї категорії. На діловий туризм уже припадає \$399 млрд. з \$6,5 трлн. усього світового обороту галузі туризму. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, протягом десяти років оборот ділового туризму збільшиться в п'ятеро - з \$399 млрд. до \$2 трлн., а кількість ділових поїздок потроїться - з 564 млн. заходів до 1,6 млрд. [4]. Тема дослідження ринку ділового туризму в нашій державі є перспективною, оскільки Україна є центром Європи, а також вона розміщена на перехресті важливих транспортних шляхів.

Проблемам розвитку ділового туризму присвятили свої роботи науковці: С. І. Нікітенко, М. П. Мальська, В. К. Федорченко, В. А. Квартальнов, А. Ю. Александрова, С. П. Кузик, М. Гасієв. Глибокі дослідження з проблем розвитку ділового туризму в Україні не відбувалися. Проблеми розвитку туристичної галузі України, державне регулювання туристичної сфери були предметом наукових робіт Безнесюка В. А., Агафонової Л. Г., Агафонової О. Є, Балабанова І. Т, Балабанова А. І., Роїної О. М. та ін.

Згідно з показниками Всесвітньої туристської організації, у 2016 році дохід від ділового туризму у світі складає 23,2 % від загального обсягу [3]. Як відокремлений напрям туристичної галузі діловий туризм виник тільки 20-30 років назад. Сьогодні бізнес на відрядженнях - це напрям туристичної галузі, який швидкими темпами розвивається. UNWTO та WTTC передбачають, що найближчі десять років щороку оборот ділового туризму збільшуватиметься на 3,7 % і збільшиться з \$1,15 млрд у 2016 році до \$1,7 млрд у 2027 році. На даний час частка ділових подорожей у світі складає 13% [4; 3].

Згідно з даними Мінекономрозвитку, загальна кількість туристів, що побували в Україні протягом 1 півріччя 2017 року, складає 6,3 млн осіб, що на 8,7% більше, ніж за січень-червень 2016 року [3].

Роль ділового туризму в Україні потрохи збільшується. До ділового сегменту, за даними Державної служби статистики України, відносяться ті

туристи, основна мета яких є службова або ділова подорож, навчання. Цікаву тенденцію має збільшення цікавості українців до внутрішнього туризму, що може бути пов'язано з фінансовими обмеженнями та зі зростаючою зацікавленістю до власної країни [4].

17 серпня департамент туризму і курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі провів круглий стіл щодо пришвидшення розвитку ділового туризму в Україні, де керівники туристичних підрозділів міських і обласних рад та адміністрацій з розумінням важливості ділового туризму та індустрії зустрічей для розвитку економіки регіону обговорили сучасні аспекти перспективного розвитку цієї галузі. Згодом у Львові відбулася щорічна літня зустріч Міжнародної асоціації конгресів і конференцій ICCA. 25 вересня Київська міська державна адміністрація організувала захід KYIV IS NICE FOR MICE з цікавими доповідями міжнародних експертів. А 26 вересня - Kyiv Invest Forum, де відокремилась ціла секція для обговорення теми «Київ на міжнародній мапі ділового туризму» [4].

Крім вище згаданих подій, на початку червня 2017 року закінчився перший етап партнерства Асоціації ділового туризму України (BTA Ukraine) та Міжнародної асоціації професійних організаторів конгресів (IAPCO - International Association of Professional Congress Organisers). Стараннями BTA Ukraine була створена українська версія словника термінології, що використовується в міжнародній індустрії зустрічей, розробленого IAPCO. Онлайн словник з 1100 слів на 15-ти мовах - це енциклопедія комунікації для індустрії зустрічей. Призначений для практичного застосування, 1100 термінів і визначень у ньому перекладені на 15 мов: англійська, французька, німецька, іспанська, італійська, голландська, німецька, португальська, фінська, шведська, грецька, японська, китайська, російська, а відтепер і українська. Він охоплює всі аспекти послуг, методів, організації та обладнання, пов'язаних з міжнародними заходами [5].

Говорячи про розвиток ділового туризму, буде доречно згадати про його інфраструктуру. В основі інфраструктури ділового туризму важливе місце займають готелі та бізнес-центри. Ці заклади повинні бути здатними забезпечити ефективну діяльність ділових туристів зручними та ергономічними умовами. У спеціалізованих закордонних готелях бізнес-центри - це організації, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами протягом всього часу перебування клієнта в закладі [6].

Отже, на даний час діловий туризм в Україні розвивається високими темпами. Україні потрібно докласти багато зусиль для того щоб стати діловою туристичною країною, зокрема, налагодити взаємодію із провідними світовими організаціями ділового туризму, залучати інвестиції з боку держави, а також

розробити програму розвитку ділового туризму в Україні. Уже було проведено ряд заходів на шляху розвитку ділового туризму, тому подальше залучення фінансових ресурсів сприятимуть виходу українських міст на один рівень із світовими центрами ділового туризму.

Список використаних джерел:

1. ВТА Ukraine - Наведение фокуса на business travel и meeting industry [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://btaukraine.com>.
2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (офіційний веб-сайт) - Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон за I півріччя 2016-2017 років [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей та туризму (WTTC World Travel & Tourism Council) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.wttc.org>.
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.worldtourism.org>.
5. Туристична діяльність в Україні у 2015 році. Статистичний бюлетень // Держ. служба статистики України. - К., 2016. - 76 с.
6. Черепанова А.В. Бізнес-готель як елемент інфраструктури ділового туризму / А.В. Черепанова, С.С. Галасюк // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. - Одеса: ОНЕУ, 2017. - С. 162-166.

Вовк Л. П., студентка

Науковий керівник: Кирилюк І. М., к.е.н, доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

У третьому тисячолітті туристична сфера займає одне з провідних місць у економіці багатьох країн світу. Відомим є той факт, що на розвиток туризму значною мірою впливає велика кількість факторів, які можуть перешкоджати або навпаки стимулювати ріст туристичних потоків. До таких них відносять: економічні, політичні та соціальні процеси.

Сучасна політична та фінансова нестабільність, яка відбувається в Україні, змушує, деякою мірою, вітчизняних туристів відмовлятися від закордонних мандрівок, і це призводить до того, що туристи починають масово відвідувати та популяризувати внутрішні туристичні маршрути. На ринку туристичних послуг існує велика кількість туристичних операторів та туристичних агентів, які пропонують різноманітні види внутрішнього туризму.

Внутрішній туризм – це тимчасовий виїзд чи подорож усередині своєї країни громадян (резидентів) та осіб, що постійно проживають в межах своєї країни, без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування на території країни з місць свого постійного проживання для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом.

Активізація внутрішнього туризму передбачає диверсифікацію видових субринків та ускладнення територіальної структури внутрішнього ринку за рахунок формування місцевих територіальних ринків на основі інтенсифікації ресурсної бази туризму і розбудови туристичної інфраструктури. Основним регулятором внутрішнього туризму країни є проведення регіональної туристичної політики стимулювання малого та середнього підприємництва у внутрішньому туризмі та організації екскурсійної діяльності [1, с. 200].

В Україні починаючи з 2017 року, внутрішній туризм почав розвиватися досить швидкими темпами. Найпопулярнішим регіоном України для внутрішнього туризму у 2017 році була Київська область, яку відвідали 5 млн. 684 тис. туристів. Значна кількість цих туристів відвідали переважно столицю в якій найвища концентрація бізнесових та ділових, науково-навчальних та історико-культурних ресурсів.

У трійку лідерів привабливих для туристів також входять Львівська та Одеська області: 2 млн 505 тис. та 2 млн 335 тис. осіб відповідно. За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, найпривабливішими для українців протягом літнього сезону 2017 року стали такі області:

Одеська – 1303,4 тис. осіб (10,4 %);

Херсонська – 1004,6 тис. осіб (8 %);

Запорізька – 791,3 тис. осіб (6,3 %);

Львівська – 721,9 тис. осіб (5,7 %);

Івано-Франківська – 528,6 тис. осіб (4,2 %);

Миколаївська – 491,1 тис. осіб (3,9 %) [3].

Слід зазначити, що і в'їзний туризм в Україні набуває популярності оскільки спостерігається тенденція щодо збільшення туристичних потоків (табл.1).

Динаміка в'їзних туристичних потоків в Україну

Назва країни	2016 рік	2016 рік	2017 рік	2017 рік	2017/ 2016, %
	Осіб	Частка, %	Осіб	Частка, %	
Молдова	4 474 151	32,88	4 548 192	32,51	1,6
Білорусь	1 827 751	14,43	2 732 990	18,95	49,5
Румунія	775 823	5,70	792 870	5,50	2,2
Туреччина	206 706	1,52	275 506	1,91	33,3
Німеччина	171 455	1,26	210056	1,46	22,5

Джерело: [2].

Отож, Україна за період 2017 року зміцнила свої позиції на міжнародному туристичному ринку. Грошові надходження від туристів із-за кордону, значною мірою вплинули на місцеві бюджети, цим самим дали поштовх розвитку внутрішнього туризму.

Тому, внутрішній туризм має стати пріоритетним напрямком розвитку туризму в Україні.

Для цього, насамперед, потрібно удосконалити законодавство у сфері туризму, розробити державну програму підтримки розвитку внутрішнього туризму, покращити фінансові та податкові стимули, досліджувати нові туристичні напрямки які будуть цікавими як для вітчизняного так і для іноземного туриста та обов'язковою умовою для повноцінного розвитку внутрішнього туризму мають стати кваліфіковані туристичні працівники на всіх рівнях.

Список використаних джерел:

1. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навчальний посібник / М. П. Кляп. – Київ: Знання, 2011. – 334 с.
2. Інформація щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон у 2017 році [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika>.
3. Кирилюк І. М. Стан та тенденції розвитку туризму в Україні / І. М. Кирилюк // Економіка та управління в ХХІ ст.: виклики та перспективи розвитку : матер. Міжнародної наук.-практ. конф., 18-19 травня 2017 р., м. Умань / за ред. д.е.н., проф. О.Г. Чирви. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017. – С. 230-233.
4. Лідери внутрішнього туризму в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/>.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

Україна має всі умови для ефективного розвитку економіки за рахунок туризму, проте порівняно з провідними державами світу не забезпечує конкурентоспроможній рівень розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Практика свідчить, по-перше, що рушійною силою, котра впливає на встановлення вимог системи забезпечення якості туристичних послуг, є, безпосередньо їх споживачі. По-друге, на споживача можна позитивно вплинути, надаючи якісні туристичні послуги. На нашу думку, якість виступає гарантом лояльності клієнтів і служить бар'єром захисту від конкурентів та сприяє підвищенню дохід в умовах зростаючої ринкової конкуренції.

На жаль, фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як «гаряча точка».

Первинне значення для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристського продукту має забезпечення високої якості туристських послуг. Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Враховуючи сучасні складнощі соціально-економічного розвитку України, Кабінет Міністрів України розпорядженням від 16 березня 2017 р. № 168-р. схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (далі – Стратегія) [1].

Прийнятий Урядом стратегічний документ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенції суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Зазначена сфера діяльності туристичного комплексу пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості,

диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Мета стратегії – згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, сформувати сприятливі умови для активізації туристичної індустрії, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, котра повинна забезпечити прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними завданнями Стратегії є: підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів.

У Стратегії зазначається, що умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є :

- популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів.

- системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

- забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

- забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, що сприятиме підвищенню якості наданих туристичних послуг;

- гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту;

- впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямками, як туроператорська та турагентська діяльність; готелі та аналогічні засоби

розміщення; заклади громадського харчування; гіді-перекладачі та екскурсоводи; туристичні інформаційні центри; курорти, оздоровчі послуги та кемпінги; пляжі, дайвінг; екологічний, сільський, активний туризм; інші пріоритетні види туризму для держави та регіонів; виставкова та конгресна діяльність тощо;

– удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг.

Таким чином, управління якістю туристичних послуг – це процес, який включає визначення характеру і обсягу вимог до обслуговування, оцінку фактичного рівня якості, розробку і здійснення заходів щодо забезпечення підвищення якості. Для розвитку туризму нині використовуються нові підходи управління і менеджменту якості.

Щоб вирішити проблему привабливості та конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту потрібно створювати якісну туристичну нормативно-технічну та нормативно-правову документацію. В загальному розумінні туристична документація – це інформаційний продукт, від якості якого залежить якість сприйняття і надання туристичних послуг. Тому основним завданням виробника туристичного продукту є створення відповідних умов для введення в обіг такої документації, яка б передусім задовольняла потреби споживачів, відповідала вимогам суспільства, стандартам та технічним умовам. Лише тоді можна говорити про справді безпечну конкурентоспроможність туристичних установ [2, 3, 4].

І на кінець, необхідно відзначити, що нині в Україні є достатня кількість нормативно-правових актів і інших документів, регулюючих і регламентуючих питання якості у сфері туризму. Проте, незважаючи на їх значну кількість, цю сферу можна охарактеризувати як нестандартизовану і неуніфіковану, оскільки відсутній: чіткий понятійний і категорійний апарат; показники якості туристських послуг відповідно до міжнародної практики; методика оцінки ефективності діяльності суб'єктів України у сфері туризму.

Якість туристичних послуг виступає засадничою основою довгострокового і успішного розвитку сфери туризму. Категорія якості в туризмі підрозділяється на дві головні складові: якість послуг, яка залежить здебільшого від постачальників (туроператорів, перевізників, приймаючої сторони і ін.) і якість обслуговування, яке безпосередньо залежить від туристичної компанії (її персоналу і відношення до споживача). Якість в туризмі вимагає постійного контролю, оцінки і вдосконалення, вона потребує розробки базових

методологічних основ управління якістю. Носієм якості в туристичній компанії є її персонал, тому йому вимагається приділяти особливу увагу.

Список використаних джерел:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501>.

2. Методичні рекомендації з розробки документів системи якості продукції будівельного комплексу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.budinfo.org.ua>.

3. Crosby P.B. Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain / P.B. Crosby. – М.: Mentor Books, 1992. – 272 р.

4. Juran J.M. Quality Control Handbook. /J.M. Juran J.M., F. Gryna. – М.: McGraw–Hill, 1998. – 1774 р.

Жульковська Д. Ю., студентка

Науковий керівник: Поворознюк І.М., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

За останні десятиліття відбулися значні зміни у сфері обслуговування населення, у тому числі у ресторанному господарстві: збільшилась кількість закладів харчування (ресторанів, барів, кафе), цілком іншими стали торговельні зали для обслуговування гостей, поліпшився їхній зовнішній вигляд, докорінно змінився підхід до складання асортименту меню і карт ресторанів. Колишні їдальні, особливо у великих містах, змінилися ресторанами, сучасними закладами швидкого обслуговування з високою культурою і якістю ресторанної продукції.

У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок занадто агресивний, пропозиція перевищує попит, тому ресторанам важко відстоювати свої інтереси. Для підвищення рівня конкурентоспроможності ресторани повинні постійно вводити інновації, придумувати щось нове, щоб залишатись першими у своєму секторі та бути на два кроки попереду конкурентів. Тому власник повинен або постійно знижувати ціну, або пропонувати за ту ж ціну більше послуг.

Однією з найбільших проблем ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Потрібно запровадити яскраву, цікаву та помітну рекламу на різних

туристичних сайтах, в турагенціях, встановлювати рекламні щити, покажчики, світлові короби, біл-борди, пілони, що трішки знизить зовнішню конкуренцію. Чудовою ідеєю для реклами є підтримка різноманітних конкурсів, фестивалів [2].

Популярності набуває все те, чого не можна купити в магазині, все, що виробляється безпосередньо на місці, в ресторані. До цього відноситься лімітовані партії пива, наливки, настоянок, а також кави, яка обсмажується за індивідуальним замовленням у самому закладі, і безалкогольних напоїв, таких як лимонад. І чим далі, тим популярнішими будуть ставати ресторани, що реалізують крафтову продукцію. З цього можна зробити висновок, що зараз недостатньо просто створити якісний ресторан із пристойною кухнею, потрібно створити індивідуальний продукт чи напій, який можна буде назвати і подати як hand made.

Створення міжнародних ресторанних ланцюгів, збільшення кількості світових ресторанів, що мають відзнаку «Мішлен», поглиблення спеціалізації ресторанної пропозиції (від класичної національної кулінарії до молекулярної кухні), а також впровадження нових технологій приготування страв та обслуговування клієнтів обумовлюють динамічний розвиток даної галузі.

Подальший розвиток ресторанного бізнесу неможливий без стимулювання розвитку туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, сприяння держави, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку.

Безумовно, ринок ресторанних послуг України має величезний потенціал і перспективи розвитку, а перейняття зарубіжного досвіду, в свою чергу, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного господарства в нашій країні, що буде об'єднувати у собі як міжнародні, так і національні риси.

Список використаних джерел:

1. Алексєєв Д. Ресторан за інтересами / Д. Алексєєв // Ресторанні відомості. – №10. – 2006. – С. 12–14.

2. Малиновська О. Ю. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / О. Ю. Малиновська. – 2014. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/malynovska.htm.

3. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства / [О. В. Новікова, Л. О. Радченко, К. П. Вініченко та ін.], К. Ліра-К, 2017. – 411 с.

4. П'ятницька Г. Розвиток ресторанного господарства в Україні: структурні трансформації, фінансова стійкість підприємств, прогнози: навч. пос. / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк. – К.: Кондор, 2013. – 312 с.

СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розвиток туризму в Україні, зростання конкуренції на глобальному туристичному ринку та необхідність активізації регіональних та локальних туристичних дестинацій визначає перспективність винного туризму як інноваційного виду туристичної діяльності, на основі якого формуються повноцінні туристичні напрями та продукти, що забезпечують стаке економічне зростання, повну і продуктивну зайнятість, активне збереження унікальної місцевості та національної нематеріальної культурної спадщини.

Винний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний зі знайомством із історією, технологією й культурою споживання алкогольних напоїв у певному регіоні та дегустацією алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві, а також відвідування профільних закладів та заходів, як дегустаційні зали, винні підвали, винні конкурси, виставки, фестивалі, тощо.

Це нова філософія подорожей з метою пошуку незвіданих смаків та автентичних винних традицій. І в цьому контексті саме вина країни, та певного регіону, виступають провідником між шукачем і географічною областю, її культурою і цінностями, пов'язаними з тутешньою землею і збереженими багатьма поколіннями.

Методи та цілі даного виду туризму співпадають із соціально–гуманітарною місією туристичної діяльності. Винний туризм виступає інструментом «діалогу культур», підіймає рівень поваги до культурних цінностей різних народів, толерантності до способу життя, традицій, оскільки національна кухня та винні традиції різних країні виступають невід'ємною частиною культурної спадщини кожної нації.

Об'єктами винного туризму є:

- країни, що відомі своєю винною продукцією;
- окремі регіони, відомі напоями, що виробляються в цій місцевості;
- підприємства, відомі своїми винними традиціями;
- заклади ресторанного господарства (ресторани, дегустаційні зали);
- установи, що надають освітні послуги за напрямками виноградарства, еногастрономії та виноробства;
- оселі сільського зеленого туризму, що пов'язані з виноробством;

- кулінарні заходи: фестивалі, ярмарки, свята, дегустації, майстер–класи, виставки, конференції.

Специфічні риси винний туризму:

- умови для його розвитку мають майже всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;

- також цей вид туризму не має характеру сезонного відпочинку, для будь–якого часу року можна підібрати тур;

- даний вид туризму має вікові обмеження.

Винний туризм має декілька напрямків:

- Тур сільською місцевістю – це перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації вин, вироблених в цьому регіоні;

- «Промисловий» винний тур – поїздка, що включає відвідування найбільш відомих і популярних підприємств, що відрізняються високою якістю, ексклюзивністю винної продукції, а також національною спрямованістю;

- Освітній тур – це тур, метою якого є навчання в спеціальних освітніх установах з виноробною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів;

- Подієвий тур – орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі у громадських та культурних заходах з винною тематикою.

Щорічно в міжнародних каталогах із винного туризму збільшується число міжнародних учасників, які пропонують відвідати їхні винні маршрути. Українці тільки починають долучатися до винного туризму. Першим кроком на шляху до розвитку в Україні винного туризму стало створення Асоціації сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні, яка сприяє розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні, популяризуючи оригінальну винну продукцію, поширюючи автентичні національні традиції виноробства, створюючи винні і гастрономічні маршрути, розповсюджуючи національний тематичний туристичний продукт на території України та за кордоном.

Значну роль у розвитку винного туризму відіграють винні фестивалі. З кожним днем в Україні зростає кількість винно–гастрономічних фестивалів, таких як: Міжнародний фестиваль вин в Берегові, Фестиваль «Червене вино» в Мукачеві, Фестиваль вина та меду «Сонячний напій» в Ужгороді, відоме Свято молодого вина «Закарпатське Божоле» також в Ужгороді, Фестиваль їжі та вина «Kyiv Food & Wine Festival» у столиці, та багато інших. Курс України на європейську інтеграцію сприятиме тому, що фестивальний рух отримає додаткові резерви для розвитку, запозичуючи основні форми та методи його організації від провідних європейських країн.

Набувають популярності винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях що є традиційними центрами українського

виноробства. Формуються спеціалізовані винні маршрути, відкриваються дегустаційні зали та екскурсійні маршрути з відвідуванням виноробних виробництв.

Українські традиції виноробства можуть стати суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків.

Аналізуючи результати проведених досліджень, можна зробити висновок, що в Україні є значний потенціал розвитку винного туризму, який базується на традиціях українського виноробства, але з метою формування конкурентних переваг країни у напрямку еногастрономічного туризму потрібно постійно підвищувати рівень обізнаності українців щодо вітчизняних вин, проводити популяризацію вітчизняної виноробної продукції, яка за своїми якісними показниками не поступається відомим закордонним аналогам.

Список використаних джерел:

1. Басюк Д. І. Теоретичні та прикладні аспекти формування дестинацій винного туризму: монографія / Д. І. Басюк. - Кам'янець-Подільський, 2014. – 271 с.
2. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – К., 2012. - №45. – С. 138-143.
3. Винний туризм: підручник / С. В. Іванов, О. В. Домарецький, Д. І. Басюк та ін.; НУХТ. - Кам'янець-Подільський: Абетка, 2012. – 472 с.
4. World Food Travel Association (WFTA) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>.

Ковальова А. В., студентка

Науковий керівник: Коган Н.Ю., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Готельно-ресторанний бізнес – це одна із найважливіших галузей світової економіки, яка повинна стати провідним напрямом економічного та соціального розвитку України, зокрема і на регіональному рівні [3].

Сьогодні інновації в процесі виробництва товарів і послуг є обов'язковою умовою розвитку та виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції на ринку. Саме інновації в готельно-ресторанному бізнесі приносять найбільші доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку

ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Готельний та ресторанний бізнес та постійно вимагають великої кількості гарячої води для гігієнічних потреб відвідувачів, прання постільної білизни та скатертин, миття посуду. Для того, щоб нагріти велику кількість води, потрібно витратити дуже багато коштів, а кожен власник готелю чи ресторану намагається знайти можливість зберегти свої кошти.

Геліосистема – це саме та система, яка безкоштовно нагріє для вашого бізнесу практично будь-які обсяги води, так що всі ваші відвідувачі та гості зможуть з комфортом приймати гарячий душ в будь-який час доби. Подаючи в пральні і посудомийні машини не холодну, а попередньо нагріту геліосистемою воду, ви зможете значно скоротити свої рахунки за електроенергію.

Разом з якістю сервісу, смачною кухнею та зручним розташуванням, безперечними перевагами готелів, ресторанів та кафе є естетична привабливість та стильне оформлення. Для закладів, розташованих в рекреаційних зонах і орієнтованих на «зелений» туризм, обов'язковою умовою є імідж «eco-friendly» та підкреслена екологічність.

Геліоколектори, які розміщені на даху або фасаді вашого готелю та ресторану гарантовано підкреслять його «зелений» імідж, підлаштовуються під будь-яку архітектурну концепцію і не нашкодять зовнішньому вигляду будівлі. А відсутність неприємного запаху від того, що спалюється вугілля або газу стануть додатковою конкурентною перевагою. Термін окупності саме таких систем в сегменті HoReCa – від 4 років [1].

Перевагами геліосистем є: економія ресурсів (сонячні колектори розміщують в безпосередній близькості від джерела споживання тепла, що зводить до мінімуму втрати теплової енергії); низькі тепловитрати (вакуумні колектори мають перевагу - дуже низькі тепловтрати, що дає можливість отримувати, збирати та зберігати тепло при дуже низьких температурах); універсальність (геліосистема - це найкраще рішення для більшості типів житлових будівель: від готелів, ресторанів і басейнів до котеджів і промислових об'єктів); економія коштів (більшу частину року повністю забезпечує потреби об'єкта в гарячій воді, в зимовий - дозволяє заощадити до 60% енергії); довговічність (завдяки практично нерухомим деталям і мінімальному людському втручанню, геліосистеми прослужать дуже довго, як мінімум 25 років); сумісність (система сумісна з будь-якими бойлерами, накопичувальними баками або ємкостями, допускають установку ТЕНа і датчика температури).

Як показує практика, то приватні готелі, ресторани та певні туристичні об'єкти є одними із найвигідніших об'єктів для використання сонячного тепла. Адже саме в літній час, коли сонячного тепла найбільше, настає необхідність у

великому споживанні гарячої води для забезпечення потреб туристів приїхали на відпочинок.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції на ринку готельного та ресторанного господарства власники змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності тих послуг, які вони пропонують. А саме інновації найбільше виступають в якості певного поштовху для подальшого розвитку бізнесу, а також вони дають змогу підприємству не лише займати найвищі позиції в рейтингах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування [2].

Список використаних джерел

1. Мельник І. М. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : навчальний посібник [для студентів спеціальностей «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини»] / І. М. Мельник, Г. Р. Бодаковська. – Львів : Растр-7, 2017. – 368 с. – С. 307-309
2. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-Диана, 2011. – 446 с.
3. Портал готельного і ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prohotelia.com.ua/>.

Коган Н.Ю., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ВИВЕРТІВ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні методи управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання дозволяють приймати об'єктивно необхідні і обґрунтовані бізнес-рішення, спрямовані на підвищення стійкості підприємств до впливів зовнішнього середовища і досягнення поставлених цілей при мінімальних підприємницькі ризики. Однак, крім іншого, забезпечення заданої ефективності управління вимагає оптимізації комплексу маркетингу, перш за все, в частині використовуваних засобів комунікацій і витрат на їх застосування. Визнаючи актуальність і значимість наявних наукових досліджень у зазначеній галузі, відзначимо, що на поточний момент одним з найбільш оптимальних способів скорочення маркетингового бюджету є дотримання тактики, заснованої на методах партизанського маркетингу, що дозволяє вирішувати такі базові завдання маркетингу як формування попиту і стимулювання збуту.

Партизанський маркетинг (guerrilla marketing), який називають також «малобюджетним» або «маловитратними» маркетингом, є прийоми комунікації, які передбачають поступальний встановлення контакту з цільовою аудиторією за допомогою нестандартних за змістом повідомлень, які сприяють ефективному просуванню свого товару або послуги, залученню нових клієнтів і збільшення прибутку при мінімальних фінансових ресурсах [2, 3]. Іншими словами, партизанський маркетинг базується на психології індивідуума. Його концепція заснована на ідеї, що комунікації - це складний багатоетапний процес, який здійснюється в ході будь-яких контактів підприємницьких структур з представниками цільової аудиторії. Метою партизанського маркетингу є виявлення і розробка методів залучення потенційних споживачів і досягнення максимальної миттєвої віддачі на одиницю вкладених мінімально необхідних витрат. При цьому поєднання знань про цільову аудиторію, унікальної торговельної пропозиції і грамотно підібраних способів контакту з потенційними споживачами забезпечують підприємству конкурентні переваги інформаційного характеру [4]. Таким чином, головна особливість партизанського маркетингу полягає у взаємодії з потенційними клієнтами в найнесподіваніших місцях при мінімальних витратах. Причому не з точки зору семантики, а виходячи з критерію традиційності інструментів просування. З урахуванням викладеного можна зазначити, що до методів партизанського маркетингу відносять нестандартні PR і промоакції, наприклад:

- флешмоб - заздалегідь сплановану, масову акцію, в якій велика група людей раптово з'являється в громадському місці і протягом декількох хвилин виконує певні дії, а потім одночасно розходиться;

- перформанс - коротке представлення, виконане одним або декількома учасниками перед публікою.

Акції перформансу, як і флешмоб, заздалегідь сплановані і протікають відповідно до чітко розробленої програми. Ефективність партизанського маркетингу багато в чому зумовлюється наступними принципами: - використання прийомів когнітивного характеру, основу яких складає потенціал творчої уяви, а не розмір комунікаційного бюджету.

Таким чином, грамотна комбінація використання інструментів малобюджетного маркетингу дозволяє виконати всі завдання, які стоять перед маркетологом в «партизанських» умовах: мінімізувати витрати; приховувати свою діяльність від конкурентів; відібрати максимально таргетовану аудиторію; отримати найкраще співвідношення отриманого прибутку до витрачених ресурсів; в режимі реального часу відслідковувати ефективність маркетингових заходів і своєчасно вносити необхідні корективи, сприяючи, тим самим,

підвищенню конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької активності на ринку.

Сьогодні інновації є невід'ємною частиною діяльності будь-якої фірми. Застосування інноваційних підходів в маркетингу є гарним стимулом підприємства, що при правильному впровадженні може підвищити конкурентні позиції компанії на певному товарному ринку. Зокрема, використання таких прийомів, як «партизанський» маркетинг, дає змогу охопити широку аудиторію потенційних споживачів та привернути увагу тих клієнтів, які зазвичай не чутливі до традиційних рекламних акцій. Ці заходи в цілому формують потужну систему, яка дає можливість вивести маркетингову діяльність фірми на сучасний рівень та досягти успіхів.

Список використаних джерел:

- 1 Бобрицька. Н. Д. Партизанський маркетинг на сучасному ринку / Н. Д. Бобрицька // Економіка та управління. – 2011. – С. 123.
2. Шнайдерман А. Партизанський маркетинг в туризмі / А. Шнайдерман. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 224 с.
3. Серновіц Е. Сарафанний Маркетинг. Як розумні компанії змушують про себе говорити. - М. : Манн, Иванов і Фербер, 2012. – 210 с.
4. Халілов Д. Маркетинг в соціальних мережах/ Д. Халілов – М. : Манн, Иванов і Фербер, 2013. – 210 с.

Коноваленко А. Л., студентка

Науковий керівник: Литвин О.В., викладач

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Рекреація, як одна з головних форм продуктивного використання вільного часу людини, являється суспільним, економічним і науковим феноменом, для якого не мають значення міжгалузеві та міждисциплінарні межі.

Рекреація – відновлення чи відтворення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі життєдіяльності; рекреація включає різноманітні види діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил і задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб та запитів.

У глибокому сенсі вона розглядається у зв'язку з емоційним досвідом та натхненням, що з'являється як наслідок рекреаційної дії. З іншого боку, рекреація може сприйматися як система ресурсів чи сервісу. Не буде помилкою розглядати рекреацію як будь-який тип або вид усвідомленого задоволення

фізіологічних бажань і соціальних потреб особистості під час відпочинку [1]. Рекреаційна діяльність пов'язана з використанням ландшафтів і значних територій. У цьому сенсі вона конкурує із сільським та лісовим господарством, рибальством, промисловістю, гірничою справою та іншими видами суспільної виробничої діяльності, де використовуються природні ресурси.

Розрізняють три форми використання часу, відведеного на рекреацію – туризм, лікування (оздоровлення) та відпочинок. Для означення цього часу і видів діяльності, які відбуваються в його межах, існує поняття «рекреаційно-туристичний», яке включає всю сукупність явищ і процесів, пов'язаних з відновленням сил людини та задоволенням її фізіологічних і соціальних потреб [2].

Виникає логічне запитання про співвідношення семантичного навантаження наукових категорій «туризм» і «рекреація».

Досить поширеною є думка, що «рекреація» – поняття, яке включає практично всі види діяльності людини у її вільний від роботи час, який вона проводить поза своїм постійним місцем проживання, тоді як «туризм» – це процес, що супроводжується споживанням відповідних послуг, тобто купівлею певної продукції (товару) чи послуг і використанням ресурсного потенціалу території.

Традиційно туризм розглядався як комерційний економічний феномен, що базується на приватній основі. На противагу такому підходу рекреація і парки вивчалися як ресурс загальнодержавного використання і поширення. Вивчалися проблеми управління незайманою природою, неринкове оцінювання й аналіз рекреаційного досвіду. Вивчення туризму носило більш прикладний характер, який зосереджувався на традиційному приватному секторі (туристична індустрія). Досліджувалися моделі подорожей, туристичний попит, реклама і маркетинг.

Такий поділ між цими видами діяльності зберігався до початку 1980-х років [3]. Існують думки, що «туризм здійснюється в межах рекреаційної основи», а прихильники іншої точки зору намагаються довести, що «рекреація - компонент туризму».

Вивчення туризму і рекреації розширилося і переплелось в понятійному апараті й методичному інструментарії. Разом із зміною суспільства і впливом суспільно-географічних чинників демаркаційна лінія між рекреацією та туризмом стала розмитою і нечіткою. Ті ж, хто намагається знайти різницю, можуть припустити, що рекреація апелює до такої особливості людської психіки, як покладання на свої сили, тоді як туризм обслуговує явно тих, хто шукає розваг без значного дискомфорту. Разом із цим з'являється і необхідність

розглядати рекреаційні і туристичні ресурси у комплексі, як ресурси для різних видів діяльності під час дозвілля.

Ми підійшли до зони впливу ще одного поняття «дозвілля» – це родова до рекреації і туризму категорія, яка охоплює увесь вільний від роботи час і включає як рекреацію, так і туризм. Під цим поняттям розуміється час впродовж якого індивідуум здійснює вибір і займається чимось добровільно [4].

В огляді значень поняття «дозвілля» доцільно виокремити три основні підходи до його вжитку:

– часовий підхід, коли дозвілля розглядається як період часу, діяльності, стану інтелекту, в якому вибір є домінуючою рисою; у цьому сенсі дозвілля є формою вільного часу для особистості, простором для розвитку її здібностей;

– об'єктивний підхід, при якому дозвілля розуміється як протилежне роботі заняття, тобто це будь-який неробочий або той, що лишається після роботи, час;

– суб'єктивний підхід, при застосуванні якого наголос робиться на якісних параметрах поняття, коли значна роль відводиться не стільки кількісним характеристикам (кількість вільного часу), скільки особистісному сприйняттю дозвілля і його ролі [4].

Кожна людина рано чи пізно стикається із проблемами організації свого відпочинку. І по тому як людина у суспільстві реалізує власну потребу у відновленні психофізичної енергії можна говорити про ступінь розвитку самого суспільства та культурний рівень особистості.

Отже, сучасна рекреаційна та туристична діяльність набуває популярності через те, що вона оцінена не лише як знаряддя фізичного і духовного збагачення, а й тому, що перетворилася на обов'язковий модний атрибут людини, що здобула певного успіху у житті і, що є найголовнішим, приносить прибуток, ставши потужним сектором індустрії.

Список використаних джерел:

1. Смаль І. В. Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення і співвідношення понять / І. В. Смаль, В. В. Смаль. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/smal.htm.

2. Кнудсон Д. М. Відпочинок на вулиці. - Нью-Йорк, Лондон: Д. М. Кнудсон // Науково-економічний та суспільно-політичний журнал «Демографія та соціальна економіка». – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, №1(13) 2010. – 204 с.

3. Покоłodна М. М. Рекреаційна географія: навч. посібник / М. М. Покоłodна; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2014. – 275 с.

4. Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення і співвідношення понять. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.recreation.ecotour.com.ua/article/125-2012-02-09-12-36-06>.

Кирилюк І. М., к. е. н, доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ

Релігійний туризм – це особливий вид туризму, пов'язаний з наданням послуг і задоволенням потреб туристів, які прямують до святих місць і релігійних центрів, що знаходяться за межами звичайного для них середовища, він сприяє поглибленню розуміння та терпимості між різними релігіями. Релігійний туризм відіграє значну роль у системі як міжнародного, так і внутрішнього туризму. Тому інтерес до нього як окремої туристичної галузі в Україні постійно зростає й викликає науковий і практичний інтерес.

Релігійний туризм дає змогу туристам ознайомитись як з визначними культовими об'єктами своєї релігії так і з іншими релігійно-культовими традиціями різних регіонів планети. Він поєднує відвідування релігійних об'єктів з цікавими та пізнавальними екскурсійними програмами розширює кругозір і сприяє більш глибокому сприйняттю духовної та історичної спадщини народів різних країн світу та розуміння суті їхньої релігії.

Релігійні тури – це пізнавальні поїздки з ціллю знайомства з релігійними пам'ятками, історією релігії і релігійною культурою. Як окремий вид туризму він має свої підвиди: екскурсійно-релігійний, паломницький та науковий туризм з релігієзнавчими цілями.

Здебільшого релігійний туризм орієнтований на релаксацію, пізнавальне, екскурсійне, інформативне та культурне ознайомлення із місцями релігійного культу, він сприяє пізнанню історії і людських цінностей, вихованню гуманізму і культурному зростанню людини, взаєморозумінню розвитку міжнародного співтовариства завдяки можливості більш глибокого сприйняття духовної та історичної спадщини народів різних країн світу та розуміння суті їхньої релігії.

Екскурсійний туризм релігійної тематики включає огляд релігійних святинь в ході екскурсійних маршрутів, які є менш тривалими по часу на відміну від паломницьких турів, розраховані як на дітей так і дорослих, організовуються в будь-яку пору року і не прив'язані до культових свят. Згідно з маршрутом, туристи відвідують культові святині та архітектурні пам'ятники.

Науковий туризм з релігієзнавчими цілями притаманний для наукової сфери, що досліджує особливості різних релігій. Науковці прямують до центрів не тільки монотеїстичних релігій, а й у місця з багатим політеїстичним минулим. Це насамперед Єгипет, а також Італія і Греція. Особливий науковий релігієзнавчий інтерес становить Схід: Індія, Китай, Японія. Поїздки фахівців, хоч і не є численними, але розширюють географію релігійного туризму [5].

Релігійний туризм визначає короткочасні проекти зустрічі з святинями, що не мають на меті саме тих глибоких актів занурення в сакральне, яке традиційно є прерогативою паломництва. Паломницький туризм – це підвид релігійного туризму, який притаманний людям глибоко віруючим, які під час туру зустрічаються з одновірцями, йому характерні духовні цілі та орієнтація на богоспілкування, молитву.

Паломництво (грец. *θεωρία*, лат. *peregrinatio*) – подорож із метою поклоніння Богові, пов'язана, як правило, з відвіданням сакральних місць. Практика паломництва властива не лише християнству, але й іншим релігіям, зокрема індуїзму, буддизму й ісламу [2, с. 1229]. Паломницька традиція в тій чи іншій модифікаціях наявна практично у всіх розвинутих релігіях.

Паломництво – благочестива подорож до особливо шанованих місць або відомих представників духовенства, релігійних лідерів, що користуються особливим авторитетом і наділені харизмою. Джерелом традиції паломництва, припускається, є уявлення про зв'язок божества з певним місцем, що сягає давніх архаїчних культів. Ідея особливої сакральності цього простору напряду пов'язувалася з найбільшою дієвістю звернень до божества у цих місцях [6, с. 933].

Паломництво – відвідування віруючими святих місць, що базується на переконанні, що молитва більш дієва у визначених місцях, які мають те чи інше відношення до надприродного, священної історії, зафіксованої в сакральних текстах, або певних авторитетно-харизматичних особистостей.

Виділяють кілька видів паломництва, які класифікуються за ознаками:

- за кількістю учасників і сімейної приналежності – індивідуальні, сімейні і групові;

- за тривалістю – тривалі і короткочасні паломництва;

- за сезонністю – цілорічні паломництва, а також приурочені до релігійних свят;

- за об'єктами відвідування – відвідування конфесійних культових місць (церков, монастирів, храмів), а також природних культових місць (гір, озер, печер);

- за місцем розташування об'єкта паломництва – внутрішні (у межах державних кордонів) і зарубіжні паломницькі тури;

- за ознакою обов'язковості – добровільні і обов'язкові паломницькі тури (наприклад, в ісламі паломництво хадж є обов'язковим для кожного правовірного).

Паломник – мандрівник, що здійснює поклоніння – подорож до святинь, людей, священних місць, особливо відзначених в релігії. Є ще гіпотеза на матеріалі східнослов'янських мов, що ця назва походить від гілок пальми, котрі приносили богомольці зі Святої Землі [3, с. 932].

Паломник – це обов'язково віруюча людина, на відміну від туриста, який не завжди може бути віруючим, але виявляти інтерес до туру, що пов'язаний з відвідуваннями релігійних пам'яток і сакральних місць.

Сучасних учасників паломницько-правових відносин диференціюють на два основних типи:

1. Паломники, які є високоосвіченими, в зв'язку з чим чітко усвідомлюють мету та основні особливості паломництва. Дана категорія є мало чисельною;

2. Паломники, які мало орієнтуються у особливостях церковно-суспільних відносин. Базу їхніх знань формують різні, інколи практично некоректні та некомпетентні джерела інформації [1, с. 240].

На нашу думку, паломництво перебуває у безпосередньому взаємозв'язку із релігійним туризмом, але ці категорії не є тотожними, а, як зазначає А. Ковальчук, доповнюють один одного. Об'єктом і паломника і туриста є релігійний об'єкт як рекреаційний ресурс, що може сприяти їх духовному оздоровленню, пізнавальній діяльності і насиченню туристичними враженнями. Тільки паломник розглядає свою подорож як вияв віри у догми своєї релігії чи конфесії, до якої він себе відносить, мета ж пересічного туриста – «звичайна» туристична подорож, нехай навіть з відвідуванням релігійного об'єкта. Не завжди релігійний об'єкт, доступний для паломництва, може відвідуватися релігійним туристом. З іншої сторони релігійні організації, що організовують паломництво, не можуть організовувати релігійні тури, оскільки не відповідають офіційним вимогам: не мають ліцензії, гарантійного фонду в банку, відповідної штатної структури тощо [4, с. 88].

Географія паломницьких подорожей досить широка, оскільки майже усі регіони світу мають власні святині до яких приїжджають паломники метою яких є здійснити поклоніння. Останнім часом зростає зацікавленість туристів саме до цього сегменту туристичного ринку. Тому необхідно ефективно використовувати інструменти для використання наявних ресурсів з метою розвитку релігійного туризму.

Список використаних джерел:

1. Голодюк Н. В. Особливості нормативно-правової регламентації релігійного туризму та паломництва в Україні / Н. В. Голодюк // Гілея:

науковий вісник: Збірник наукових праць. – К., 2017. – Випуск 125. – С. 239-240.

2. Задворный В. Паломничество / В. Задворный // Католическая энциклопедия: В 5 т. – М.: «Научная книга», Издательство Францисканцев, 2007. – Т. III: М – П. – С. 1229-1233.

3. Замятина Д. С. Паломник / Д. С. Замятина // Энциклопедия религий / Под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. – М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2008. – С. 932-933.

4. Ковальчук А. Формування понятійно-термінологічного апарату релігійного туризму і паломництва / А. Ковальчук // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2012. – Вип. 29(2). – С. 86-92.

5. Любіцева О.О. Напрямки розвитку релігійного туризму в Україні / О. О. Любіцева, С.П. Романчук // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції (10-11 жовтня 2001 р. КУТЕП). Туризм у XXI столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості.–К.: Вид-во «КУТЕП», 2002. – 235 с.

6. Несмиянова О. В. Паломничество / О. В. Несмиянова, А. М. Семанов // Энциклопедия религий / Под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. – М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2008. – 1520 с.

Кравець Я. Я., Кирилюк В. І., студентки

Науковий керівник: Слатвінська Л.А., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Сучасний етап становлення економіко-організаційних форм виробництва характеризується зростанням зацікавленості до ролі та можливостей кластерних формувань у соціально-економічному розвитку. В останні два десятиріччя питання принципів діяльності, ефективності створення і функціонування таких об'єднань стають дедалі актуальнішими як у теорії, так і в практиці ведення бізнесу. Мережеві та кластерні відносини між компаніями значно змінили практику господарської діяльності у сучасному світі. Слід відмітити той факт, що в умовах сьогодення кластери виступають найбільш дієвими структурними утвореннями, які мають велике коло питань для їх подальшого дослідження. Ефективна діяльність багатьох кластерних утворень продемонструвала їх значні конкурентні переваги порівняно із діяльністю суб'єктів господарювання, які не входять до складу певних структурних об'єднань [1].

В актуальних економічних дослідженнях проблем розвитку туризму все більша увага приділяється так званому «кластерному підходу». Потреба у формуванні кластерів відзначається у багатьох програмах регіонального стратегічного розвитку, у зв'язку з чим питання визначення туристичних кластерів, оцінювання їх впливу на економіку регіону, формування концепції розвитку кластерів є актуальними та своєчасними [2].

Вже класичним вважається визначення поняття «кластер» Майкла Портера, згідно з яким кластер – це географічно сконцентрована група взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, підприємств у суміжних галузях, а також пов'язані з їх діяльністю організації (університети, агентства зі стандартизації, торговельні об'єднання, які конкурують і при цьому здійснюють сумісну діяльність» [3].

Впровадження кластерного підходу дозволяє забезпечити ефективну взаємодію між спорідненими організаціями, їх партнерами та органами державної влади. При цьому завдання влади – виявити основні кластери, в яких зацікавлений регіон, через формування інституціонального механізму в законодавчому плані, знайти шляхи об'єднання наявного інтелектуального та науково-освітнього потенціалу, матеріально-технічних й інших ресурсів, визначити стратегічні основи розвитку [4, с.342].

Туристичний кластер, на думку Л. Г. Гонтаржевської, – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристичного продукту [5, с.114]. До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та, зокрема, рекламно-інформаційну діяльність.

Туризм – найбільша в світі галузь економіки за кількістю робочих місць для малого і середнього бізнесу, який тісно пов'язаний з 54 галузями економіки. Одне робоче місце в туризмі створює чотири в суміжних областях, один вкладений долар приносить сім у суміжних галузях. Вже зараз більше 70% світового ВВП – це сфера послуг. До 2030 року кожен десятий працюватиме в туризмі. Туристична галузь може увійти в 10 пріоритетних в Україні, створити мільйони робочих місць, надати потужний поштовх розвитку культури, мистецтв, спорту, соціальної інфраструктури в регіонах, діалогу між різними регіонами України.

В Україні реалізується проект «Туристичні кластери 300+», що заснований на принципах ефективної соціальної взаємодії. Коли в певному регіоні, де всі зацікавлені в тому, щоб до них їхав турист, об'єднуються і за допомогою

експертів створюють сучасний, цікавий туристичний продукт високої якості, безпечний і доступний для споживачів. У авторів проекту амбітна мета – за три роки створити понад 300 кластерів і всю необхідну інфраструктуру для їх ефективної діяльності. Створення десяти кластерів протягом п'яти років дасть можливість державі отримати додаткові 500 млн. доларів до бюджету, а розвиток кластерної туристичної економіки залучить від 800 млн. до 1,5 млрд доларів інвестицій. Десять кластерів – це 800 робочих місць в туризмі і суміжних сферах. При створенні 300 кластерів – порядок цифр збільшується відповідно [6].

Створення туристичних кластерів є координацією спільних зусиль, що в кінцевому підсумку веде до підвищення якості туристичних послуг та більш ефективного використання ресурсів. Основними перевагами туристичного кластеру є: взаємовигідне співробітництво; обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників; максимальне та ефективне використання ресурсів; підвищення привабливості територій для інвестування; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості; учасники кластеру отримують більше можливостей та вищі прибутки; створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів.

Та важливим є те, що кластерна модель окрім співробітництва, передбачає також і конкуренцію між підприємствами.

Список використаних джерел:

1. Світовий досвід формування й розвитку мережевих і кластерних об'єднань. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456-Pushkar.pdf?sequence=1>.

2. Миронов Ю. Б. Туристичний кластер як прогресивна модель розвитку туризму в регіоні / Ю. Б. Миронов // Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах : матеріали міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип.: проф. Семак Б. Б.]. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2017. – С.142.

3. Porter M.E. On Competition / M.E. Porter. - Updated and Expanded Edition. - A Harvard Business Review Book, 2008. - 544 p.

4. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г. І. Михайліченко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : збірник наук. праць. - 2012. - С. 341 - 349.

5. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посібн. / Л. Г. Гонтаржевська. - Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.

6. Туристичні кластери 300+. [Електронний ресурс].– Режим доступу:<https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2509656-stvoreнна-merezi-turisticni-klasteri-300.html>.

Кугач М. В., студентка
*Науковий керівник: Поворознюк І. М., к.е.н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

РІВЕНЬ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ВПЛИВУ НА ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Готельний ринок України характеризується великою кількістю самостійних учасників готельної справи. Як наслідок, відбувається велика конкуренція між готелями, кожен з яких намагається надати послугу краще за конкурентів, аби захопити більшу кількість споживачів. Проте найбільш життєздатними підприємствами виявляються ті, які орієнтовані на клієнта і його потреби, оскільки, обираючи місце для ночівлі, він в першу чергу віддає перевагу не вишуканому та дорогому готелю, а готелю, персонал якого вміє працювати зі споживачем та залишає приємні спогади від наданих послуг, незалежно від категорії та ціни. Тому важливим фактором успішності того чи іншого підприємства готельного господарства тут стане якість обслуговування.

Ефективність функціонування будь-якого готелю безпосередньо пов'язана з якістю надання готельних послуг. Якість в готельному бізнесі – це міра того, як рівень наданої послуги задовольняє очікування клієнта. Так, споживач готельних послуг обирає той чи інший готель відповідно до власних критеріїв якості, особистих смаків та вподобань. Якщо залучити нового клієнта можна якісною рекламою або розкішним інтер'єром, то другий раз він прийде тільки завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування.

Наявний низький рівень сервісу в українських готелях є основною проблемою сьогодення і вимагає високого контролю та встановлення системи якісного обслуговування, що дозволить забезпечити надання конкурентоздатних готельних послуг.

Персонал – це вкрай важливий фактор у справі надання послуг та розвитку клієнтської бази і вимоги до нього повинні бути досить жорсткі. Працівники усіх категорій готелів повинні вміти створювати на підприємстві атмосферу гостинності, бути готовими доброзичливо виконати прохання клієнта, проявляти терпіння і стриманість, бути ввічливими і уважними. Крім того,

рівень освіти кадрів готелю повинен бути відповідним. Необхідність в добре навчених працівниках з досвідом роботи в індустрії гостинності та проблема великої плинності робочої сили зумовлюють актуальність ефективного планування кадрів. В останні роки кадрове планування стало такою ж важливою справою в процесі управління підприємством, як планування фінансів.

Відомо, що плинність робочої сили на багатьох посадах в індустрії гостинності дуже часто може бути викликана нестачею знань стосовно даної роботи, а також невідповідністю між уявленнями про роботу і самою роботою. Процес введення включає в себе процес адаптації нового працівника до культури організації, до її політики, до правил праці і, врешті, до інших членів колективу.

Так, в туристичній сфері України фактично працює близько 35 тис. осіб, ще 120 тис. осіб – в готелях та інших закладах розміщення. Підготовку спеціалістів для роботи в туристичній галузі та закладах готельного господарства здійснюють 146 навчальних закладів, з них лише шість є класичними навчальними закладами туристичного спрямування з повноцінними тренувальними базами практики. Тому основною проблемою якості обслуговування є підготовка висококваліфікованих працівників, які б не лише володіли позитивними рисами характеру та проявляли дбайливе й уважне ставлення до клієнтів, а й мали відповідний професійний рівень, який забезпечить високий рівень сервісу та в перспективі – формування іміджу постачальника якісних послуг.

Важливо відзначити, що працівники до 35 років зможуть забезпечити досить швидке обслуговування і надання якісних послуг більше, аніж це б робили люди старшого віку. Так як вікові категорії клієнтів можуть різнитися і рівень їх обізнаності в інноваціях так само може бути різним, то персонал має бути готовим надавати допомогу або консультувати клієнтів з будь-яких питань.

Задля вирішення проблеми якості обслуговування керівникам готелів необхідно проводити детальний аналіз функціональних обов'язків, на основі якого визначати профілі робіт і здійснювати набір персоналу відповідної кваліфікації; мотивувати працівників на підвищення якості виконуваної роботи; впроваджувати стандарти відповідної поведінки на робочих місцях, які включають створення справжньої турботи і комфорту для гостей; створювати невимушену і комфортну атмосферу; проводити спеціальні регулярні тренінги для співробітників, делегувати повноваження обслуговуючому персоналу.

Безумовно, такі дії становлять певний ризик для управлінської ланки, але одночасно змушують керівництво здійснювати пошук і підготовку

кваліфікованих кадрів, а також прищеплювати співробітникам навички роботи з корпоративними стандартами. Адже невідповідність кваліфікації персоналу потребам компанії негативно позначається на результатах її діяльності.

Отже, якість обслуговування, без перебільшення, є запорукою успіху будь-якого підприємства сфери обслуговування. Саме в результаті виконання всіх функціональних обов'язків персоналом досягається значний приплив відвідувачів, виникає можливість додаткового заробітку і підтримки рівня готелю. Розвиток персоналу тут є найважливішою умовою успіху. Це особливо справедливо в сучасних умовах, коли стрімкий розвиток науково-технічного прогресу значно прискорює процес старіння професійних знань і навичок.

Список використаних джерел:

1. Кучер Д. Б. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. - 2012. - Випуск 1.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kucher2.htm
2. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'єв, Є. В. Самарцев. – К.: Ліра, 2005. – 520 с.

Левченко С.В., магістр

Науковий керівник: Слатвінська Л.А., к.е.н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм в усьому світі став однією з найбільш значних економічних галузей, а для деяких країн, що розвиваються – основою їх існування. Він є одним з найдинамічніших секторів як української, так і світової економіки.

Міжнародний туризм виконує ряд важливих функцій:

- міжнародний туризм – джерело валютних надходжень для країни і засіб для забезпечення зайнятості;
- міжнародний туризм сприяє диверсифікації економіки, створюючи галузі, що обслуговують сферу туризму.

Міжнародний туризм у світі неоднаковий, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів.

Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав в західноєвропейських країнах. На частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного

ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% доводиться на Америку, менше 10% - на Азію, Африку і Австралію, разом узятих.

Загалом показники кількості подорожей за 2017 рік виявились найвищими за останні сім років, минулого року за кордон з'їздило більше ніж 1300 мільйонів людей.

За даними Міжнародної туристичної організації, частка туризму в світовому ВВП становить близько 9 % та близько 30 % в світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. В 2015 році послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. іноземних туристів, у 2017 році їх кількість досягла 1 млрд. осіб. На період 2017 року товарообіг світового туризму досягнув понад 1,2 трильйонів дол. США [4].

Сьогодні в Україні відбуваються процеси перетворення туристичної галузі в одну з провідних галузей економіки. Це, перш за все, пов'язано з внесенням останніх змін до Закону України, зокрема «Про внесення змін до Закону України про туризм від 15.01.2015 № 124-VIII», Указів Президента України та постанов Кабінету Міністрів України щодо підтримки розвитку туризму.

Слід зазначити, що Україна має все необхідне для активізації внутрішнього та закордонного туризму: вдале географічне положення, сприятливий клімат, багатий історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал. На жаль, за привабливістю для туристів Україна сьогодні займає всього лише 88 місце в світовому рейтингу [1].

Результатом виконання програми розвитку туризму на території України стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними. Протягом періоду 2014–2017 рр. виїзний туристичний потік збільшився з 23,76 млн. осіб у 2014р. до 24,66млн. осіб у 2017 р., тоді як за цей же період в'їзний потік туристів зменшився із 24,67млн. осіб у 2014 р. до 13,33млн. осіб у 2017р. [5].

Економічні та політичні проблеми України негативно вплинули на туристичну галузь. Варто також відзначити, що через безперервні (більше трьох років) військові дії на сході України відбувся різкий спад потоку іноземних туристів в країну. Інфляція і девальвація гривні за ці роки зумовили зменшення кількості виїзних туристів, зате дещо пожвавили внутрішній туризм, який, в свою чергу, може викликати колосальний економічний ефект, так як слабкий і потребує державної підтримки. Важливою проблемою в сфері туризму стала відсутність кваліфікованих працівників: більшість вузів і коледжів випускають недостатньо професійно навчених фахівців, а якісна підготовка і перепідготовка кадрів для сфери туризму в Україні практично відсутня. Не останнє місце серед величезної кількості проблем займають

недосконала правова захист туристів на території України, складності з митним контролем, наявність високого рівня тіньової економіки, і більш того, тривала антитерористична операція на сході країни. Ці обставини створюють несприятливий інвестиційний клімат і ніяк не стимулюють залучення туристів, як потенційних інвесторів, в нашу країну.

Перспектива розвитку туризму в Україні нерозривно пов'язана із якнайшвидшим врегулюванням військового конфлікту, із законодавчою і організаційною підтримкою держави, якісним інформаційним просуванням туристичного продукту. Значному поліпшенню іміджу нашої країни в усьому світі і відкриття нових туристичних напрямків сприяло проведення в Україні навесні 2017 р міжнародного пісенного конкурсу Євробачення.

Можна зробити висновок, що в найближчі кілька років ситуація в частині в'їзного та внутрішнього туризму в кращу сторону не зміниться: держава практично не підтримує і не розвиває некомерційні види туризму; не створений сприятливий інвестиційний клімат; відсутня чітка і сучасна нормативно-правова база, розроблені державою стратегії розвитку туристичної галузі, які б регламентували розвиток різних видів туризму. Разом з тим, з наданням Україні безвізового режиму з Євросоюзом з'явилося ще більше перспектив для розвитку популярного в українців виїзного туризму.

Список використаних джерел:

1. Заварика, Г.М. Особливості розвитку туризму в сучасному українському Донбасі / Г.М. Заварика, Е.А. Зеленко // Туризм і гостинність. – 2017. – № 1. – С. 39–44

2. Міжнародна туристична організація ЮНВТО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unwto.org

3. Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи / В.М. Пестушко // Географія та основи економіки. – 2015. – С. 257.

4. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expres.ua/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-naybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty>

5. Туристичні потоки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від застосування інновацій, які впливають на формування якісно нових туристичних продуктів та надання унікальних туристичних послуг, спрямованих на розширення туристичних можливостей. Сучасні інформаційні технології дають можливість створювати, зберігати та передавати дані, які пов'язані з віртуальною реальністю.

Використання інтерактивних технологій забезпечують формування віртуальних турів та формують ефективний розвиток туристичної діяльності. Віртуальні тури дають можливість майбутнім відвідувачам об'єктивно оцінити особливості природних, історичних та культурних ресурсів, спілкуватися з іншими туристами та дізнаватися багато нового.

Створення та використання віртуального простору при просуванні туристичного продукту являється одним із основних напрямів технологічних інновацій у сфері туризму. Організації, які надають туристичні послуги мають впроваджувати та використовувати сучасні програмно-технічні інтерактивні інформаційні системи, які будуть сприяти розширенню можливостей туристичних підприємств.

Такі системи зберігають у пам'яті велику кількість інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити найкращі напрями просування продукту з урахуванням демографічних факторів, інтересів, кращих засобів розміщення тощо. Інформація про клієнтів може бути зібрана з різних джерел: телефонних розмов, Інтернет мережі, інформаційно-довідкових кіосків, туристичних інформаційних відділів – і збережена в єдиній базі даних.

Використання віртуальних подорожей дають змогу споживачам швидко і легко переходити від планування подорожі до її бронювання, що дозволить зробити туристичні послуги доступними для всіх користувачів мережі Інтернет, а також популяризуватиме імідж регіону [1].

Віртуальний туризм має наступні особливості:

– подолання меж часу і простору (світ представлений поза часом і простором, віртуальний туризм дає можливість для відвідувачів з'явитися в одній частині світу, заходячись фактично в іншій);

– інтерактивність (мається на увазі комунікація між людьми і комп'ютерами. віртуальний туризм використовує різноманітні датчики для взаємодії із багатовимірним інформаційним простором);

– високі технології (віртуальний туризм є результатом поєднання туризму з інформацією і технологіями віртуальної реальності, а отже даний вид туризму не може існувати без високих технологій);

– економія (віртуальний туризм робить подорож дешевою);

– різносторонні відчуття (можливість відчуттів віртуальних турів, світів сприймати зображення, звуки, отримувати досвід та інші складові сприйняття) [2].

Інтерактивна система, призначення якої – замінити реальні екскурсії віртуальними, надає користувачеві такий же обсяг інформації, що і при «живій» екскурсії. Застосування такої системи може бути наступним:

— по-перше, охочі побувати на екскурсії, не виходячи з дому, можуть використовувати таку систему за прямим призначенням, тобто пройти екскурсію, переглядаючи фото та фільми на комп'ютері і слухаючи роз'яснення електронного гіда;

— по-друге, туристи можуть використовувати подібну систему як додаткове джерело інформації, наприклад, при реальному проходженні туру без гіда-людини;

— по-третє, вибіркові варіанти системи можуть використовуватися туристичними компаніями в якості рекламних засобів при пропозиції клієнтам певних маршрутів;

— в-четвертих, система може використовуватися в якості навчальної для підготовки нових екскурсуючих, або, підвищення кваліфікації вже досвідчених.

Всі перераховані застосування можуть варіюватися турфірмою в міру необхідності [3, с. 58].

Віртуальний туризм може бути як альтернатива справжньої подорожі і реального туризму. Така «віртуальна туристична подорож» комфортна і зручна, безпечна, так як вона здійснюється в межах зручного середовища перебування і розширює горизонти культурного простору.

Отже, впровадження віртуальних систем дозволяє збільшувати кількість потенційних клієнтів, підвищують рівень сервісу та обслуговування, забезпечують широкий доступ співробітників та партнерів до інформації.

Список використаних джерел:

1. Фарат О. В. Інноваційні напрями розвитку туристичної галузі Львівського регіону / О. В. Фарат, М. В. Марущак: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/admin/Downloads/eui_2012_2_29.pdf.

2. Сидоренко Г. Ю. Віртуальний туризм: кінець традиційному туризму? / Г. Ю. Сидоренко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scinotesgeo.at.ua/Volume_4/sydor.pdf.

3. Атанасов М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. – Одеса, ОНЕУ. – С. 54-61.

Налбатов О. О., студент

*Науковий керівник Кузьмінов М. В., к.е.н., старший викладач
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У сучасному світі туристичний бізнес почав ставати масовим соціально-економічним явищем яке отримує стрімкий розвиток зі сторони розширення культурних, наукових, політичних і економічних зв'язків між державами і народами світу. В Україні же туристичний бізнес не зазнає таких стрімких розвитків як у світі. Тому постає таке питання «Які актуальні проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні?».

Мета цієї публікації є розбір актуальних проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні, а також їх висвітлення і можливі їх рішення.

У сучасних умовах вітчизняними дослідниками таких як: Кожухівська Р. Б.[1], Кальченко О. М.[2], Соловійов Д. І.[3], виділяється значна кількість підходів до проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні, які так або інакше відрізняється один від одного за концепцією і баченням проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні та їх вирішенням.

Різноманітність існуючих підходів до проблеми в ніякому разі не викликана їх неактуальністю в сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу та їх недостовірністю. Існування значної кількості варіантів проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні, а також різні авторські погляди на проблему і поставлення головних задач її вирішення в умовах сучасного ринку послуг у галузі туризм.

Вище обґрунтовані фактори мають бути враховані під час створення авторського підходу до проблеми туристичного бізнесу в Україні, що використовуватиметься як теоретична основа побудовання проблеми і рішення.

Сучасний туризм належить до потужних динамічних галузей економіки та регіонального розвитку. Це стосується не тільки країн, де туризм становить основу серед інших бізнесів, а й більш розвиненіших індустриальних держав світу - Великої Британії, США, Мексики, Франції, Італії, Іспанії Китаю. За даними Всесвітньої туристичної організації, кожного року в інші країни подорожує більше 800 мільйонів осіб. Більш явним є те що більше ніж в сороках країнах всього світу, туризм як бізнес, є основним джерелом збагачення національного бюджету раїн які цим доволі серйозно займаються, а в семидесяти однію з трьох статей збагачення бюджету. Наприклад, в Гаїті частка надходжень виручки від іноземного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів та послуг становить 70 %, на Кіпрі та в Панамі - понад 50 %, на Іспанії більш як 35 %. На фоні стрімкого розвитку світового туризму впливає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг. Варто зазначити, що об'єктивно вона має усі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів. На фоні всього світового туризму, який набирає більших темпів розвитку дуже швидкими темпами, Україна виглядає на їхньому фоні більш менш розвиненою. На сьогоднішній день українські громадяни змушені так або інакше ставати такими собі інвесторами для туризму інших країн, це зумовлено тим в якому політичному, фінансовому та економічному стані перебуває Україна, що є одним з найболючіших питань усієї туристичної галузі. Адже туризм, за розрахунками передових фахівців, лише у самому вигляді податків туризм міг би щороку приносити в державний бюджет України близько 4 мільярдів доларів [4].

Для того щоб наявно зрозуміти і проаналізувати негативні процеси які відбуваються в галузі туризму треба розглянути ситуацію що склалася на ринку туристичних послуг. Незважаючи на широкий приплив туристів з інших країн, які приїжджають в Україну, їх переважну частину становлять туристи з колишнього СРСР це переважно туристи з Росії, Молдови, Угорщини та Білорусії. Що до інших країн Україну вподобали туристи з Польщі та Ізраїлю (табл.1). Ще варто зауважити що іноземці які їздили в Україну по організованому туризму дуже мало порівняно з приватними поїздками і це може значить те що туристичний бізнес в Україні дуже поганий.

В першу чергу варто зауважити, що іноземні туристи які вїхали на територію України менша ніж Українські громадяни котрі виїхали за кордон. Ці показники поєднує лиш одне, що Українські громадяни що іноземні громадяни вони користуються туризмом тільки за для задоволення своїх професійних та

індивідуальних потреб, менша частка людей користується туризмом за для організованих поїздок для відпочинку чи збагаченню своїх знань щодо іноземних мов. Тут є 2 сторони одної медалі, з одної сторони попит на туризм є і туристичні агентства цим цілком користуються, але є друга сторона і це не розвиненість і не організованість туристичного бізнесу закріпленого станом України, і утисненого державними законами і законодавствами.

Таблиця 1

Виїзд громадян України в інші країни та в'їзд іноземних громадян на територію України у 2017 р.

Країни	Кількість громадян України, які виїхали за кордон – усього осіб	Кількість іноземних громадян які в'їхали на територію України усього осіб
Росія	4 376 423	1 464 764
Молдова	1 680 353	4 435 664
Угорщина	3 118 758	1 119 446
Білорусь	1 186 466	2 727 645
Польща	9 990 978	1 144 249
Ізраїль	155 074	261 486
США	32 660	153 778
Німеччина	344 150	209 447

Аналізуючи табл. 1, варто зауважити, що кількість іноземних туристів які в'їхали на територію України менша ніж кількість українських громадян котрі виїхали за кордон. Ці показники поєднує лиш одне, що українські громадяни що іноземні громадяни користуються туризмом тільки за для задоволення своїх професійних та індивідуальних потреб. Менша частка людей користується туризмом за для організованих поїздок для відпочинку чи збагачення своїх знань щодо іноземних мов. Тут є дві сторони однієї медалі, з одного боку попит на туризм є і туристичні агентства цим цілком користуються, з іншого боку - не розвиненість і не організованість туристичного бізнесу закріпленого за Україною, утисненого державним законодавством впливає на регрес туристичної сфери.

За результатами проведеного аналізу дають можливість зробити висновок, що туризм в Україні відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він є джерелом надходжень до бюджету, створює нові робочі місця, розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг, сприяє зростанню добробуту населення, відіграє важливу роль у розвитку мирних і

дружніх відносин між народами, розширенні міжнаціональних контактів. Україна має значний туристичний потенціал і всі передумови для розвитку внутрішнього, в'їзного та виїзного туризму. Але він використовується недостатньо. Проте аналіз динаміки туристичного ринку України свідчить про тенденції зростання числа туристів. Розвиток туристичної галузі стримується різноманітними проблемами, рішення яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Список використаних джерел:

1. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку / Р. Б. Кожухівська // Вісник Донецького національного університету, сер. Економіка і право.– 2010. – Вип.1. – С. 84 - 86.
2. Кальченко О.М. Проблеми інноваційного розвитку туристичної галузі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kalchenko2.htm.
3. Соловйов Д.І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання / Д. І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – №1(9). – С. 70 - 73.
4. Балабанов І.Т. Курс інноваційного менеджменту: підручник / І.Т. Балабанов. – К., 2000. – 301 с.
5. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Нещадим Л. М., к. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ – ОСНОВА ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Для системного вирішення проблем розвитку сільського зеленого туризму в Україні, як фактора покращення соціальної сфери, необхідний детальний аналіз стану матеріально-технічної бази на селі, рекреаційних комплексів та ємності територій, кваліфікаційної підготовки фахівців туристичної сфери.

Сільський зелений туризм сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Даний вид туризму сприятиме збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності, це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про

історичні, природні, етнографічні особливості України, що заслуговує на всіляку підтримку з боку держави [1].

Сільський зелений туризм є однією зі складових соціально-економічного відродження села. Він є багатоаспектною і багатоцільовою формою розв'язання великої кількості проблем розвитку села і задоволення потреб споживачів, зацікавлених у відпочинку й оздоровленні. Тобто, аграрний туризм є результатом взаємо-заінтересованості двох груп громадян: одні з них проявили ініціативу в освоєнні нової для них справи, інші використовують її у власних інтересах і потребах. Їхня спільна заінтересованість і співдружність сформувала нетрадиційну форму сільської зайнятості й стала винятково важливою не лише для суб'єктів з обох сторін, а й для країни в цілому. Складна структурна побудова аграрного туризму зумовлює організацію його функціонування на основі виконання ним порівняно великої кількості винятково важливих соціально-економічних функцій [2].

Україні має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Українські села багаті індивідуальним житловим фондом та добрими і працьовитими людьми. Водночас гострою проблемою багатьох сіл є зростаючий надлишок робочої сили. Враховуючи відсутність капіталовкладень на створення нових робочих місць у сільській місцевості України, на загальнодержавному рівні більше уваги варто приділяти тим галузям, які не потребують для свого розвитку великих грошових вкладень. До таких галузей належить сільський туризм, який давно практикується в Україні [4]. У світі сільський зелений туризм розглядається як альтернатива сільському господарству за розмірами отриманих прибутків. До того ж, розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних капіталовкладень, як інші види туризму і може здійснюватися за рахунок коштів самих селян без додаткових інвестицій [5].

Єдина універсальна концепція сільського туризму відсутня. Загальним є лише те, що зелений туризм фактично перетворився на ефективний і перспективний сектор туріндустрії, причому не тільки в Європі, де він отримав найбільший розвиток в останні два десятиліття [3, 8].

В Україні сільський зелений туризм перебуває на стадії розвитку. Для подальшої ефективності функціонування даного виду бізнесу необхідно дотримання наступних умов:

- політична та економічна підтримка агротуризму з боку держави;
- створення ефективної мікроекономічної моделі;
- конкурентоспроможність українського туристичного продукту;

- підтримка з боку місцевих органів влади щодо розвитку сільського зеленого туризму;

- розробка та впровадження в дію державних програм з розвитку агротуризму.

Важливим фактором у розвитку зародження українського агротуристичного ринку є те, що він будується децентралізовано – практично без участі центральних структур. Це дає змогу розвивати даний вид бізнесу, враховуючи потреби та проблеми самого сільського населення [4, 5].

Україна має унікальний туристичний потенціал, спроможний забезпечити подальший розвиток національного туристичного продукту. Найважливішим завданням на цьому шляху є забезпечення формування у сфері туризму сталої державної ідеології, спрямованої на раціональне і ефективне використання природних, історико-культурних та соціально-побутових ресурсів для розвитку в'їзного і внутрішнього туризму [2, 4].

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні зможе забезпечити збільшення реальних доходів галузі аграрного бізнесу та сільських територій за рахунок, покращити соціальне становище села. Цьому сприятимуть такі послуги сфери туризму:

- надання послуг з прийому на проживання туристів;
- облаштування туристичних маршрутів та надання екскурсійних послуг;
- транспортне обслуговування туристів;
- єгерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- надання послуг з прокату туристичного спорядження;
- виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів харчування, надання кулінарних послуг;
- реалізація товарів народних промислів;
- проведення культурно-розважальних заходів з урахуванням історико-етнографічної спадщини (анімації).

Отже, розвиток аграрного туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл загалом; стимулює розвиток місцевої соціальної інфраструктури – будівництво доріг, водо- і газогонів, очисних споруд, розв'язання проблеми утилізації сміття. До того ж, цей вплив позитивно позначається на розвитку демографічних процесів на селі, сприяє збереженню сільських населених пунктів, у тому числі й тих, що вже потрапили в категорію деградуючих або депресивних.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

2. Особливості розвитку зеленого туризму в Україні (оглядова довідка за матеріалами преси). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183838>.

3. Гетьман В. І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність // Рідна природа. – 2002. – № 3. – С. 24 – 29.

4. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України // Стратегічні пріоритети. – № 1(6). – 2008. – С. 138 – 143.

5. Писаревский И. М. Предпосылки анализа уровня развития туристической сферы регионов Украины / И. М. Писаревский, Н. Б. Петрова / Электронный ресурс - [Режим доступу] : http://www.confcontact.com/2008dec/4_pisarev.php.

6. Основні тенденції та перспективи розвитку вітчизняного туризму на рубежі ХХ-ХХІ століть [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://buklib.net/books/28702/>.

Олійніченко Є. О., магістрант

Науковий керівник: к. е. н., доцент Петренко П. С.

Уманський державний педагогічний Університет Імені Павла Тичини

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Регіональний туризм є одним з перспективних напрямів діяльності. Його значення полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як в державній, так і в регіональній економіці.

Розвиток туристичного бізнесу регіону буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізувати і стимулювати роботу цілої мережі галузей народного господарства : будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики і поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг.

Розвитку туристичного бізнесу сприяє формування компетенцій і умінь майбутніх фахівців у сфері туризму. Компетентнісний підхід, безумовно, буде переважати, оскільки прагматизм сучасної економіки очевидний, і він буде

диктувати бажання працедавця скоротити витрати на перепідготовку і адаптацію випускників шкіл, а це змусить вищу школу зробити крен на користь профілізації.

Дослідження і практика підтвердили, що непродуманий розпил капіталовкладень, відсутність єдиної генеральної лінії санаторно-курортного будівництва, відсутність координації в розвитку рекреаційних підприємств, відомча роз'єднаність, незначне число інвесторів – усе це знижує економічну ефективність і значимість туризму, не сприяє підйому і прибутковості туристичного бізнесу.

Практика показує, що в Україні значна кількість будинків готельного фонду підлягає капітальному ремонту і відновленню, а це не дозволяє їм претендувати на отримання високих категорій відповідно до загальноприйнятої світової класифікації. Витрати на утримання більшості підприємств готельного бізнесу перевищують прибутки від їх експлуатації, тому деякі з підприємств вимушені здавати частину житлової площі в оренду під офіси, магазини, склади, передавати в користування комерційним структурам і малим підприємствам.

Регіональна політика у сфері туризму повинна передбачати модернізацію і реконструкцію матеріально-технічної бази готельного, ресторанного, транспортного, комунікаційного господарства і приведення їх у відповідність до світових стандартів обслуговування

Дослідженням ролі та значення туризму в економіці країн світу є предметом наукових досліджень таких українських вчених як В. Кифяк, О. Любіцева, М. Мальська, П. Пуцентейло, І. Смаль, Т. Сокол, Т. Ткаченко, В. Худо, В. Цибух та ін., які акцентують свою увагу головним чином на туристичній галузі України; серед іноземних дослідників варто відзначити А. Александрову, В. Гаворецькі, Дж. Джафарі, В. Квартальнова та ін. Розвиток туристичної галузі у світі та в Україні набуває все більшої гостроти й актуальності відповідно до динамічних змін у всіх сферах життя сьогодення

Процес прискореного розвитку туризму є результатом науково-технічного прогресу, зростання пізнавальних та оздоровчих потреб людей і необхідності в міжнародних ділових контактах. Наявність багатого історико-культурного і природно-рекреаційного потенціалу дала змогу багатьом країнам, окремі з яких навіть не належать до високорозвинених, завоювати серйозні позиції на світовому туристичному ринку.

Україна визначає туризм одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки і створює сприятливі умови для організації туристичної діяльності. Цей ринок на сьогодні є доволі перспективним, тому багато підприємців починають свій бізнес саме в цій галузі, що сприяє

соціально-економічному зростанню національної економіки в цілому. Якщо говорити про динаміку розвитку, то туристичний ринок в Україні зараз займає лідируюче місце серед пострадянських країн. Від функціонування туризму безпосередньо залежить життєдіяльність понад 40 галузей економіки України та близько 10-15% її населення [1].

Для економіки України з її найбільш розвиненими туристсько-рекреаційними центрами: Чорноморським узбережжям, Карпатами, Слов'яногір'ям, Азовським узбережжям і унікальними містами, які поєднують прикмети старовини і сучасності, значення міжнародного туризму полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як у державній, так і в регіональній економіці.

У зв'язку з прийняттям в Україні Закону «Про туризм» було покладено фундамент для підприємництва і розвитку туристичних регіонів. Функції туризму перш за все проявляються на територіях конкретних регіонів, а можливості його розвитку визначаються умовами регіонів. Тому розгляд туризму як інструменту соціально-економічного розвитку особливо актуально з позиції регіонального підходу. Забезпечення зростаючої ролі туризму на соціально-економічні умови функціонування регіону вимагає вирішення низки конкретних завдань, серед яких першочерговими є: оцінка ресурсної забезпеченості і туристичних можливостей регіону, виявлення унікальних об'єктів туристського інтересу, визначення напрямів розвитку ресурсної бази для досягнення бажаного соціально-економічного результату. Тобто, управління туристичними ресурсами потребує подальшого теоретичного осмислення і практичного розвитку, оскільки на сьогодні концептуальні основи формування туристичних регіонів є суперечливими, методологія стратегічного розвитку туристичних регіонів розроблена недостатньо, окремі особливості цих регіонів при формуванні довгострокових програм їх розвитку враховуються не повною мірою.

Необхідно розробити стратегію розвитку регіонів, що буде сприяти здійсненню цілеспрямованого планування розвитку туризму на окремих територіях. У зв'язку з цим, важливим та актуальним завданням сьогодення є конкретне перспективне окреслення проблем розвитку туристичних регіонів, розробка теоретико-методологічних засад щодо формування стратегії їх розвитку, враховуючи специфічні особливості їхнього функціонування.

Для отримання об'єктивних і достовірних результатів необхідно проводити комплексну оцінку якості туристичних послуг з використанням фактичних даних і даних, отриманих експертним методом. Практичне використання

запропонованого підходу передбачає три етапи: 1) самооцінка - підготовка до проведення сертифікації якості туристичних послуг; 2) визначення коефіцієнта якості окремих елементів комплексної туристичної послуги за долею експертів; 3) пошук інтегрального показника якості комплексної туристичної послуги.

Отже, можна зробити висновки, що регіональний розвиток туристичного бізнесу буде каталізатором у створенні спеціалізованих підприємств які обслуговуватимуть дану сферу бізнесу, а також він прямо впливає на розвиток другорядних галузей народного господарства, таких як: транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, виробництво різних товарів масового вжитку і стане тим важелем який виведе поетапно регіональний туристичний бізнес на більш високий рівень.

Список використаних джерел:

1. Туризм як соціально-економічне явище: імперативи розвитку – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/shymanska3.htm.

2. Міжнародний туризм як фактор соціально-економічного розвитку – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/aref_tourism/chernina.htm.

Поворознюк І. М., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ФОРМУВАННЯ ПАКЕТНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Сучасні умови господарювання характеризуються зростанням конкурентних відносин між закладами готельного господарства. Процес формування конкурентних переваг є досить трудомістким і вимагає від готелів постійної роботи по удосконаленню своєї діяльності, так як більшість послуг які створюють конкурентні переваги готелю можуть бути легко скопійовані конкурентами.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу на сьогодні необхідно: проведення досліджень щодо формування принципів управління готельним бізнесом; застосування в процесі розробки та прийняття управлінських рішень наукових підходів; орієнтація розвитку готельного бізнесу на інновації; формування рівня ціни та якості послуг [1].

Ми знаємо, що система управління по наданню готельних послуг, відрізняється багатофункціональністю та складністю, що зобов'язує

працівників даної галузі створити комфортні умови проживання із врахуванням потреб сучасного споживача. У зв'язку з тим необхідно сформувавши в готельних підприємствах України продаж пакетних послуг, що дасть можливість підвищити продаж готельних послуг і тим самим підвищити ефективність роботи підприємства і задовольнити сучасного споживача [2].

Що ж таке пакетна послуга готельного господарства? Під пакетом готельних послуг ми розуміємо комплекс пропозицій, які об'єднані однією ціною і надаються відповідним підприємством. Ціна на конкретний пакет послуг може залежати від певного сегмента споживачів.

Основними принципами формування пакетних готельних послуг є:

- пакет послуг повинен бути «повний», послуги повинні доповнювати один одного;

- вартість пакету повинна бути нижче чим вартість окремих послуг.

При формуванні пакетних послуг готелі повинні самостійно формувати їх кількість. А якщо послуги надаються іншими організаціями то обов'язково повинен бути укладений договір.

В Україні формування пакетної готельної послуги в більшості випадках формується на стандарті – «розміщення – сніданок – трансфер». Хоча характеристика пакета залежить і від типу готелю та фінансових можливостях. Але в сучасних умовах господарювання необхідно застосовувати креативні підходи в організації роботи закладу або підсилити роботу додаткових організацій по наданню тих чи інших послуг.

У готельних підприємствах світу, існує безліч пропозицій по наданню пакетних готельних послуг :

- медовий місяць. Цей пакет включає квіти, шоколад, різні види напоїв, сніданок, обід а також пізній виїзд;

- усі види свят (день Св. Валентина, Новий рік, 8 Березня, День народження та ін.) ;

- різні види організаційних заходів (спортивні, святкові та ін.);

- дитячі пакети (ігрові кімнати, послуги няні, дитячі розваги та ін.);

- пакети для романтичних побачень, відпустки, на вихідні тощо.

Готелі які надають широкий спектр готельних послуг у країнах світу пропонують споживачам і незвичайні готельні пакети. До них відносять пакет «терапія покупками» (шопінг), пакет «очікування дитини» (для майбутніх батьків. Номер включає відповідні характеристики та інтер'єр для покращення самопочуття майбутніх батьків); пакети «з тваринами» (для гостей, які подорожують з домашніми улюбленцями), «зелені пакети» (для людей, які люблять природу).

Отже, застосування пакетних готельних послуг у заклади готельного господарства України, дозволить зацікавити нових клієнтів, а також буде стимулювати їх повторні прибуття, що в майбутньому принесе підприємству додаткові доходи.

Список використаних джерел:

1. Давидюк Ю. В. Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу: стратегічні підходи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/195-1.pdf>.

2. Капустіна Т. А. Сутність і поняття технологічних інновацій та інноваційного процесу в управлінні готельним бізнесом / Т.А. Капустіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2012. – № 2. – С. 207 – 210.

Поліщук Ж. В., викладач
Вінницький фінансово-економічний університет

АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Правова концепція розвитку туризму в Україні спрямована на забезпечення правового, організаційного й економічного середовища для формування сучасної туристської індустрії, яка, у свою чергу, реалізує основне конституційне право людини на відпочинок. Гарантія якісної реалізації цього права є одним з головних факторів цивілізаційного розвитку, який повинен супроводжуватися удосконалюванні механізму сучасного туризму.

Правові відносини в сфері надання туристських послуг являють собою комплексні суспільні відносини, у які залучені держава, організації туристської індустрії, туристські фірми й, звичайно ж, самі туристи [1].

На сучасному етапі в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад в Україні існує необхідність удосконалення механізмів державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму з метою формування ефективної системи управління.

Основними методами державного регулювання розвитком сільського зеленого туризму є:

– правові – закони та підзаконні акти, що регулюють туристичну діяльність на селі;

– адміністративні – накази, розпорядження виконавчих органів та посадових осіб, які дозволяють, забороняють, обмежують чи нормують розвиток сільського зеленого туризму;

– організаційні – передбачають організацію діяльності суб'єктів державного регулювання шляхом створення державою умов розвитку сільського зеленого туризму;

– економічні – передбачають організацію оподаткування суб'єктів державного регулювання;

– психологічні – базуються на відкритості інформації про доступ до користування об'єктами сільського зеленого туризму [2].

Органи місцевого самоврядування, в межах своїх повноважень, вирішують питання з розвитку сільського зеленого туризму таким чином:

– при розробці проектів місцевих програм включають програми розвитку сільського туризму;

– створюють на місцях сприятливі умови для заохочення місцевого населення до роботи в розвитку сільського зеленого туризму;

– вживають заходи з розвитку соціальної інфраструктури й благоустрою сіл з метою підвищення їх туристичної привабливості, надають послуги в сфері сільського зеленого туризму;

– співпрацюють з органами державної влади у вирішенні питань розвитку сільського зеленого туризму;

– вирішують на місцях питання розвитку сільського зеленого туризму відповідно до законодавства України.

Особливістю східноєвропейського і західноєвропейського досвіду державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму на сучасному етапі є його спрямованість як на відпочиваючих, так і на селян, господарів садиб, сільських громад, регіони і державу в цілому. Такий підхід дає можливість визначити напрями застосування закордонного досвіду державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Україні, який передбачає поглиблену конкретизацію та деталізацію законодавчого забезпечення державної політики з метою її спрямування на ефективний розвиток сільського зеленого туризму та прослідкувати рівень України серед інших країн у розвитку сільського зеленого туризму.

Аналіз законодавчої бази у розвитку сільського зеленого туризму дозволив визначити проблеми, які гальмують процес розвитку сільського зеленого туризму в Україні, а саме: недосконалість нормативно - правової бази щодо розвитку сільського зеленого туризму; відсутність інфраструктури (умов проживання, транспорту, необхідного сервісу); необізнаність потенційних

відвідувачів про можливості розвитку сільського зеленого туризму; відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування тощо.

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні має багато проблем, які потребують розв'язання шляхом взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що є досить актуальним в умовах децентралізації і формування об'єднаних територіальних громад і тому виникає необхідність вирішувати перш за все питання фінансової, законодавчої підтримки, проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні.

Сучасний підхід реалізації державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму полягає у впровадженні комплексу імідж-менеджменту територій; організаційного механізму розвитку сільського зеленого туризму (моніторингу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на результативність розвитку сільського зеленого туризму); концептуального механізму, спрямованого на реалізацію основних принципів імідж-менеджменту територій; структури впливу імідж-менеджменту територій на розвиток сільського зеленого туризму з метою створення умов для розвитку об'єднаних територіальних громад в межах визначених напрямів державної політики у розвитку сільського зеленого туризму.

На сучасному етапі стрімкого розвитку об'єднаних територіальних громад проаналізовано засоби впливу сільського зеленого туризму, а саме: підвищенням туристичного потенціалу, стимулюванням розвитку малого та середнього бізнесу, розвитком інфраструктури, рекламою місцевих туристичних маршрутів, забезпеченням екологічної безпеки регіону, підвищенням позитивного іміджу об'єднаних територіальних громад, розвитком сільських територій тощо

Важливим чинником розвитку сільського зеленого туризму в державному управлінні є підготовка майбутніх менеджерів до набуття вмій та навичок, до управлінських дій з розвитку сільського зеленого туризму. Розв'язання зазначених проблем потребує цілеспрямованої державної політики у реалізації спеціальних освітніх програм як для працівників органів влади, так і для сільського населення.

Список використаних джерел:

1. Поклонський Ф. Ю. Теоретичні та практичні аспекти управління розвитком малого підприємства сфери туризму : монографія / Ф. Ю. Поклонський. К. А. Панасюк. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. - 207 с.

2. Івашина Л.П. Взаємодія органів державної влади у розвитку сільського зеленого туризму / Івашина Л.П. // Науковий журнал Класичного приватного

Слатвінська Л. А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ УМАНІ З УРАХУВАННЯМ ІНКЛЮЗИВНОЇ СКЛАДОВОЇ

Місто Умань як надбання українського народу та уманської громади, перша згадка про яке датована серпнем 1616 року, сьогодні у XXI столітті є туристичним центром Західної Черкащини. Туризм є однією із найбільш перспективних галузей економіки Умані.

Умань як і Черкащина в цілому є мононаціональною із значним проявом патріотизму серед краян, який сформувався на історичних витоках та збереженні автентичності місцевих традицій та звичаїв.

Умань – місто обласного значення характеризується багатим історичним минулим, яскравою культурою, видатними творами мистецтва та насамперед – чарівною природою і щирими людьми.

Історико-культурні ресурси характеризуються високою популярністю серед туристів, задовольняють їх попит у пізнанні навколишнього світу, сприяють змістовному проведенню вільного часу. Найбільшою особливістю цих ресурсів є те, що вони мають повсюдний характер розташування, адже кожна місцевість вирізняється своєю історією, традиціями, їх потенціал можна вважати необмеженим.

Проблемними сьогодні в Умані залишаються питання невідповідності рівня розвитку туристичної індустрії наявному потенціалу. При цьому слід розуміти, що місто у цій сфері конкуруватиме з іншими населеними пунктами (в першу чергу сусідніми) містами і селами, які також мають чималий туристичний потенціал. І перемога у цій конкурентній боротьбі значною мірою залежатиме від ефективності взаємодії всіх зацікавлених сторін.

Ретроспективний погляд дає можливість пригадати, що 27-29 жовтня 2016 року в м. Умань Черкаської області був проведений перший міжнародний науково-практичний симпозіум на тему «Актуальні проблеми впровадження інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні». В місті Умань були проведені декілька інклюзивних реабілітаційно-соціальних туристичних маршрутів, які ще раз довели актуальність та зацікавленість людей із інвалідністю в розвитку нових видів реабілітації. Також були розроблені 20

різноманітних туристичних маршрутів історичними куточками Черкащини, в тому числі і для інвалідів-візочників.

Отже, хочеться наголосити, що туризм є унікальним явищем для реабілітації людей із обмеженими можливостями та включає в себе як пізнавальний процес, так і дає можливість повноцінної соціалізації. Процес цей взаємовигідний – всі люди потребують спілкування, підтримки, а інколи інвалід своїм прагненням до життя, волею, може надихнути здорову людину до кращого сприйняття і осмисленого прожиття кожної хвилини життя. Сфера туризму стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції національної та світової економіки. Враховуючи вплив туризму на розвиток держави, необхідно сказати, що саме така сила повинна інтегровано відображатись на розвитку інклюзивного туризму. Тому в сучасних умовах розвитку туристичної інфраструктури міста Умань варто приділити велику увагу організації туристичних маршрутів із урахуванням інклюзивної складової як фактора доступності туризму для всіх його учасників.

Туристичний маршрут – попередньо спланована туристами або суб'єктом туристичної діяльності подорож, що може охоплювати один чи декілька туристських шляхів і характеризується визначеним порядком пересування туристів через певні географічні пункти [1]. Компактність міста та географічне розташування економічно сприяє організації та реалізації туристичних маршрутів для всіх учасників.

Позитивними наслідками туристичного маршруту для учасника є: забезпечення комфортності подорожі та перебування; створення умов для відпочинку, розваг і покращення здоров'я; сприяння навчанню; формування почуття прекрасного; можливість брати участь у культурному житті; краще пізнання світу і себе; є нагодою для роздумів; дає відчуття волі і свободи поведінки згідно з переконаннями.

Позитивними наслідками від реалізації туристичних маршрутів для мешканців відвідуваних територій є сприяння поліпшенню умов життя населення; активізація економічного розвитку туристичної місцевості; активізація формування правильних взаємин між людьми та розвиток освіти; спонукання до закономірного процесу соціалізації молоді відвідуваних місцевостей та виключення патологічних явищ.

Все це сьогодні є суттєвою перевагою у розвитку туристичної індустрії.

А особливо важливим елементом розвитку туризму є промоція місцевого туристичного продукту. Тому розробка та реалізація туристичних маршрутів відкриває можливості надання туристам та іншим подорожуючим корисну інформацію про туристичний потенціал міста, що є однією з умов успішного розвитку сфери послуг у місті Умань.

Відповідно до Стратегії розвитку Черкаської області на період до 2020 року [2] сформовано ряд показників, що якісно відображатимуть розвиток туристичної діяльності в напрямку розробки та освоєння туристичних маршрутів Умані.

Від реалізації туристичних маршрутів як однієї із ключових і доступних туристичних послуг, фахівці очікують: зростання іміджу Умані як туристичного міста; активізація туристичної діяльності; взаємозв'язок інфраструктури туризму з іншими сферами соціально-економічного та культурного розвитку міста; забезпечення врівноваженого розвитку міста та управління туристичним середовищем; поєднання механізмів державно-приватного партнерства та концесійних угод у сфері інфраструктурних та туристичних проєктів між містами та країнами; збереження та примноження історико-культурної та природної спадщини міста; розроблення нових комплексних туристичних продуктів; розвиток інфраструктури та сфери послуг навколо конкретних об'єктів та пам'яток; сертифікація об'єктів туристичної інфраструктури; ефективність маркетингу туристичного потенціалу міста; створення системи інформування туристів; знаходження новими суб'єктами своїх економічних ніш, зокрема у сфері ремісництва; покращення кадрового забезпечення розвитку туристичної галузі та готельного господарства; покращення стану рекреаційних зон, у тому числі водних об'єктів.

Індикаторами ефективної реалізації туристичних маршрутів виступатимуть такі показники: кількість об'єктів туристичної інфраструктури та екскурсійних маршрутів; динаміка чисельності туристів та екскурсантів; обсяг наданих туристичних послуг; обсяг туристичних послуг на одного туриста; кількість реконструйованих та новостворених об'єктів туристичної інфраструктури; динаміка чисельності підготовлених фахівців у туристично-рекреаційній сфері; зростання чисельності щасливих людей, які приносять користь людству.

Отже, організація туристичних маршрутів є перспективною та необхідною складовою розвитку туристичної галузі в місті Умань. Особливу увагу варто звернути на розробку туристичних маршрутів з урахуванням інклюзивної складової, доступності туристичних об'єктів.

Ефективна організація туристичних маршрутів інтегровано відображається на ефективній організації екскурсійної діяльності яка є складовою інклюзивного зростання економіки туризму та розвитку суспільства, вона є багатofакторним і багаторівневим процесом, основою її є економіка максимальної зайнятості і взаємодія усіх суб'єктів [3].

Відповідно до світових тенденцій та впровадження рекомендацій ЮНВТО [4], яка наголошує на важливості цифрових технологій у туризмі, надання можливостей для інновацій та підготовки туристичного сектора до майбутнього

роботи, виділяємо такі інновації туристичних маршрутів Умані з урахуванням інклюзивної складової, які необхідно реалізовувати: використання цифрових досягнень; використання технологічних розробок; штучний інтелект; цифрові платформи; раціоналізація використання ресурсів з метою зростання сталого розвитку місцевих громад.

Список використаних джерел:

1. Туристичний_маршрут. Електронний ресурс [Режим доступу]: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Стратегія розвитку Черкаської області на період до 2020 року. Електронний ресурс [Режим доступу]: http://www.ck-oda.gov.ua/docs/2015/strategy_2020.pdf
3. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності: економічний вектор /Л. А. Слатвінська // Ефективна економіка. – 2017. – № 5 [Електронний ресурс] Режим доступу до журналу:<http://www.economy.nauka.com.ua>
4. Message on world Tourism Day from UNWTO Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://wtd.unwto.org/content/wtd-2018-messages>

Тимчук С. В., к. е. н., доцент
Уманський національний університет садівництва

РЕГУЛЯТИВНІ ВИМОГИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРСЬКОГО ТА ТУРАГЕНТСЬКОГО БІЗНЕСУ

Закон «Про підприємства в Україні» регламентує діяльність різних видів підприємств, визначає види та організаційні форми, правила діяльності, створює однакові правові умови незалежно від форми власності й системи господарювання, забезпечує самостійність підприємств, фіксує їхні права та відповідальність, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою [1].

Окремі аспекти обліку та контролю діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму розглядали Ж. А. Богданова, О. М. Гончаренко, Т. С. Осадча, О. В. Сметанко, І. М. Пожарицька. Однак питання регулювання діяльності юридичних суб'єктів туристичного ринку залишаються мало дослідженими.

Процедура створення туристичного підприємства як юридичної особи передбачає багато етапів, при цьому необхідно зауважити, що останнім часом створення і реєстрація має тенденцію до спрощення.

Найважливішими елементами створення туристичного підприємства є:
- вибір організаційно-правової форми;

- протокол намірів учасників (засновників);
- розробка проектів установчих документів;
- проведення установчих зборів;
- підготовка установчих документів для реєстрації;
- правова реєстрація підприємства;
- постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних органах, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та інших установах [2].

Наступні організаційні процедури, пов'язані з відкриттям рахунків у банківських установах, виготовлення печатки, штампу, фірмових бланків.

Вибір організаційно-правової форми господарського товариства проводиться учасниками (засновниками) у відповідності із законодавством України.

Найбільш гнучкою формою для малого туристичного бізнесу є товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ). Воно може бути засноване однією або декількома особами, а статутний фонд такого товариства поділений на частини, розмір яких визначається засновницькими документами. При цьому учасники товариства не відповідають по його зобов'язаннях, а несуть відповідальність, пов'язану з діяльністю товариства в межах їхніх внесків іншою організаційно-правовою формою туристичного бізнесу є товариство з повною відповідальністю, в якому всі учасники несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном [2].

Туристичний бізнес на основі значних початкових інвестицій доцільно реалізовувати у формі акціонерного товариства, які бувають двох видів: відкритого типу, акції якого розповсюджуються через відкриту передплату та купівлю-продаж на фондових біржах, і закритого типу, акції якого можуть поширюватися лише між його засновниками.

Акціонерна форма господарювання має істотні переваги: фінансові – створює механізм оперативної мобілізації великих за розміром інвестицій і регулярного одержання доходу у формі дивідендів на акції; економічні – акціонерний капітал сприяє встановленню гнучкої системи виробничо-господарських зв'язків, опосередкованих перехресним або ланцюговим володінням акціями; соціальні – акціонування є важливою формою перетворення найманих працівників на власників певної частки майна підприємства.

Важливим етапом створення туристичного підприємства є розробка проектів установчих документів у відповідності з обраною організаційно-правовою формою. Так, для товариства з обмеженою відповідальністю засновницькими документами є: установчий договір, підписаний його засновниками (учасниками) та статут, прийнятий загальними зборами

засновників. Якщо засновником товариства є одна особа – установчий договір не укладається.

В установчому договорі перераховуються всі засновники, їх реквізити, розмір статутного капіталу, його розподіл по частках, перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, його оцінка та ін.

Вимоги до установчих документів товариства з повною відповідальністю аналогічні, за винятком специфіки солідарної відповідальності по зобов'язаннях, обумовлених попередньо.

Установчими документами акціонерного товариства є статут, в який додатково до вищесказаного заносять порядок розподілу статутного капіталу на акції, їх номінал, види та ін. Крім цього, додатково вводяться розділи «Права і обов'язки акціонерів», «Дивіденди», «Порядок ведення реєстру акцій». У відкритому акціонерному товаристві додатково вводиться розділ «Порядок емісії акцій». Особливо важливий для всіх форм господарських товариств вибір розміру статутного фонду і частки в ньому кожного учасника.

Правова реєстрація підприємства проводиться виконавчими комітетами міських та районних рад або вповноваженими органами. Реєстрація відбулася, якщо відповідний запис внесений в Державний реєстр, а підприємству видане свідоцтво про реєстрацію відповідної форми.

Після цього настає процедура взяття на облік в органах статистики, податковій адміністрації, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та ін.

Наступним організаційним заходом є відкриття розрахункових рахунків у банківській установі. Це вільний вибір банку, але зручніше, щоб він був розташований в районі, де знаходиться це підприємство.

Обравши туристичну діяльність як основний вид, необхідно розв'язати ще дві проблеми:

1. Вибрати супутні види діяльності, тобто диверсифікувати основу туристичного бізнесу для зниження фінансових ризиків у зв'язку з тим, що туризм достатньо чутливий до цілого ряду факторів: політичних, економічних, інфраструктурних та ін.

2. Бажано вибрати такі види основної та додаткової діяльності, які були б пріоритетними на тривалий період [2].

Якщо майбутня основна діяльність пов'язана тільки з реалізацією внутрішніх турів, то необхідно визначити район прийому-відправки туристів. Якщо підприємство буде займатись міжнародним туризмом, то мають бути вибрані ті країни і регіони, де буде реалізований та спожитий туристичний продукт.

Проведення туроператорської та турагентської діяльності в Україні має відповідати нормативним вимогам прописаним у законодавчих актах. Дотримання процедури створення, реєстрації та функціонування є важливим елементом успішної роботи на ринку туристичних послуг України.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про підприємства в Україні» № 888-12 від 27.03.91 (ВВР 1991, № 24, ст. 273).

2. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.

Харенко В. С., магістр

Науковий керівник: д. е. н., професор Басюк Д. І.

Національний університет харчових технологій

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

Інклюзивний туризм – це вид рекреаційного туризму, який розрахований на людей з обмеженими фізичними можливостями. В Україні подорожі для цієї категорії людей залишаються тільки мріями через відсутність належної туристичної інфраструктури.

Інклюзивний туризм в Україні недостатньо розвинений, хоча його роль для людей з обмеженими можливостями – безцінна. Зазвичай дана категорія населення, через несприйняття їх суспільством, схильна до депресій, а подорожуючи, людина може відволіктися від існуючих проблем, шляхом отримання нових яскравих вражень; знайти нових друзів, що в свою чергу, сприяє соціалізації та покращенню взаєморозуміння у соціумі.

Найважливіше значення туризму для людей, що змушені вести осілий спосіб життя – це визволення їх з певної ізоляції, нав'язаної стереотипами. Люди з обмеженими можливостями повинні відчувати себе повноцінними і активними членами суспільства, які можуть вільно подорожувати та насолоджуватись красотою цього світу.

Найбільш прогресивним містом в Україні, у сенсі розвитку інклюзивного туризму, є місто Львів. Там діє організація, яка об'єднує людей з обмеженими можливостями з метою туризму – «Зелений Хрест». В основі діяльності організації – програми соціальної адаптації осіб з особливими потребами за допомогою екскурсійного, спортивного, пізнавального та сільського туризму.

В інших регіонах України інклюзивний туризм слаборозвинений, тому необхідно виправляти ситуацію, яка склалася, а саме: створювати відповідну

інфраструктуру для комфортних подорожей людей з особливими потребами всередині нашої країни; проводити просвітницьку і громадську діяльність, спрямовану на популяризацію туризму серед людей з особливими потребами; на законодавчому рівні – створювати і впроваджувати в дію закони та підзаконні акти, що регулюють туристичну галузь під потреби маломобільних осіб.

Отже, туризм відіграє важливу роль у соціальній адаптації людей з обмеженими можливостями, а саме: повертає їх до нормального життя; дає можливість відчувати себе повноцінними членами суспільства; дозволяє зав'язувати нові знайомства. Отже, на державному і громадському рівнях потрібно займатися популяризацією подорожей серед людей з обмеженими можливостями і розробляти відповідні програми розвитку інклюзивного туризму.

Список використаних джерел:

1. Ковальська М.С. Туризм як дієвий засіб соціальної адаптації осіб з обмеженими можливостями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/573/744>.

2. Аніщенко А.П. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформації менталітету суспільства (XX–XXI ст.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socsvit.org/node/61>.

Цимбалюк Ю. А., студентка

Науковий керівник: Поворознюк І. М., к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

На даний час сфера готельно-ресторанного бізнесу – одна з найбільш перспективних і швидкозростаючих галузей, що приносить по всьому світу великі прибутки. Даний різновид бізнесу як одна з галузей туризму несе в собі грандіозний потенціал для українського ринку, а також немало важливим є те, що він здатний приносити стійкий дохід у державний бюджет.

Але незважаючи на великий потенціал, сфера готельно-ресторанних послуг України перебуває в складних умовах. Поясненням цього є такі чинники: криза, нестабільна економіка, погіршення ситуації міжнародних комунікацій, ситуація на Сході країни.

Розширення бізнесу цього сектору є майже неможливим, адже конкурентна боротьба загострюється, кількість клієнтів постійно зменшується.

Правильна та раціональна побудова плану маркетингу дозволяє підприємцю не тільки не втратити споживачів та залишитись на ринку готельно-ресторанних послуг, а й отримувати стійкий дохід, що, в кінцевому результаті, збільшуватиме скарбницю країни.

Саме тому, щоб гарно функціонувати і тримати вдалу конкурентну позицію на ринку мало забезпечити високий рівень комфорту проживання та харчування, але й потрібно:

- постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів;
- пропонувати широкий асортимент додаткових та основних послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля та багато інших.

Сьогодні, сфера готельно-ресторанного бізнесу базується на певній системі обслуговування, яка характеризується необхідністю надання якісних послуг своїм клієнтам [3, с. 56].

Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу є складною багатоаспектною системою, головне завдання якої – забезпечення відвідувача (гостя) послугами, а саме продемонструвати великий спектр додаткових послуг, щоб задовольнити інтереси клієнта.

Найважливішим завданням маркетингу у сфері готельно-ресторанних послуг є організація виробництва й надання послуг високої якості з урахуванням інтересів споживачів і забезпечення стабільного становища підприємства на ринку послуг.

Планування організації маркетингу у сфері готельно-ресторанних послуг має проходити три етапи:

1. Визначення основного продукту, потреби, які він буде задовольняти, сегмент ринку.
2. Розробка програми, яка створить цей продукт максимально привабливим для свого сегменту споживачів.
3. Надання своєрідних гарантій для споживача.

Перший етап характеризується аналізом та визначенням бажань клієнта стосовно вибору основних та додаткових послуг.

На другому етапі розробник повинен остаточно сформулювати готельний продукт до реалізації та зробити його привабливим для клієнтів.

Для цього він повинен:

- мати великий асортимент послуг, що варіюються;
- мати певний рівень якості;
- мати продуманий імідж;
- володіти рекламою, інформацією та піар-заходами [1].

Найбільш вагомим є застосування інструментарію внутрішнього маркетингу, який прийнято розглядати як використання маркетингового підходу до виховання мотивованого, цілеспрямованого персоналу шляхом побудови ефективної системи внутрішніх відносин «виробник – споживач», з метою найбільш повного задоволення споживача.

Маркетинг готельного та ресторанного продукту як ринкова концепція управління, спрямована на задоволення потреб туриста в подорожах і відпочинку. Головною ціллю такої системи є:

- підвищення рівня споживання готельного продукту;
- досягнення максимального задоволення споживача;
- надання широкого асортименту послуг;
- максимальне підвищення якості відпочинку та рекреації [2, с. 18].

Специфіка маркетингу відносин як концептуальної основи управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу полягає у:

- встановленні якомога тісних зв'язків з найбільш вагомими цільовими групами;
- забезпеченні високого рівня задоволеності клієнта;
- підвищенні рентабельності та раціональної взаємодії з партнерами та споживачами;
- зміні підходів до ринкової сегментації, адже до людей різного статусу потрібен індивідуальний підхід;
- особливому підході до кожної послуги.

Основною проблемою маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі є проведення незначної кількості маркетингових досліджень або взагалі їх відсутність.

Таким чином, можна зробити висновок, що успішне функціонування готельно-ресторанного господарства залежить від правильно сформованої маркетингової діяльності. Одним із головних аспектів маркетингової діяльності в готельно-ресторанному бізнесі є:

- проведення різноманітних досліджень ринку готельно-ресторанних послуг;
- вивчення ринку готельно-ресторанних послуг;
- виокремлення прибуткових сегментів ринку.

Маркетингова діяльність у сфері готельно-ресторанного бізнесу це вірний шлях до ефективної роботи підприємств стосовно підвищення своєї конкурентоспроможної позиції на ринку.

Список використаних джерел:

1. Тимошенко З. І. Маркетинг готельного продукту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tourism-book.com.

2. Страшинська Л. В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навч. посібник / Л. В. Страшинська. – К. : НУХТ, 2011. – 89 с.

3. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник. / Л. І. Нечаюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 346 с.

Цишек О. В., магістр

*Науковий керівник: Басюк Д. І., д. е. н., професор
Національний університет харчових технологій*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЛЬНЕОЛОГІЧНОГО КУРОРТУ САТАНІВ

Курорт Сатанів розташований в межах найбільшого в Європі Національного природного парку «Подільські Товтри». Його унікальний природний феномен – Товтрова гряда, поєднаний з мальовничим долино-річним ландшафтом р. Збруч, став підставою називати м. Сатанів подільською Швейцарією, але подібного природного об'єкта з таким геологічним минулим в Європі немає.

Місто Сатанів дивує своїми архітектурними надбаннями, в місті є унікальна синагога-фортеця, зараз дещо поруйнована, проте зі збереженою ліпниною, фресками. На березі Збруча розташований величезний єврейський некрополь XVI–XVIII ст. – справжній музей кам'яного різьблення з химерними орнаментами та фантазійними фігурами. Ще одна цікава пам'ятка – і до того ж найдавніша – це залишки 8 скіфських курганів та змієвих валів.

Окрім туристичного потенціалу, містечко Сатанів має й рекреаційний потенціал. На березі Збруча розташована курортна зона з санаторіями та цілющою водою. У 1970–1978 роках тут відкрито і досліджено одне з найбільших у Європі родовищ мінеральної води типу «Нафтуса», названої «Збручанською». Його дебет складає 257 м³ на добу, що дає змогу проводити одноразове лікування біля 100 тисяч чоловік. Збручанська вода, на відміну від трускавецької, містить йод, бром, мідь, марганець, фтор, двовалентне залізо, метаборну кислоту, фосфор та інші цінні мікроелементи.

На глибинах понад 600 метрів виявлено хлоридно-натрієво-бромну воду. Ступінь її мінералізації становить 38 грамів, що вище, ніж у морської та океанічної води. З метою збереження запасів цієї води родовище «солоня ропа» законсервовано.

На базі родовища Збручанської лікувальної води засновано державний курорт «Сатанів». Одночасно тут можуть оздоровитися близько тисячі чоловік,

запаси води – 257 м³ на добу. Сьогодні неподалік Сатанова, окрім санаторію «Товтри», який перебудовується і розширяється в «Арден Палац» – чотиризірковий відпочинковий комплекс, працюють профілакторій «Берізка», санаторій «Збруч», оздоровчий комплекс «Поділля», «Жива вода», санаторно-лікувальний комплекс «Перлина Поділля», реабілітаційний центр УМВС України «Оksamит Поділля», оздоровчий комплекс «Аква Віта». Отже, територія, де сьогодні знаходиться Сатанів, належить до найдавніше заселених на Поділлі і обов'язково стане прекрасним курортним містечком європейського зразка.

Проте, окрім сприятливої ресурсної бази, курорт Сатанів має велику кількість перешкод на шляху свого розвитку та становлення курорту з європейськими стандартами, а саме:

- ринок бальнеологічної сфери монополізується – малі санаторії будуть вимушені припинити своє існування;
- низька популяризація курорту Сатанів на ринку лікувально-оздоровчих послуг України, відсутність бренду та маркетингової стратегії;
- висока зношеність інженерно-технічних комунікацій.
- неналежна якість, а подекуди – відсутність дорожнього покриття в околицях міста Сатанів;
- значне погіршення лікувальних властивостей мінеральної води Збручанського родовища, виснаження і забруднення родовища лікувальної води у зв'язку з не дотриманням вимог Державної комісії по запасах щодо гірничого відводу.

Усі вищезазначені пункти негативно впливають на конкуренцію на ринку надання послуг санаторно-курортного лікування і призводять до зменшення кількості споживачів, які користуються послугами санаторіїв та виснаження Збручанського родовища.

Отже, для розвитку курортного потенціалу м. Сатанів, слід розпочати активну роботу із просування курорту на ринку потенційних клієнтів. Це особливо актуально зараз, коли курортна сфера України не здатна конкурувати з європейськими центрами відпочинку, через те, що популяризація українського курортного відпочинку повністю відсутня. Оскільки в м. Сатанів існують унікальні родовища мінеральної води, і є ресурси для розвитку інфраструктури, то створення потенційно привабливого курорту для українців є можливим, а отже можна спровокувати новий курортний бум в Україні за допомогою правильної маркетингової політики та розвитку курорту в м. Сатанів. До цього часу слід зробити все, аби наростити кількість відвідувачів в тих санаторіях, які зараз присутні в м. Сатанів, створити новий бренд

курортного містечка, та заохотити українців відвідувати це унікальне місто України. Отже, першочерговими діями, які варто зробити є:

- провести аналіз вигоди та ризиків від надання статусу державного курорту Сатанів та здійснити необхідні кроки для отримання статусу курорту(державного чи місцевого);

- контролювати відповідність вимогам Державної комісії щодо гірничого відводу;

- ініціювати обласною владою перед Міністерством інфраструктури України організацію зупинки у Війтівцях основних поїздів, які слідують за маршрутом Київ-Львів;

- підібрати відповідну компанію чи окремих спеціалістів в галузі розробки брендів і доручити їй створити бренд курорту Сатанів та способи його просування на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку;

- розпочати планомірну системну рекламну кампанію у засобах масової інформації, а також в інтернеті щодо унікальних можливостей відпочинку у Сатанові, починаючи вже з цього року;

- створити унікальний туристичний продукт на базі існуючої ресурсної бази в м. Сатанів, який зможе привабити туристів відвідати дане курортне місто.

Основним завданням для м. Сатанів є створення нового, унікального продукту, який зможе конкурувати з українськими курортами, або ж навіть стане лідируючим на курортному ринку України. Тож автором пропонується розробити новий напрямок відпочинку туристів на основі ресурсної бази м. Сатанів. Наприклад, для зростання відвідувань та репутації курорту пропонується розвивати новий вид туризму на теренах України – beauty-туризм – подорожі метою яких є проведення косметологічних та СПА процедур, косметичних операцій, використання екзотичної косметології, фітотерапії для боротьби зі старінням, а також психологічна розрядка та відпочинок від буденності. Організація даного виду туризму є можливою на території курорту Сатанів, оскільки склад мінеральних вод, природних ресурсів та санаторної бази може створити конкуруючий продукт серед європейських курортів. Мінеральні води м. Сатанів не поступаються, а навіть переважають, за складом та властивостями, всесвітньо відомий французький курорт Віши, який завдяки вдалій маркетинговій стратегії асоціюється з красою та молодістю для усіх жінок світу. Тож є сенс та стимул розвиватися в цьому напрямку і курорту Сатанів і створити новий центр beauty-відпочинку в Україні.

Згідно зі Стратегічним планом розвитку Сатанівської громади до 2020 року, громада позиціонує себе як рекреаційно-оздоровчу територію в мальовничій природній резервації «Товтри», в основі економіки якої – рекреаційно-

лікувальні послуги бальнеологічного курорту європейського рівня «Сатанів». Внаслідок злагодженої політики регіону і громади формуються і просуваються на інвестиційні ринки привабливі інвестиційні пропозиції. Залучення стратегічних інвесторів дозволить радикально змінити образ «радянського курорту» на сучасний європейський лікувально-оздоровчий центр, який приваблює гостей як з України, так і зі всього світу. Супутніми послугами стають екологічний, зелений та гірськолижний туризм, що забезпечить цілорічне ефективне функціонування курортного комплексу. До вищезазначених послуг при наявності інвестицій можна буде додати beauty-туризм, який сформує новий імідж курорту Сатанів. Завдяки йому зросте кількість робочих місць та рівень доходів населення. Малий і середній бізнес розвивається як обслуговуючий кластер курортної мережі.

Список використаних джерел:

1. Колесник О. О. Оцінка стану санаторно-курортного комплексу та його впливу на розвиток туристичної індустрії України / Колесник О. О. // Вісник ЖДТУ. – 2008. – №3 (45). – С. 264-270.
2. Перова О. В. Сатанів – місто-легенда, місто-курорт: Інформаційний довідник (історія, санаторії, екскурсії) / О. В. Перова, І. М. Байдак – Хмельницький: Видавництво Алли Цюпак, 2007. –45 с.
3. Охріменко А. Г. Удосконалення територіальної організації рекреаційного комплексу Подільського регіону: автореф. дис. канд. екон. наук.: 08.10.01 / Охріменко А. Г.; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. – К., 2001. – 18 с.
4. Стратегічний план розвитку Сатанівської громади до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sataniivskagromada.gov.ua/strategiya-rozvitku-1527830831/>.
5. Стратегія регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kprda.gov.ua/?p=6782>.

Штангєєва Н. І., д. т. н., професор
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ІННОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасна наука про харчування потребує нових підходів до формування раціону людини в умовах сучасної цивілізації. Основними завданнями закладів харчування є створення технологій якісно нових безпечних харчових продуктів з направленою зміною хімічного складу, які мають відповідати потребам різних

вікових та соціальних груп населення та бути цікавими для споживачів, постійно удосконалюючись та впроваджуючи інновації, адже відповідно до правила Парето, лише 20% постійних відвідувачів закладу харчування можуть забезпечити йому 80% прибутку.

В Україні суспільство, що користується послугами закладів харчування за рівнем доходів можна поділити на три прошарки: з високим рівнем доходів, середнім та задовільним. Відповідно, заклади харчування також поділяються на елітні, ресторани для середнього класу (демократичні) та фаст-фуди. Крім звичайних барів і кафе в останні роки виокремився особливий їх тип, що користується значним попитом у молоді, – кав'ярні.

Успішність ведення ресторанного бізнесу в умовах економічного спаду в країні потребує особливого підходу, творчості, креативності та постійного розвитку. Необхідно реагувати на попит відвідувачів, змінювати, в межах можливого цінову політику ресторанного закладу та порівнювати його діяльність з відомими кращими аналогами в Україні та за кордоном. Велике значення мають не тільки концепція, основна стратегія та стиль діяльності ресторану, а й конкретні деталі, що надають йому унікальності і неповторності.

Для успішного розвитку необхідно впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності закладів ресторанного господарства. Задоволення потреб у якісній і красиво та смачно приготовленій їжі, в правильно вибудованих стосунках з гостями закладу, чітку маркетингову політику і PR-стратегію.

Інноваційний проект у ресторанному бізнесі являє собою складну систему взаємопов'язаних заходів, спрямованих не тільки на поліпшення послуги.

Наразі основними напрямками технології харчування є екологічність і технологічність, причому часто нові тренди пропонуються не спеціалістами, а споживачами. Дослідження показали, що в Америці 35% громадян практикують дні без м'яса і надають перевагу отримувати життєво необхідний білок з альтернативних харчових продуктів. Значна частина споживачів переходять на білки рослинного походження. Підвищується попит на вегетаріанські, особливо на веганські продукти, свіжі овочі, зменшується попит на молоко.

Вчені деяких країн прагнуть вирощувати м'ясо в лабораторних умовах з клітин тварин, отримувати «веганське» м'ясо, яке при вирощуванні не потребує антибіотиків і відпадає необхідність вбивати тварин. Таке м'ясо називають «лабораторне» або «чисте». При цьому на кухні мають працювати різні працівники з лабораторним м'ясом і м'ясом, отриманим забиванням тварин. Шеф-кухар має запропонувати такі позиції в меню, які б задовольнили всіх відвідувачів ресторану.

Від фермера до столу – є стійкою сучасною тенденцією. Гості ресторанів все частіше цікавляться походженням інгредієнтів для страв – де їх вирощують, транспортують та як це впливає на навколишнє середовище.

Найбільшої уваги і відповідальності вимагають елітні повносервісні ресторани, в яких пропонується широкий вибір страв розряду «високої» кухні. Найчастіше в них підтримуються традиції французької або італійської кулінарії, які, як вважають західні гурмани, є найкращими в світі. Досвідчені шеф-кухарі таких ресторанів розробляють і свої новації, оскільки, як правило, вони відрізняються ще й креативністю і їхні інноваційні розробки потребують комерціалізації, оскільки вони є здобутком даного колективу працівників.

Значним попитом користуються сімейні ресторани, які часто стилізують під старовину і мають національний або тематичний напрямок. В них часто оформляються дитячі та ігрові кімнати з наданням вихователя, що дає змогу вільно відпочивати батькам. Розширюється сервіс «їжа та напої на виніс» та їх доставка. Для якісного виконання цієї послуги в ресторані організують стійки для видачі замовлень, зберігання страв, їх пакування та оформлення.

Для залучення гостей в умовах жорсткої конкуренції недостатньо стильного інтер'єру та якісної і смачної їжі. Потрібні нові цікаві маркетингові заходи, наприклад, проведення конкурсів, в яких можна виграти знижку на обслуговування або «вечеря на двох» та ін.

У багатьох ресторанах впроваджені теплан-шоу (відкрита кухня), але як виявилось, деяким гостям не подобається відчувати навіть незначні запахи кухні та бачити використаний посуд, тому на кухні поряд з робочим столиком кухаря встановлюється відеокамера і за його роботою бажаючі можуть спостерігати на моніторі, що вмонтований на столику в залі. Застосовується також креативна подача страв – на великому блюді невеликими порціями або з імітацією під різні текстури (трава, камінь, мотузки).

Креативність інтер'єру можна побачити у Київському ресторані Vin-бар, який став номінантом «Пальмова гілка 2018». Він має концепцію «Щоб все було не фейковим». Його мета – сприяти становленню культури споживання вина в Україні. Філософія цього закладу – «щоб форма пляшки не була важливішою за її зміст». Родзинкою основної зали є великий круглий стіл на 10 чоловік, основою якого є дно бочки, ємністю 10 тис. л. Світильники зроблені із скла у оригінальній формі декантера 18 століття. Над винним погрібом розміщується барна стійка, а в підлозі є вікно з видом у винний погріб.

На сьогодні багато українських рестораторів пройшли навчання у кращих закладах Америки і Європи, і отримані знання вони успішно впровадили у закладах ресторанного господарства нашої країни. В Київському ресторані «Smorrebrod» оригінально поєднуються холодний скандинавський стиль з

українськими мотивами. В інтар'єрі використовуються натуральні матеріали – дерево, камінь, метал. Цікавими є ресторани «Міський ринок їжі» в Одесі, ресторан «Жизнь замечательных людей» та «Маца и устрицы» в Києві. Всі ці заклади ресторанного господарства втілюють основну ідею – насолоджуватися спілкуванням та їжею.

Для молоді аудиторії окрім смачної їжі ключовими факторами є затишок і атмосфера, що з успіхом впроваджено в ресторані «Food Простір» в Києві. Тут пропонуються ультрасучасні технології замовлень страв, а також спеціальні пейджери, які інформують про готовність страв.

Автоматизація і диджиталізація все ширше використовуються у ресторанах. З метою зменшення контактів гостей з персоналом впроваджують подання замовлень через автомати, а не через персонал. Оплата при цьому безготівкова. Це дає змогу ресторану зменшити витрати на персонал та уникнути помилок і непорозумінь, які іноді виникають при спілкуванні гостей з персоналом.

Повним рудиментом у ресторанному бізнесі є наявність громіздкого меню, форма якого не змінювалась протягом століття. Необхідність гортати його важкі сторінки часто погіршує настрій, особливо у молоді. Тому заміна його сучасним I-Pad (ом) стала революційною інновацією у ресторанному бізнесі. За допомогою I-Pad гості легко можуть підібрати з карти вин ресторану вино за ціною, роком витримки, регіоном виробництва та іншими показниками та підібрати до нього відповідну страву, а також підрахувати калорійність замовлених страв та побачити кінцевий чек замовлення. Очікуючи виконання замовлення, можна пограти в інтернет-ігри, почитати новини, проглянути пошту, тощо.

Використання Інтернету дають широкі геолокаційні можливості для ресторанів. При пошуку через Google потенційні відвідувачі можуть отримати не лише адресу ресторанів, що знаходяться в даному районі, а й повністю меню конкретного закладу. Гості часто фотографують страви, що їм сподобалися, і виставляють їх у соцмережах, що є чудовою рекламою і мотивує шеф-кухарів удосконалювати оформлення страв (інстаграмні їжа та напої).

Заміна традиційного меню I-Pad(ом) дає змогу адміністрації ресторану легко коригувати меню, вносити в нього назви нових страв.

Останнім часом почали використовувати QR – код – двохмірний штрих-код, який розміщують на різних носіях – касових чеках, меню, різних рекламних матеріалах. Його сканують мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука. В ньому записують великий обсяг інформації про історію ресторану, час його роботи, інформацію про страви та їх інгредієнти, харчову цінність та калорійність страв тощо.

Отже, результатом впровадження інновацій у заклади ресторанного господарства є збільшення кількості відвідувачів та постійних клієнтів, покращання обслуговування, підвищення конкурентоспроможності та прибутковості закладу.

Список використаних джерел:

1. Архипов В.В. Гостинично-ресторанный сервис : культура и традиции питания народов Мира: учебн. пособие // В.В. Архипов, Е.И. Иванникова, Киев. : Атика, 2005. – 215 с.
2. Инновационные технологии, изменившие ресторанный бизнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://probus.ru/corporation03.html>
3. Константинова Е. Управление ресторанами: новые технологии и тренды [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbcdaily.ru/corporationpublications/14857.html>.
4. П'ятницька Г. Т. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства: / Г. Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька // Економіка розвитку. – 2013 №1 (65). – С. 122-126.
5. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології : навч. посібник / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька, Київ.: Кондор, 2013. – 207 с.

Ямпольська К. Б., магістр

*Науковий керівник: Басюк Д. І., д. е. н., доцент
Національний університет харчових технологій*

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНФЕРЕНЦ-ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Конференц-туризм – це різновид туризму, що здійснюються з метою участі в різноманітних конференціях.

Конференція – заздалегідь заплановане, організоване зібрання людей для обговорення певної проблематики, яка визначена заздалегідь.

Для підтримки свого іміджу великі компанії періодично проводять з'їзди поза робочих стін, щоб, так би мовити, розрядити обстановку. Організація конференц-туру вимагає чималих зусиль і витрат. Потрібно підібрати конференц-зал, зустріти і поселити всіх учасників заходу, узгодити технічні питання та інше.

За статистикою, більшість конференцій проводиться в теплу пору року – з травня по листопад, при цьому пік бізнес-поїздок припадає на вересень. Як правило, найбільш ефективні щорічні конференції.

Конференції – це чудовий спосіб познайомитися з представниками фірм та компаній, знайти партнерів. Все частіше організують конференції в форматі «в коридорі», головне – не втрачати момент. Якщо хочете з кимось познайомитися – підходьте і знайомтеся, будете довго чекати, замість вас підійде хтось інший.

Другою перевагою конференцій є можливість послухати відомих спікерів. Найчастіше це вже досвідчені оратори з великим досвідом, кажуть коротко, по справі, діляться реальними кейсами «без води».

Існує багато видів конференцій: наукова-, прес-, веб-, ехо-, бізнес конференція тощо.

Конференц-туризм – це не тільки підбір конференц-залу, а й створення комфортної атмосфери, умов, необхідних для максимально ефективної роботи учасників конференції.

Основними послугами конференц-туризму є:

- консультація та рекомендація з питань планування та організації заходів;
- підбір та оренда конференц залів та аудиторій для семінарів;
- пошук кейтерингових компаній;
- зустріч учасників конференції;
- транспортне обслуговування;
- технічна підтримка заходу;
- забезпечення сувенірною продукцією з логотипами замовника заходу.

Кращими конференц-готелями світу визнані Sheraton Готель і Центр з'їздів в Анкарі, Туреччина та Emirates Palace, Абу-Дабі в ОАЕ.

Львівська область завжди була популярна не лише для українських туристів, а й для іноземців. Сьогодні окрім традиційних напрямків туризму, область, а особливо її центр, Львів, стала розвивати новий напрям – конференц-туризм. Завдяки великій кількості різноманітних закладів харчування та проживання, кейтерингових компаній, івент-агенств, Львівська область має гарне підґрунтя та умови для розвитку цього напрямку.

ЛКП «Львівське конференц-бюро» (раніше ЛКП «Агенція з підготовки подій», англ. Lviv Convention Bureau) – львівське конвенц-бюро, створене у 2013 році при Львівській міській раді з метою розвивати конференц-туризм. Діяльність ЛКП спрямована на популяризацію Львова як нового напрямку ділової гостинності у Східній Європі та співпрацю з місцевим бізнесом, задля збільшення кількості бізнес-туристів.

Із жовтня 2014 року Lviv Convention Bureau є членом Міжнародної асоціації конгресів та конференцій ІККА (ICCA – International Congress and Convention Association).

Львівське конференц-бюро:

- координує спілкування між місцевими учасниками індустрії ділового туризму;

- співпрацює з готелями та іншими місцями, де проводяться зустрічі;

- надає підтримку урядових організацій та місцевих ЗМІ;

- представляє Львів на міжнародних виставках, форумах та симпозіумах.

У Львівській області зосереджено багато пам'яток культурно-історичної спадщини, правильно поєднавши з конференціями, які стануть вдалим доповненням до ділових заходів.

Львів – місто з багатою історією, цікавою архітектурою та низкою тематичних кафе. Однак у Львівській області є ще чимало цікавих місць.

Цього року у Львові проведуть комплексне дослідження ринку ділової гостинності на замовлення ЛКП «Львівське конференц-бюро». Головна мета опитування – створити «портрет» середньостатистичного делегата конференції, дізнатись, скільки часу він проводить у місті та скільки коштів витрачає, а також проаналізувати, наскільки комфортною є місцева екосистема – готелі, транспорт, кейтеринг тощо – для проведення ділових заходів.

Львів став першим містом України, яке обрало одним із пріоритетних напрямів розвитку індустрію ділової гостинності. Так, упродовж минулого року тут відбулося 397 конференцій, із яких 74 – міжнародні. А вже до 2020 року у Львові мають намір досягти показника у 100 міжнародних конференцій.

Список використаних джерел:

1. ЛКП «Львівське конференц-бюро» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.city-adm.lviv.ua/lmr/utilities/lkp-lvivske-konferents-biuro>.

2. Науковці та наукові інституції мають змогу отримати додаткове фінансування з міського бюджету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvivconvention.com.ua>.

3. Сучасні різновиди туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com/1333122243570/turizm/konferents-turizm>.