

**СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЦЕНТР
ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ДНІПРОВСЬКА АКАДЕМІЯ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ

**НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, УПРАВЛІННЯ

**Збірник наукових праць та тез наукових доповідей
за Матеріалами VI Міжнародної науково-практичної конференції**

27-29 листопада 2019

**Прага
2019**

УДК 330.34+338.20

Е 45

Економічний розвиток: теорія, методологія, управління [матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції]. — Nemoros s.r.o., - Prague, - 2019. — 399 с.

Рецензенти:

Земан З., доктор економічних наук, професор, Голова Науково-експертної ради Східноєвропейського центру фундаментальних досліджень, професор Університету Святого Іштвана (м. Геделле, Угорщина).

Яковенко Н. Л., доктор історичних наук, професор, професор кафедри міжнародних організацій і дипломатичної служби Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Редакційна колегія:

Ігнат'єва І.А., доктор економічних наук, професор;

Кучеренко Д. Г., кандидат економічних наук, доцент;

Чаграк Н. І., кандидат педагогічних наук, доцент.

© Copyright by
Eastern European Center of the
Fundamental Researchers,
Nemoros s.r.o.,
Rubna 716/24, 110 00, Prague 1

ISBN 978-611-01-1695-4

Nemoros s.r.o.,
Rubna 716/24, 110 00, Prague 1
Czech Republic, 2019

ОРГКОМІТЕТ
VI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ “ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ТЕОРІЯ,
МЕТОДОЛОГІЯ, УПРАВЛІННЯ”

Співголови Оргкомітету:

Россі Р. — почесний доктор, Президент Східноєвропейського центру фундаментальних досліджень (м. Прага).

Лентнер Ч. — професор, доктор економічних наук, Голова Вченої ради Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку, завідувач кафедри публічних фінансів факультету публічного адміністрування Національного університету громадського управління (м. Будапешт).

Члени Оргкомітету:

Аранчій В.І. — кандидат економічних наук, професор, ректор Полтавської державної аграрної академії МОН України;

Дмитриченко М.Ф. — доктор технічних наук, професор, ректор Національного транспортного університету;

Сиченко В.В. — доктор наук з державного управління, ректор КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти», Заслужений працівник освіти України;

Мельниченко С.В. — доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи, Київський національний торговельно-економічний університет;

Маркіна І.А. — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Полтавської державної аграрної академії;

Славінська О.С. — доктор технічних наук, професор, декан факультету транспортного будівництва, Національного транспортного університету;

Кучеренко Д.Г. — кандидат економічних наук, доцент, директор Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку;

Ігнат'єва І.А. — доктор економічних наук, професор, заступник директора з інноваційної роботи Науково-дослідного інституту соціально-економічного розвитку;

Гришук О.К. — кандидат технічних наук, професор, проректор з навчальної роботи Національного транспортного університету, професор кафедри туризму;

Москалець М.М. — кандидат педагогічних наук, проректор з науково-педагогічної роботи, КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»;

Бондар Н.М. — доктор економічних наук, доцент, декан факультету економіки та права, Національний транспортний університет;

Ведмідь Н.І. — доктор економічних наук, професор, декан факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу, Київський національний

торговельно-економічний університет;

Бойко М.Г. — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний торговельно-економічний університет;

Шевченко Н.О. — доктор наук з державного управління, завідувач кафедри публічного управління та права, КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»;

Салімон О.М. — кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний торговельно-економічний університет;

Шевченко О.О. — доктор наук з державного управління, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування, Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського;

Дячков Д.В. — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту Полтавської державної аграрної академії;

Чаграк Н.І. — кандидат педагогічних наук, доцент, ВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”;

Тадля О.М. — старший викладач кафедри менеджменту шоу-бізнесу Київського національного університету культури і мистецтв.

ЗМІСТ

ВІТАЛЬНІ СЛОВА	11
<u>НАУКОВІ СТАТТІ ТА ДОПОВІДІ</u>	
<i>Баранець І.М.</i> Напрями взаємодії органів виконавчої влади зі стейкхолдерами в умовах організаційних перетворень	12
<i>Конашук В.Л.</i> Дослідження проектної форми інноваційно-інвестиційної діяльності як складова методології економічного розвитку	19
<i>Iwona Wojciechowska.</i> Social media as the important means of communication of universities with their surroundings	27
<i>Yivkovetska Y., Ivanova Y., Kainova O.</i> Intercultural communication in business	32
<i>Лециій Л.А.</i> Інноваційна діяльність підприємств в Україні: проблеми та перспективи	39
<i>Mishchenko K.</i> Formation of communication relations of state authorities in Ukraine	45
<i>Москалець М.М., Шапран Л.О.</i> Використання світового досвіду розробки системи збалансованих показників в практиці закладів загальної середньої освіти	50
<i>Буданов Б.В., Сердитых Г.А., Ужаков Г.В.</i> Оскорбление чувств верующих	57
<i>Сиченко В.В., Хитько М.М.</i> Напрями реформування освітньої галузі у контексті процесу соціальної модернізації українського суспільства ...	61
<i>Вовк М.О.</i> Технологічна реструктуризація підприємств агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів НАССР	66
<i>Даценко Є.А., Брода А.Ю.</i> Страхування життя в Україні	72
<i>Вохмяніна Л., Загородня Н.</i> Особливості управління персоналом в сучасній системі освіти	76
<i>Мороз С.Е., Калашиник О.В.</i> Управління розвитком асортименту підприємницьких структур роздрібної торгівлі	84
<i>Markina I., Aranchii V.</i> Cash flows in providing stable state of financial resources of an enterprise	90
<i>Помаз О., Помаз Ю., Шульженко І.</i> Фактори сталого розвитку сільського господарства України.	96
<i>Руженський М.М.</i> Трудова еміграція населення України: передумови та рушійні сили	103
<i>Федірець О.В.</i> Механізм та етапи формування стратегії підвищення результативності діяльності підприємства.	109
<i>Дячков Д.В., Потапюк І.П.</i> Сучасні тенденції використання інформаційно-комунікативних технологій.	115
<i>Осташова В.О., Сазонова Т.О.</i> Формування правової культури персоналу сучасної організації.	122

<i>Yivkovetska Y., Tonkonoh I., Levadna V.</i> Insufficient state financing of innovative activities in Ukraine as a cause of economic stagnation	129
<i>Hanna Hall.</i> Marketization of universities - advocates and oponents of arguments	132
<i>Чубарь О.Г.</i> Визначення характеристик соціальної взаємодії та соціального середовища при оцінюванні якості життя у поліетнічному регіоні.	136
<i>Шевченко Н.О., Шабасєва Л.М.</i> Особливості та тенденції розвитку державного управління позашкільною освітою: філософський аспект ..	143

ТЕЗИ НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

<i>Лутай Л.А., Помінчук С.Г.</i> Концептуальні засади організаційно-економічного механізму професійної орієнтації учнівської молоді	150
<i>Матвійшин С.Г., Матвійшин В.С.</i> Прогнозування змін вікової структури населення для просторового планування сільських територій	153
<i>Piatnytska G.T., Lukashova L.V.</i> Integration of Ukrainian small entrepreneurship into the european and world space	156
<i>Гринчуцький В.І., Куц Л.Л.</i> Витрати краудфандингу для компаній	159
<i>Шпортко Г.Ю., Аніщенко Л.О., Луговий М.Д.</i> Використання проектного методу в стратегічному управлінні щодо розвитку підприємства	162
<i>Бондар Н.М.</i> Розвиток підприємницьких компетентностей студентів університетів технічних спеціальностей	165
<i>Варксіна О.В.</i> Конкурентний потенціал аграрних підприємств національної економіки	168
<i>Вороніна В.Л., Воїнова О.С., Стрельнік С.В.</i> Як зупинити екологічну катастрофу в Україні: світовий досвід переробки відходів	171
<i>Добрянська О.М.</i> До питання державного управління у сфері освіти в Україні	174
<i>Дорофєєв О.В.</i> Урахування особливостей розвитку аграрного виробництва в межах системного підходу	178
<i>Дунайчук С.М., Батюта А.Р., Ільницький Д.Ю.</i> Напрями підвищення кадрового потенціалу підприємства в умовах кризи	180
<i>Зось-Кіор М.В., Куркіна В.М.</i> Управління земельними ресурсами в контексті сталого розвитку сільських територій	183
<i>Іськович А.А., Вараксіна О.В.</i> Якість аграрної продукції, як основа конкурентоспроможності підприємства	185
<i>Шимановська-Діанич Л.М., Іщейкін Т.С.</i> Управління креативним розвитком персоналу як складова загальної системи менеджменту персоналу на підприємстві	188
<i>Квасова Л.С., Березан Є.В., Зінченко К.О.</i> Вплив сучасної кадрової політики на формування організаційної структури управління підприємством	191

<i>Крипчук М.В.</i> Специфіка сценічного спілкування в театрі і на естраді	194
<i>Кучеренко Д.Г.</i> Сучасні світові тенденції фінансування вищої освіти	197
<i>Гладченко О.В., Лінник О.П.</i> Використання інформаційних технологій у сфері оподаткування в контексті інноваційного розвитку	201
<i>Лопушинська О.В., Панова Я.Г., Стовба А.О.</i> Маркетинг як складова менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства	204
<i>Мартинюк О.В.</i> Міжнародна освітня міграція в умовах глобальних трансформацій соціальної сфери	206
<i>Мельник О.В.</i> Ціннісні аспекти результатів капіталізації за постіндустріальних умов розвитку підприємства	211
<i>Михатіло В.В., Вараксіна О.В.</i> Теоретичні основи конкурентоспроможності продукції підприємств	214
<i>Пузирьова П.В.</i> Концептуальні основи державного регулювання фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств	217
<i>Микитенко Н.В., Сілко А.Б.</i> Застосування теорії поколінь в площині категорійного менеджменту	219
<i>Сльозко Т. М., Загородня Н.П.</i> Роль бухгалтерського обліку в управлінні економічним розвитком сучасної корпорації	222
<i>Тадля О.М.</i> Менеджмент соціокультурної діяльності: інноваційність, креативність, технології	226
<i>Канін О.П., Шпиг А.Ю.</i> До питання обґрунтування рівня обслуговування автомобільних доріг	229
<i>Наздратенко М.Л.</i> Проблемно - пошуковий метод навчання на уроках української літератури в середній школі	232
<i>Галайко А.М.</i> Напрями покриття видатків на державну фінансову підтримку агропромислового комплексу	235
<i>Карпишин Н.І., Церковнюк М.А.</i> Місцеві податки і збори в доходах місцевих бюджетів України	238
<i>Prykhodko K., Khmurova V.</i> Participation of international management in the formation of modern creation to international business	241
<i>Кузнецова Т.К.</i> Проблеми інноваційного розвитку України	245
<i>Lorushynska O., Kurkina V.</i> Resource-saving management of the enterprise as an important component of sustainable development.	248
<i>Піскорська Г.А.</i> Роль стратегічного нарративу у вирішенні проблем безпеки держави	251
<i>Славінська О.С., Харченко А.М.</i> Матричні моделі в оцінці підприємницької діяльності компанії в ринкових умовах	254
<i>Загорняк О.В., Усиченко О.Ю.</i> Проблемні питання державних закупівель ремонтно-будівельних робіт на автомобільних дорогах України	255
<i>Савенко В.Я., Козарчук І.А.</i> Особливості застосування SWOT-аналізу в	

стратегічному управлінні підприємствами дорожньої галузі.	258
<i>Бондаренко Л.П., Бубела А.В.</i> Метод визначення екологічних ризиків в оцінці нерухомості	261
<i>Виноградська І.І., Гринюк Н.А.</i> Гудвіл як критерій визначення вартості міжнародної корпорації	264
<i>Воронько-Невідничка Т. В.</i> Основні проблеми розвитку аграрного сектору економіки, що стримують реалізацію цілей сталого розвитку.	270
<i>Завгородній А.В.</i> Транскордонне співробітництво: реалії регіонального розвитку	272
<i>Лісовська Л.С., Терехух А.А., Здоровега М.В.</i> Суперечності інструментарію аналізування даних статистичної звітності в Україні. . .	276
<i>Ковбаско О.М.</i> Лідерство в клієнтоорієнтованій діяльності працівників державної служби зайнятості.	278
<i>Мазіленко С.С.</i> Продовольча безпека у системі національної економіки	282
<i>Мрихіна О. Б., Юхман Я. В., Богдан П. І.</i> Ринкові ефекти від трансферу інноваційних технологій	284
<i>Нікольчук Ю. М.</i> Фінансові інвестиції: сутність та теоретичні аспекти залучення	286
<i>Осяєв Ю.М.</i> Удосконалення організаційної структури підприємства	289
<i>Полтавська О.В., Кулик М.В., Домище-Медяник А.М.</i> Розвиток підприємства як результат мотивації якості праці персоналу	292
<i>Потапова О.М.</i> Дослідження європейського та світового досвіду реформування освіти в процесі децентралізації влади	296
<i>Славінська О.С., Харченко А.М.</i> Матричні моделі в оцінці підприємницької діяльності компанії в ринкових умовах	298
<i>Соколова Н.М.</i> Управління економічною і фінансовою ефективністю дорожніх концесій.	300
<i>Стеценко М.О.</i> Принципи екологічного менеджменту	303
<i>Заруцька О.П., Міняйло В.Ф., Сосєдка О.В.</i> Сучасні вимоги до управління банківським капіталом в Україні	305
<i>Чечуга О.С., Каськів В.І.</i> Ефективність підприємницької діяльності	308
<i>Лавицкая М.И.</i> Об актуальности продолжения изучения преступлений в сфере экономической деятельности в уголовно-правовом и криминологическом аспектах	310
<i>Удовиченко С.М.</i> Використання сільськогосподарських земель в Донецькій області	313
<i>Хитько М.М., Постол М.Ю.</i> Напрямки удосконалення механізмів запобігання та боротьби з корупцією в Україні в умовах децентралізації	315

<i>Шаповалова Н.В., Бублик А.С.</i> Використання властивостей геометричних фігур при створенні орнаментів	319
<i>Шаповалова Н.В., Мороз В.П.</i> Застосування теорії графів в процесі підготовки майбутніх керівників. Оптимізація прийняття рішень	321
<i>Шаповалова Н.В., Панченко Л.Л., Павлюк К.О.</i> Застосування симетрії в комп'ютерній графіці.	324
<i>Шаповалова Н.В., Рижик О.П.</i> Створення геометричних мозаїк за допомогою комп'ютерної програми <i>gran 2D</i>	327
<i>Шаповалова Н.В., Свистун А.С.</i> Розвиток поняття про геометричні перетворення в процесі вивчення проєктивної геометрії	331
<i>Шевченко Н.О., Постол Ю.М.</i> Формування принципів державного регулювання організації надання екстреної медичної допомоги	334
<i>Шевченко О.О., Соколовська І.О.</i> Інтернаціоналізація освітніх програм в таврійському національному університеті імені В.І. Вернадського	336
<i>Ясніцький Д.В.</i> Інноваційні підходи до мотивації в управлінні персоналом	339
<i>Бойко В.В., Алексютіна Е.А., Жуковська В.М.</i> Підвищення конкурентної позиції бренду: вимірювання та просування у соціальних мережах	341
<i>Okhrimenko A., Romanchuk L.</i> Governance of the formation and development the National Tourism System	343
<i>Vitriak O., Tkachenko L., Tonkonoh I.</i> Enology in Ukraine: history and development trends.	346
<i>Danylenko M., Senenko I., Tkachuk T.</i> Cloud technology as a modern innovation in hotel management.	349
<i>Vasylieva O.</i> The technology of the half-finished foods based on the Jerusalem artichoke for sweet whipped dishes.	352
<i>Романенко Р., Гахович С.</i> Особливості експлуатації систем електричного опалення приміщень готельних комплексів	354
<i>Палієнко О., Расулов Р.</i> Керамічні облицювальні матеріали для будівництва готелів	358
<i>Bovsh L., Horpalo L.</i> Інвестиційна політика готельних операторів на ринку України.	360
<i>Авдан О., Компанець К.</i> Вплив сучасних технологій на поведінку споживачів послуг гостинності	363
<i>Ложачевська О., Григоренко Р.</i> Особливості формування інтерактивного маркетингу на підприємствах автосервісу	370
<i>Іванчук С., Бондаренко В., Мороз О.</i> Особливості стратегічного управління суб'єктів гостинності.	375
<i>Лаврик І.Ф., Литвишко Л.О., Железняк К.Л., Висачила О.М.</i> Сутність інформаційних систем управління автотранспортним підприємством	379
<i>Салімон О., Расулова А.</i> Брендинг у ресторанному бізнесі.	382

<i>Mazaraki A., Bosovska M.</i> Cage model in tourism	386
<i>Невмержицька С. М.</i> Глобальні стратегії соціально-економічного розвитку країни у перехідному періоді	390
<i>Миколайчук І.П., Логінська І.Я., Чипенко О.В.</i> Компетенції HR-маркетолога в розвитку бренда роботодавця	393
<i>Mykolaichuk I., Melnyk N., Nimitchenko Y.</i> Problems and prospects of professional development of personnel in Ukraine	396

**WELLCOME SPEECH
TO THE ORGANIZERS AND PARTICIPANTS OF THE 6TH
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «ECONOMIC
DEVELOPMENT: THEORY, METHODOLOGY, MANAGEMENT»!**

Dear colleagues, dear friends and all participants of the conference!

We are experiencing extraordinary event the fifth time, it is the beginning of the International Scientific Conference «Economic Development: theory, methodology, management».

I am sure that the conference will be a significant event in our scientific life. Since we are waiting for new innovative ideas to address pressing problems support economic development, further modernization and European integration.

This event is devoted to the topical issues of the innovative development, advanced technology and features of their implementation at the practical activities! I want to note that the problem of the creating an innovative product and the involvement of young scientists were particularly interested in the society and has not become less actual now.

I am convinced that the professional reports, statements, dialogues and discussions will contribute to the development of world science and further improve the quality of the main product of the scientific institutions and innovative technologies.

Among the participants, many young scientists - this indicates the increasing prestige of the science and education in the society, the work of the scientist has become increasingly prestigious.

We wish that your work to be successful, and the desire to do good for your countries is inexhaustible. Creative inspiration, mutual understanding and fruitful discussion!

I welcome you to the beginning of the conference!

*Hon. Dr. Roman Rossi,
President of the Eastern European Center
of the Fundamental Researchers,
Prague*

НАУКОВІ СТАТТІ ТА ДОПОВІДІ

НАПРЯМИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В УМОВАХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

*Баранець І.М.,
аспірант ІПК ДСЗУ*

***Annotation.** Annotation. Identifies the concept of stakeholders involved in social and public policy spheres in management projects, rights, responsibilities and legal base, and their interaction. The interaction of executive bodies are disclosed at the level of subordination, coordination, reordination with adjacent implementation of standards of project management to the project management of social and public policy spheres.*

***Key words:** project, program, project management, interested parties, subordination, coordination, reordination, the steak-squaters, the steak-makers, the steak-makers.*

Постановка проблеми. Ринкові відносини передбачають існування сукупності ринків, що охоплюють різні сфери людської діяльності: ринок капіталу, ринок товарів та послуг, ринок праці та ринок ресурсів. Визначальними серед факторів соціальної організації економіки є людина і її праця. Саме від включення людини у продуктивну діяльність залежить дія усіх інших факторів, бо саме праця, як процес реалізації фізичних і творчих здібностей людини є фактором суспільного прогресу, соціально-економічного розвитку та умовою задоволення різноманітних всезростаючих потреб людини. Згідно програми реалізації у 2018-2020 роках Державної стратегії регіонального розвитку вносяться пропозиції до Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для підтримки регіональної політики і Порядку проведення конкурсного відбору проектів регіонального розвитку, які можуть реалізовуватися за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 16 листопада 2016 р. № 827 “Деякі питання фінансування програм та проектів регіонального розвитку”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Напрями визначення взаємного впливу елементів систем різної природи досліджуються багатьма науковцями. Серед основних наукових підходів в управлінні проектами і програмами слід виділити наступні: системний і програмно-цільовий (В.М.Глушков, Б.З.Мільнер, Р.С.Поспелов, А.Іріков, Д.Кліланд і ін.); теорію управління складними системами (Є.А.Дружинін, М.Д.Месаровіч, І.Такахара, Н.Н.Моїсеєв, Ю.Б.Гермейер, В.Л.Волковіч, В.С.Міхальовіч), класичну теорію управління проектами на базі стандарту РМВОК та подальший розгляд сучасних тенденцій (В.І.Воропаєв, С.Д.Бушуєв, Н.С.Бушуєва, А.І.Белоконь,

В.А.Рач, Р.Б.Тян, В.Д.Шапіро, І.І.Мазур, Б.А.Демідов та ін.).

Але досі не вирішеною залишається проблема управління проектами в організаціях публічної та соціальної сфер, які потребують використання сучасних підходів, що опираються на досягнення кращих звірців європейської та американської практик управління публічними проектами /програмами.. Наявність невирішених задач у галузі управління проектами публічної та соціальної сфер і нагальна потреба в їх розв'язанні обумовлюють актуальність цього дослідження.

Мета статті – дослідити теоретичні аспекти управління проектом та його складових, а саме у напрямку управління зацікавленими сторонами проектів / програм соціальної та публічної сфер українського суспільства, обґрунтувати рекомендації щодо вдосконалення процесу управління проектами

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найбільш обговорюваних тем в менеджменті останні два десятиліття стали моделі і теорії, що стосуються зацікавлених сторін. Такий інтерес до даної тематики пов'язаний із тим, що кращі результати діяльності показують компанії, які в процесі своєї діяльності створюють цінність для всіх заінтересованих в її діяльності сторін та осіб, а не тільки для акціонерів або власників бізнесу. Теорія зацікавлених сторін є одним з останніх напрямків в сучасному менеджменті, яке формує і пояснює стратегію розвитку компанії під впливом інтересів зацікавлених в її діяльності сторін, тобто стейкхолдерів (від англ. Stakeholder - «тримац інтересу»). Між стейкхолдерами можуть існувати різні відносини, які не завжди носять характер співробітництва, збігу інтересів, а можуть бути навіть конкурентними. З точки зору особливого внеску в розвиток теорії стейкхолдерів [10], представляє також інтерес класифікація, розроблена професором Гентського університету Івом Фассіном. Він пропонує розглядати цілий ряд схожих груп: стейкхолдерів, стейквотчерів і стейккіперів [8], пізніше додаючи до них і стейксікерів, що були вперше визначені Б. Хольцером [11].

Усі учасники розробки, реалізації та управління проектами мають право у відповідності до Закону України «Про Інформацію» на отримання необхідної їм для виконання їх посадових обов'язків та реалізації ролей у проекті на інформацію, котра законом визначається як будь-які відомості та/або дані, котрі можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді[2]. Зацікавлені сторони мають різні ступені відповідальності та повноважень, котрі можуть змінюватися протягом життєвого циклу проекту. Варіанти участі – від періодичної участі у вирішенні певних питань до надання повної спонсорської підтримки – фінансової, політичної або будь-якої іншої. Зацікавлені сторони у своїх взаємовідносинах діють на підставі Цивільного кодексу[3], Господарського кодексу[4], статуту проекту та різних договорів, котрі визначають межі їх повноважень та обов'язків. Також сторони керуються відповідними відомчими актами залежно від форми власності та роду діяльності (накази, статuti, положення, різноманітні норми).

У законі України «Про зайнятість населення» [5] частково окреслено коло зацікавлених сторін та такі визначення, як «роботодавці», «працівники», «особи, які забезпечують себе роботою самостійно», «сторони соціального діалогу», «молодь» та «неформальне професійне навчання працівників» вживаються у значенні, наведеному в законах України «Про організації роботодавців», «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», «Про соціальний діалог в Україні», «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» та «Про професійний розвиток працівників». Відносини у сфері зайнятості населення регулюються Конституцією України, законом України «Про зайнятість населення», Кодексом законів про працю України, Господарським та Цивільним кодексами України, Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття», іншими актами законодавства. У разі коли міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про зайнятість населення, застосовуються правила міжнародного договору [5]. У разі невиконання сторонами обов'язків, вони можуть бути притягнуті залежно від характеру правопорушення до відповідальності згідно з діючими Цивільним кодексом[3], Кодексом про адміністративні правопорушення або Кримінальним кодексом України[6].

Залучення зацікавлених сторін до процесу прийняття рішень, так зване партисипативне управління, з великою мірою вірогідності впливає на такі показники проекту, як ефективність, ступінь сприйнятливості до актуальних суспільних потреб, результативність, прозорість, об'єктивність, відповідальність з боку всіх учасників. У той же час їх активна участь у проекті не гарантує абсолютного успіху і досягнення поставлених цілей: велика вірогідність виникнення конфлікту інтересів, унаслідок якого процес досягнення компромісу може бути трудомістким і досить тривалим, що вимагає від розробників проекту здібностей до роботи у команді й уміння направляти спільні зусилля.

Для опанування українськими управліннями теорії та практики управління соціальними проектами необхідно встановити певні відповідності взаємодії органів виконавчої влади. Саме відповідність взаємодії виконавчої та законодавчої влади пришвидчить впровадження практики управління проектами у публічній та соціальній сферах українського суспільства.

Домінуючими серед управлінських відносин органів виконавчої влади є субординація (рис. 1), оскільки в державному управлінні тільки спираючись на владу і використовуючи її важелі можна здійснювати державно-управлінський вплив.

Субординація – це, в найбільш поширеному розумінні, службове підпорядкування молодшого старшому, що базується на правилах службової дисципліни. В юридичній літературі «субординацію» найбільш змістовно

визначив Б.П. Курашвілі, який розглядав її як «вертикальну» взаємодію сторін, коли одна сторона підпорядкована іншій, а також наявні владні повноваження у вищого рівня в системі управління щодо нижчого. Підпорядкування (підлеглість) нерозривно пов'язане з владою. За визначенням авторів Концепції адміністративної реформи в Україні, підпорядкованість органів виконавчої влади - це, як правило, найвища організаційна залежність органу нижчого рівня від органу вищого рівня[2].

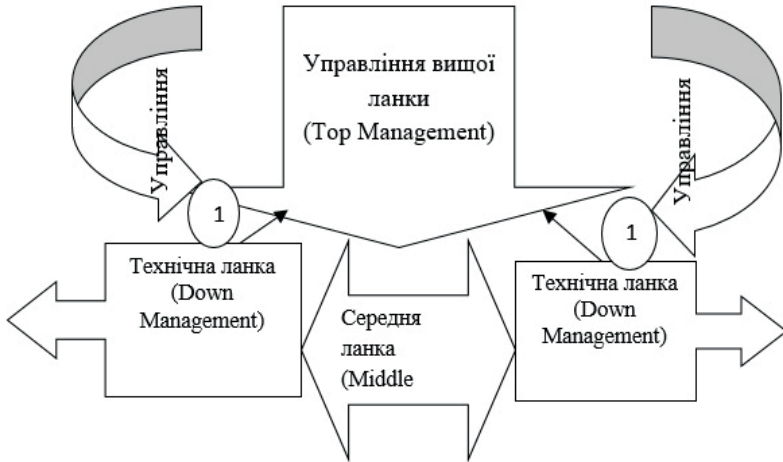


Рис 1. Процес субординаційних управлінських відносин 1-звіт технічної ланки

Координацією є взаємодія сторін, коли вони виступають рівноправними учасниками відносин. О.Є.Луньов [9] вказував, що координація означає погодження та об'єднання дій з метою найбільш швидкого і найбільш правильного розв'язання завдань з найменшими витратами сил, коштів та матеріальних цінностей (рис.2). Він виділяв два види координації: вертикальну і горизонтальну:

- вертикальна координація - це управлінські відносини, які виникають між вищим і нижчим органами виконавчої влади. При цьому суб'єкти зв'язків можуть перебувати в організаційній залежності (один з них підпорядкований іншому), а можуть і не перебувати в ній. Так, наприклад, Міністерство юстиції України, згідно з п. 4 Положення про Міністерство юстиції, координує діяльність місцевих органів виконавчої влади (котрі, як відомо, не підпорядковані йому) щодо правової освіти населення;

- горизонтальна координація виникає між двома або більше органами, що перебувають на одному організаційному рівні системи органів. В літературних джерелах виділяються також й інші види координації: узгодження, ієрархічна

координація, предметно-технологічна, штабна та інші [7]. Існування координаційних управлінських відносин не тільки між непідпорядкованими органами влади, а й між підпорядкованими є підтвердженням багатоманітності форм і методів державного управління, надає можливість підпорядкованим органам виконавчої влади бути повною мірою самостійними у здійсненні управлінської діяльності, погоджуючи її з координаційним органом.

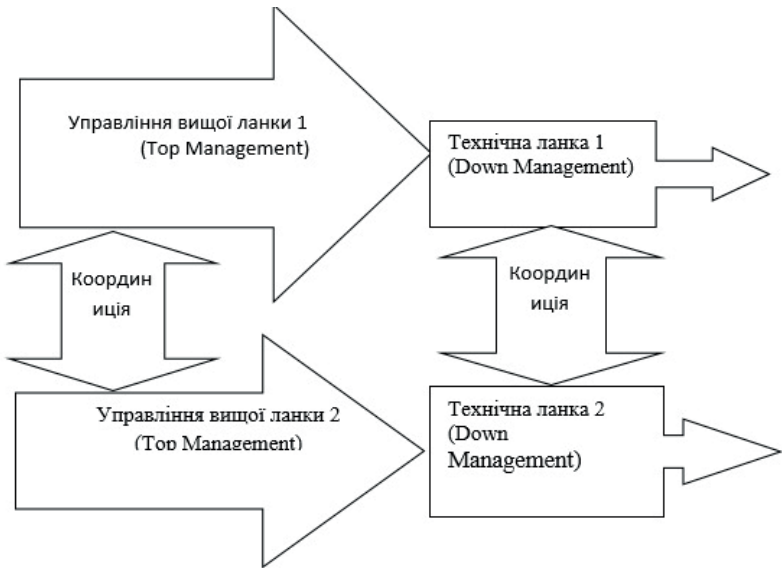


Рис 1 .Процес координаційних управлінських відносин

Якщо для субординації характерна наявність владних повноважень у вищого рівня в системі управління відносно нижчого, то це не означає, що у нижчого рівня немає повноважень щодо вищого. Відсини, які можуть виникати в процесі реалізації таких повноважень, є відносинами реординації (рис 3). Найбільш поширений випадок – коли керований об’єкт повідомляє про свої наміри або подає клопотання, а керівний суб’єкт зобов’язаний на них у певний спосіб відреагувати. До того ж реординаційні зв’язки необов’язково є реакцією на той чи інший управлінський вплив, а можуть виникнути незалежно від них і мають не просто інформаційний, а управлінський характер [7].

Г.В.Атаманчук виділяє зворотні управлінські відносини, які характеризуються, переважно як реакція нижчого органу на той чи інший вплив. Він виділяє два види зворотних зв’язків: об’єктивні й суб’єктивні, що пов’язано з місцем їх виникнення та реалізації [7]. Об’єктивні зворотні зв’язки відображають рівень, глибину, адекватність сприйняття об’єктами, якими здійснюється управління, впливу компонентів суб’єкта державного

управління, справжню роль останніх в їх функціонуванні та розвитку. Відсутність чи неповнота змістових та правдивих об'єктивних зворотних зв'язків не дає змоги визначати раціональність і ефективність організації та діяльності суб'єкта державного управління й відпрацьовувати заходи щодо їх підвищення. Суб'єктивні зворотні зв'язки характеризують раціональність власної, внутрішньої організації та діяльності суб'єкта державного управління загалом, його підсистем, ланок та окремих компонентів. Вони дають можливість зрозуміти й оцінити, що відбувається в результаті його власної активності, яке його реальне відношення до вищого рівня тощо.

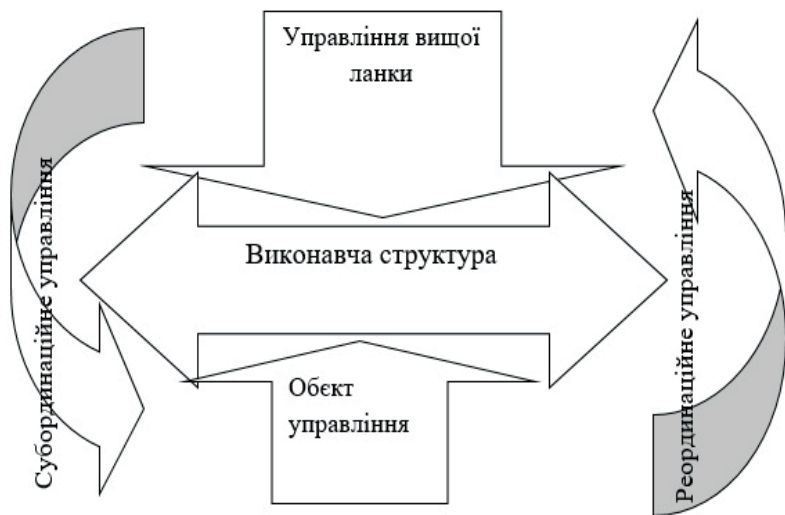


Рис 3.Процес реордінаційних x управлінських відносин

Європейська практика впровадження партисипативного публічного управління проектами здійснюється шляхом становлення простих та розвитку складних методів управлінської взаємодії, що передбачають як урахування думки населення при вирішенні його основних проблем, так і залучення виконавців та представників різних громадських груп до співучасті у вирішенні основних управлінських завдань, пов'язаних з розробкою та реалізацією проектів місцевого та регіонального розвитку [7]. Природно, завжди існують особи чи організації (зацікавлені сторони проекту), які зацікавлені в реалізації нових можливостей або вирішенні певних проблем (стандарт ISO 26000 «Корпоративна соціальна відповідальність»).

Однією з ініціатив співпраці з Євросоюзом є програма реалізації проекту «Покращення системи підготовки кадрів для потреб економіки Волинського

субрегіону» в рамках Програми Європейського Союзу «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» (розпорядження голови облдержадміністрації від 12.02.2015 № 53, рішення Рівненської обласної ради від 06.03.2015 № 1436) передбачала дослідження ринку праці, роботу з найпроблемнішими ділянками в підготовці робітничих професій, створення доступу до інструментів професійної орієнтації і вибору професії та до засобів формування активної поведінки на ринку праці від пошуку роботи до започаткування власної справи, сприяння соціальному діалогу роботодавців і держави в питаннях професійно-технічного навчання, формування нової якості трудових ресурсів, яка зможе стати конкурентною перевагою субрегіону в боротьбі за інвестиції та нові робочі місця та призведе до зменшення міжрегіональних економічних диспропорцій.

Висновки. Таким чином, в цілому можна зробити висновок, що повсюдне визнання, яке завойовує управління проектами, є показником того, що застосування відповідних знань, процесів, навичок, інструментів і методів може мати вирішальне значення для успіху проекту. У методології описуються різні інструменти і техніки, застосовуючи які на практиці, керівник проекту (Project Manager) або відповідальна особа можуть підвищити ефективність виконання проекту, передбачити ризики, вирахувати оптимальні маршрути проходження проекту, тверезо оцінити ситуацію і прийняти правильне рішення і т.д. Цілеспрямоване державне управління змінами у суспільстві залежить не тільки від затвердження об'єднуючих та прагматичних цілей, але і від формування діючого соціального капіталу, від інтеграції національної ментальності в економічну політику, тобто від конструктивного співробітництва основних зацікавлених сторін будь-якого проекту /програми.

Література:

1. PMI Institute. Руководство к сведущим по управлению проектами: учебник –Пятое издание. ProjectManagementInstitute, Inc., 2013 – 586 с.
2. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2658-ХІІ. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
5. Закон України «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 р. № 5067-VI. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5067-12>.
6. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>

7. Копитько О. О. Менеджмент змін при впровадженні проектно - орієнтованого управління в організаціях // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. - Луганськ : Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2010. - Вип. 3 (35).-С. 5-10

8. Організаційна поведінка / Д. Гелрігел, Дж. В. Слокум-молодший, Р.В. Вудмен, Н.С. Бренінг; Пер. з англ.. І. Тарасюк, М. Зарицька, Н. Гайдукевич. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2016. – 726 с. 9. Ткачук А., Толкованов В., Марковський С., [та ін.]. Конкурентоспроможність територій : практич. посіб./ А. Ткачук, В. Толкованов, С. Марковський, [та ін.]. – К.: Легальний статус, 2011. – 252 с.

10. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории / Г. С. Беккер. – Москва : ГУ ВШЭ, 2017. – 671 с.

11. Бьюкенен Дж. Политика без романтики: краткое изложение позитивной теории общественного выбора и ее нормативных условий / Дж. Бьюкенен // Вехи экономической мысли. – Т. 4. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2014. – С. 417–434.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЕКТНОЇ ФОРМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВА МЕТОДОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Конащук В.Л.,

кандидат економічних наук, доцент,

Український хіміко-технологічний університет

Annotation. *The methodological foundations of microeconomic analysis of the project form of innovation and investment activity are developed in view of the exclusive role of the latter in the processes of economic development. Based on the use of the toolkit of the production function of the project activity, it is established that the objective criterion for choosing the parameters of the project implementation is to minimize the economic value, determine its structure and the order of formation.*

Key words: *innovation-investment activity, project, contracting and time resources, production function of project activity, economic cost of the project.*

Загально визнано, що стан та динаміка соціально-економічного розвитку в сучасному світі великою мірою визначаються масштабністю та інтенсивністю інноваційно-інвестиційної діяльності економічних суб'єктів. Тому не дивно, що науково-економічний дискурс в Україні значною мірою зосереджений на проблемах економічного розвитку за рахунок зростання обсягів і динаміки

інновацій та інвестицій, створення для цього сприятливих умов та необхідної інфраструктури, правильного вибору пріоритетів тощо. У зв'язку з цим слід зауважити, що в характерних для України умовах обмеженості інвестиційних ресурсів не менш важливими є, зокрема, чинники результативності та ефективності самої інноваційно-інвестиційної діяльності, яка здійснюється переважно у формі відповідних проектів.

Всі ці обставини формують потужний запит на теоретико-методологічне, методичне й науково-практичне опрацювання всіх аспектів проектної форми інноваційно-інвестиційної діяльності.

Проблематика економічного розвитку, зокрема в частині інноваційно-інвестиційної діяльності, займає важливе місце в економічній науці й охоплює величезний науковий доробок, від класиків економічної думки різних часів і до провідних науковців сучасності – М. Туган-Барановського, М. Кондратьєва, Й. Шумпетера, С. Кузнеця, Г. Менша, А. Кляйкнехта, Дж. ван Дейна, Р. Фостера, Дж. К. Гелбрейта, Д. Белла, Ф. фон Хайска, П. Друкера, М. Портера, П. Ромера, Ф. Агійона, П. Ховвіта, Ч. Джонса, Е. Тоффлера та ін. В Україні дана проблематика також є надзвичайно актуальною, різні її аспекти розглянуті в працях О. Волкова, А. Гальчинського, В. Гейця, М. Денисенка, С. Ілляшенка, Л. Михайлової, П. Перерви, А. Пересади, М. Погорелова, Г. Семенова, А. Семенова, В. Семиноженка, А. Ткаченко, В. Ткаченка, Р. Тяна, В. Федоренка, Л. Федулової, Б. Холода, С. Чимшита, Ю. Шипуліної та багатьох інших науковців. Як важливий чинник економічного розвитку інноваційно-інвестиційна діяльність досліджена в контексті інноваційних перспектив України [1], проблем інноваційного розвитку [2,], питань організації та управління [3], формування й розвитку інноваційного потенціалу [4] тощо. При цьому слід зазначити, що конкретно проектна форма інноваційно-інвестиційної діяльності досліджувалась переважно в організаційно-управлінському контексті в рамках наукової галузі управління проектами [5]. Натомість дослідження економічної природи проектної форми інноваційно-інвестиційної діяльності на теоретико-методологічному рівні лише започатковуються, в т. ч. і в рамках даної роботи.

У процесі проектної діяльності поєднуються два інтегрованих економічних ресурси – підрядний і часовий, – шляхом розміщення необхідного обсягу підрядного ресурсу в часі у відповідності з прийнятою для реалізації проекту організаційно-технологічною схемою. Результатом проектної діяльності є створення нової вартості у вигляді об'єкта проекту, власне, досягнення мети процесу реалізації проекту. Зважаючи на це, можна визначити загальний вигляд двофакторної виробничої функції проекту:

$$S = F(R, T),$$

де S – квантифікований об'єкт проекту (або обсяг підрядних робіт по

проекту);

R – кількість підрядного ресурсу, залученого до реалізації проекту;

T – можливий термін реалізації проекту (кількісна характеристика часового ресурсу, необхідного для реалізації проекту).

На рис. 1 зображено ізокванту проекту – графічний вигляд виробничої функції проекту або проектної діяльності (виробництва, що являє собою сукупність послуг і робіт із реалізації проекту) в координатах «підрядні ресурси R – часовий ресурс (можлива тривалість реалізації проекту) T » [6, с. 769]. Вона схожа на криву виробничої функції традиційного виробництва. Логічне пояснення такого вигляду ізокванти проекту наступне. Для виконання кожної роботи по проекту необхідні певний період часу й певна кількість підрядного ресурсу. Прискорити виконання роботи можна, збільшивши кількість виконавців, і навпаки. Взаємопов'язаність робіт може вплинути на цю закономірність (наприклад, значне збільшення кількості підрядного ресурсу може лише незначним чином скоротити тривалість реалізації проекту), але кардинально змінити її не може.

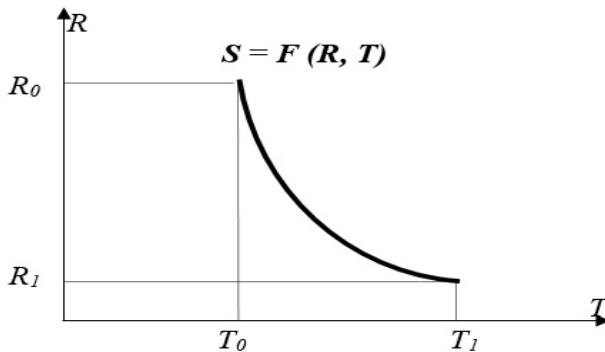


Рис. 1. Ізокванта проекту [6]

Виробнича функція проекту описує множину організаційно-технологічних схем виконання робіт по проекту, кожна з яких розрахована на мобілізацію часового і підрядного ресурсів у кількості, достатній для реалізації проекту (виконання визначених обсягів підрядних робіт). Іншими словами, кожна точка ізокванти характеризує певну кількісну комбінацію часового і підрядного ресурсів.

Для кожного проекту існує певна множина (карта) ізоквант, але лише одна з них (найближча до початку координат) представляє ефективне використання ресурсів за найліпшої організації й технології робіт по кожній організаційно-технологічній схемі їх виконання (або по кожній комбінації ресурсів), тобто є сукупністю технічно ефективних організаційно-технологічних схем за

досягнутого в світовій практиці технологічного рівня відповідної підрядної діяльності.

Виробнича функція проекту має такі властивості.

1. Субституційність факторів виробництва – підрядного й часового ресурсів.

2. Компліментарність факторів виробництва.

3. Всі точки карти ізоквант конкретного проекту є гіпотетичними, крім однієї (вона є визначеною тільки після завершення процесу реалізації проекту).

4. Економічно ефективна організаційно-технологічна схема виконання підрядних робіт за проектом не обов'язково буде технічно ефективною (тобто, не обов'язково належатиме найближчій до початку координат ізокванті).

Припустимо, що на рис. 1 зображена найближча до початку координат ізокванта якогось проекту. Тоді T_0 і T_1 є граничними значеннями тривалості реалізації для даного проекту: за будь якої кількості $R > R_0$ неможливо реалізувати проект упродовж $T < T_0$. Водночас, залучивши мінімально можливу для забезпечення організаційно-технологічної безперервності процесу реалізації проекту кількість підрядного ресурсу R_1 , можна реалізувати проект не довше, ніж упродовж T_1 . Подальша мінімізація кількості залученого підрядного ресурсу унеможливило організаційно-технологічну безперервність процесу реалізації проекту. Таким чином, раціональний власник проекту обиратиме строк його реалізації в межах від T_0 до T_1 .

Критерієм вибору строку реалізації проекту можуть бути як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. Але часто дія сукупності цих чинників (особливо за умов зниження питомої ваги суб'єктивних) зводиться до пріоритетності критерію мінімізації економічної вартості проекту.

Під економічною вартістю проекту будемо розуміти майбутню вартість сукупності всіх витрат власника проекту на його реалізацію, в тому числі й імпліцитних. Всі ці витрати пов'язані з виконанням підрядних робіт, оскільки в фізичному вимірі проект – це визначена сукупність взаємопов'язаних робіт, що виконуються в певній послідовності. Отже, якщо плановий обсяг підрядних робіт $S_{пл} = \text{const}$, то й загальний обсяг підрядного ресурсу (запас підрядного ресурсу), необхідний для реалізації проекту, є величиною постійною. Проте кількість підрядного ресурсу, залучена в кожний окремий проміжок часу (обсяг потоку підрядного ресурсу), залежить у кінцевому рахунку від тривалості реалізації проекту. Тоді в загальному вигляді економічну вартість проекту (тобто економічну вартість виконаного обсягу підрядних робіт S) можна визначити за наступною формулою:

$$C = \sum_{n=1}^N Q_n \sum_{t=1}^T q_{nt} (1+r)^t + \sum_{n=1}^N \sum_{t=1}^T m_{nt} (1+r)^t$$

де C – економічна вартість проекту;

Q_n – ціна одиниці n -го підрядного ресурсу, що являє собою додану вартість, створювану одиницею n -го підрядного ресурсу (питома додана вартість);

N – кількість різнотипних підрядних ресурсів, залучених до даного проекту;

T – термін реалізації проекту;

q_{nt} – кількісна характеристика виконавської (трудової) складової n -го підрядного ресурсу, залученого в t -му періоді;

m_{nt} – вартісна характеристика забезпечувальної (матеріальної) складової n -го підрядного ресурсу, залученого в t -му періоді;

r – ставка проценту.

Як видно з (2), важливу роль у формуванні економічної вартості проекту відіграє виконавська (що переважно є трудовою) складова підрядних ресурсів. Це пов'язано з характерною особливістю проектно-орієнтованого виробництва. На відміну від звичайного виробництва, в якому питома вага трудової складової постійно знижується через капіталізацію за рахунок механізації, автоматизації і роботизації виробничих процесів, трудова складова в проектно-орієнтованому виробництві завжди буде ключовою, її набагато складніше капіталізувати в силу специфіки підрядних робіт (зокрема, через високу питому вагу організаційно-управлінської, креативної та інших компонент евристичного характеру).

Також на формування економічної вартості проекту суттєво впливає розміщення в часі підрядних робіт (підрядного ресурсу). Це викликано, передовсім, зміною вартості грошей у часі. Якщо припустити, що для фінансування проекту маємо найкращі умови – повну попередню оплату підрядних робіт, формула для визначення економічної вартості реалізації проекту дещо спрощується:

$$C = \sum_{n=1}^N (Q_n R_n + M_n) \cdot (1+r)^T$$

де C – економічна вартість проекту;

Q_n – ціна одиниці n -го підрядного ресурсу, що являє собою додану вартість, створювану одиницею n -го підрядного ресурсу (питома додана вартість);

R_n – загальний обсяг трудової складової n -го підрядного ресурсу;

M_n – загальна вартість матеріальної складової n -го трудового ресурсу;

N – кількість різнотипних підрядних ресурсів, задіяних в даному проекті;

T – термін реалізації проекту;

r – ставка проценту.

Зазначимо, що вартість часового ресурсу набуде явного вигляду в разі

використання власником проекту позичкових коштів для фінансування реалізації проекту. Для випадку використання власних коштів вартість часового ресурсу залишиться в неявному вигляді.

Для спрощення аналізу проектної діяльності розглянемо гіпотетичний проект, що реалізується за допомогою однотипного підрядного ресурсу за період T на умовах повної передоплати підрядних робіт. Якщо використати величину приведенної ставки проценту, то, зважаючи на умову попередньої оплати робіт, матимемо:

$$C = (QR + M) \cdot \bar{r}$$

де C – економічна вартість проекту;

R – загальний обсяг трудової складової однотипного підрядного ресурсу;

Q – питома додана вартість однотипного підрядного ресурсу;

M – загальна вартість матеріальної складової однотипного підрядного ресурсу;

$$\bar{r} = (1 + r)^T$$

– приведена ставка проценту.

У формулі (4) $M = \text{const}$ і $R = \text{const}$ через те, що $S_{\text{пл}} = \text{const}$. Величина Q формується на підрядному ринку і з урахуванням поправки на цінову політику власника проекту приймається для даного проекту за умови, що його термін реалізації дозволяє раціональним способом використовувати підрядний ресурс. За необхідності форсування робіт або подовження терміну їх виконання Q може відхилитися від ринкової величини досить суттєво. У загальному випадку ринкова величина Q є базою для визначення договірної величини Q з урахуванням впливу тривалості виконання підрядних робіт:

$$Q = f(T)$$

Зазначений вплив, у свою чергу, визначається на основі співвідношення попиту і пропозиції підрядних ресурсів у рамках конкретного проекту по кожному можливому строку його реалізації. Але механізм формування попиту на підрядний ресурс має бути предметом окремого дослідження. Тоді, з урахуванням (4) і (5), маємо:

$$C = F(T; r)$$

Отже, за інших рівних умов економічна вартість проекту залежить від

терміну його реалізації і ставки проценту. Тобто, зміна обсягу часового ресурсу (витраченого на реалізацію проекту) визначає певну волатильність економічної вартості проекту. Але на якій підставі власник проекту приймає рішення про використання часового ресурсу? Який об'єктивний чинник має найбільший вплив на прийняття такого рішення? Очевидно, що це ставка проценту, яка й визначає цінність часового ресурсу.

Принагідно зазначимо, що вартість матеріальної складової підрядного ресурсу M є величиною детермінованою, оскільки формується на основі цін, що складаються на відповідних суміжних ринках (наприклад, ринках лабораторних досліджень і випробувань, обладнання, будівельних матеріалів тощо), а вплив на неї часового фактору може бути певною мірою нейтралізованим методами логістики. Зазвичай власник проекту приймає найважливіші рішення по ціні і терміну реалізації проекту в ході домовленостей з підрядниками, тобто оперуючи на підрядних ринках. Тоді вирішальну роль у формуванні економічної вартості проекту матиме її змінна складова – додана вартість C_D :

$$C_D = QR(1+r)^T$$

Рішення про раціональне використання часового ресурсу зводиться до рішення про доцільність його заміщення підрядним ресурсом (чи навпаки). Припустимо, що власник проекту має можливість залучити додаткову кількість підрядного ресурсу ΔR за тією ж ціною Q і завдяки цьому скоротити термін реалізації проекту на величину ΔT . Тоді величина доданої вартості в складі економічної вартості проекту C'_D складе:

$$C'_D = QR(1+r)^{T-\Delta T}$$

Як видно з (8), більш висока ставка проценту призведе до більш значного впливу заміщення часового ресурсу підрядним на величину доданої вартості незалежно від величини ΔR . Хоч ΔR і ΔT взаємопов'язані, проте в формулі фігурує лише обсяг запасу трудової складової однотипного підрядного ресурсу R , що є величиною постійною (використання більшого на ΔR обсягу потоку трудової складової підрядного ресурсу впродовж меншої тривалості $T-\Delta T$ виконання робіт по проекту не змінить величини запасу підрядного ресурсу R , необхідного для реалізації проекту). Отже, від величини процентної ставки значною мірою залежить рішення про доцільність заміщення часового ресурсу підрядним. Слід також звернути увагу на використану в розглянутому випадку можливість залучення додаткового підрядного ресурсу за незмінною ціною Q .

Очевидно, що такі можливості можуть мати місце в реальних економічних ситуаціях. Але в загальному випадку при залученні більшої кількості підрядного ресурсу на виконання робіт по проекту з метою скорочення терміну його реалізації ціна підрядного ресурсу може зрости, що було зазначено вище (5). Це, зокрема, пов'язано з тим, що питома додана вартість по-перше, є ціною підрядного ресурсу, тобто фактором попиту на нього в проекті, і по-друге характеризує витрати підрядника на виконання робіт, тобто є фактором пропонування підрядного ресурсу в проекті. У другому випадку залежність (5) є апіорною, а через механізм взаємодії попиту й пропонування підрядного ресурсу в проекті формується такого ж роду залежність і для першого випадку. Всі ці міркування підтверджують залежність (6).

Підсумовуючи, слід зазначити, що формалізація проекту, як і будь-якої системної економічної взаємодії, є досить умовною. Проте вона «працює» в сенсі розуміння економічної природи проектно-орієнтованого виробництва та дозволяє зробити наступні висновки.

1. Основним об'єктивним критерієм вибору власником інноваційно-інвестиційного проекту строку його реалізації є мінімізація економічної вартості проекту, під якою слід розуміти майбутню вартість всієї сукупності витрат на його реалізацію.

2. Економічну вартість проекту відтворюють два ресурси – підрядний і часовий, тому її величина залежить, у першу чергу, від ціннісних параметрів цих ресурсів – питомої доданої вартості та ставки процента.

3. Об'єктивно процес оптимізації економічної вартості інноваційно-інвестиційного проекту започатковує його реалізацію і неформально здійснюється за критерієм консенсусного узгодження підходів підрядника й власника проекту до встановлення договірних величин основних параметрів його реалізації за таких підходів:

а) питома додана вартість визначається на основі співвідношення попиту та пропонування підрядних ресурсів для конкретного проекту;

б) строк реалізації проекту визначається з урахуванням цінності і/або тиску часового фактору.

Література:

1. Heiets, V.M., & Semynozhenko, V.M. (2006). Innovatsiini perspektyvy Ukrainy [Innovative prospects of Ukraine]. Kharkiv: Konstanta [in Ukrainian]
2. Kholod, B.I., Tkachenko, V.A., Tian, R.B., Chimshit, S.I., & Shchukin, A.I. (2008). Osnovy konkurentnykh pricieimushchiestv i innovatsionnoho razvitiia [Fundamentals of competitive advantage and innovative development]. Dnipropetrovsk: Monolit [in Ukrainian]
3. Denysenko, M.P. Mykhailova, L.I., & Hryshchenko, I.M. (2008). Investytsiino-innovatsiina diialnist: teoriia, praktyka, dosvid [Investment-innovation activity:

theory, practice, experience]. Sumy: Universytetska knyha [in Ukrainian]

4. Shipulina, Yu.S. (2005). Innovatsionnyi potentsial priedpriiatii [Innovative potential of the enterprise]. Sumy: Dielovyye pierspektivy [in Ukrainian]

5. Tian, R.B., & Hrabovskyy, I.S. (2002). Ryzhky investytsiinoho proektu yak velychyna mozhlvyvykh vtrat [Investment project risk as the magnitude of possible losses]. Visnyk DDFEI: Ekonomichni nauky. – Bulletin of the Dnipropetrovsk State Financial and Economic Institute: Economic Sciences (Vols. 2), (pp. 124 – 129). Dnipropetrovsk: DDFEI [in Ukrainian]

6. Konashchuk V.L. (2006). Mikroekonomichnyi analiz protsesu realizatsii investytsiinoho proektu [Microeconomic analysis of the investment project implementation process]. Ekonomika: problemy teorii ta praktyky – Economics: problems of theory and practice (Vols. 212), (pp. 767 – 773). Dnipropetrovsk: DNU [in Ukrainian]

SOCIAL MEDIA AS THE IMPORTANT MEANS OF COMMUNICATION OF UNIVERSITIES WITH THEIR SURROUNDINGS

*Iwona Wojciechowska,
Rzeszow University of Technology*

Introduction. Data from the Digital in 2018 Global Overview report show that in January 2018 there were 7.6 billion people in the world, of which over 4 billion, so more than half of the population, had access to the Internet. It is also worth noting the dynamics in this area - in 2018 the number of Internet users grew by 7% compared to the previous year, one quarter billion new users appeared online for the first time. In Poland, the Internet penetration in relation to the total number of inhabitants is 72%, thus giving us the 15th place in the world ranking . According to Global Web Index not only the number of people using the Internet is growing worldwide, but also the amount of time they spend online - it is about 6 hours a day for an average user.

Thanks to widespread access to the Internet and mobile devices, social media are also becoming increasingly popular. According to the above mentioned Digital in 2018 Global Overview report, over 3 billion people worldwide now use them, which is 13% more than in 2017 (almost one million people started using social media for the first time in 2017). In the ranking of countries actively using social media, Poland holds the 26th position with 39% of the population . It is expected that these numbers will continue to grow along with the observed increase in the popularity of all mobile devices.

According to Global Web Index data, the average social media user spends 2

hours and 19 minutes a day using them . The We Are Social and Hootsuite report shows that Poles, in terms of the amount of time spent on social media platforms, occupy the 22nd place in the world. Every day we spend 1 hour and 45 minutes on social media activities, which is slightly less than the calculated global average .

Invariably, Facebook has been the most popular and engaging social networking site in the world for many years. It has over 2.1 billion active users (in 2018 an increase of 15% in relation to the previous year) . In Poland, it is also by far the most popular social networking site with a coverage of 82%, nearly 21.5 million people use it, and 7 out of 10 users log in to it every day.

The role of social media in university communication. Social media have changed communication for good. So what are social media, how can they be defined? It is difficult to find an unambiguous answer here, which probably results from the relatively short history of social media, as well as the extremely dynamic nature of changes in their area. For example, J. van Dijck believes that they are media whose guiding idea is to create content and share it with other users (communities) . N. Dabner says that social media are Internet tools and tools based on mobile technologies that, thanks to appropriate technological solutions, allow users to create, co-create and share texts, sounds and video materials . However, probably the most complete definition is given by B. Mróz-Gorgoń and K. Peszko. In their opinion, social media is something more - they are social communication channels that allow the exchange of information, but also interaction and integration between network users or between network users and brands. The information published in them is available to all or selected groups of users and is subject to more or less social control.

Not only private users but also companies and institutions are eager to use the increasing number of choices social media offer. Today, presence in social media is indispensable, both for private users who communicate and receive information mainly in such a way, as well as for companies for which it is often the most important communication channel with their clients.

It seems that universities in Poland also see the potential of social media, making attempts to adapt to new communication reality and more often using social media as a key component of communication with their surroundings . They are aware of the fact that the main (though not the only) recipient of content published by them in social media is the so-called Internet generation (according to other sources - Generation Z (C)) , for whom the Internet is the basic tool for communicating and searching for information. The Internet generation understands social media the best and uses them efficiently. K. Peszko writes that this generation is a great communication challenge because it does not know the time before the era of digitization and treats this environment as something natural and universal . He also notes that this generation treats social media as a space in which they can share opinions, comment on or evaluate something, create new goods and services, manifest their attitude and obtain necessary information . This is confirmed by data

from the Social Media 2016 report prepared by IRCenter . It says that in 2016 not only the number of so-called viewers increased, but also the number of creators and commenting users. In Poland, every second the Internet user (51%) is a creator or commenting user - he writes content that affects the opinions of other Internet users and often shares them on social media.

M. Koszambar-Wiklik notes that proper communication management is in the current difficult market situation (demographic decline, market saturation, increased competition, the struggle to attract students) one of the most important elements of competition between universities. In the process of communication, not only the message itself is important, but also the selection of appropriate means, hence when planning communication, it is not only important what content will be published, but also whether the means used will be adequate to the target group and changes in communication systems . H. Hall and K. Peszko believe that the use of communication channels by universities that have become an integral part of the daily lives of candidates, students and graduates is an indisputable necessity/ M. Koszambar-Wiklik adds that the Internet generation directly expects innovation when it comes to forms of communication.

Social media is such an important channel of communication with the environment that universities that are the best in this area can have a real impact on decisions made by university candidates. This can be demonstrated by, among others, results of research conducted by A. Washenko, in which participants admitted that the university's presence in social media, information posted on their official Facebook profiles, as well as good interaction with the users influenced their choice of university.

Communication in social media, due to its two-way character, seems to be much more difficult than, for example, running a website, because it requires constant monitoring and often very quick, determined response. On the other hand, it also offers a lot of possibilities. Universities that are present in social media should try to use them appropriately, carefully observe and listen to their users, and then use the knowledge acquired in this way to build lasting relationships and create an attractive offer. It is worth mentioning that tools for monitoring the internet, social media in particular (e.g. Sotrender, Brand24, Google Analytics) may be very helpful here.

Conclusions. The modern world communicates and consumes information primarily through the use of the Internet, largely through social networking sites . University communication through social media is a necessary response to the expectations of the Internet generation from which their main clients originate. For them, the social media environment is a natural place for obtaining information and expressing their opinions. Research shows that students directly say that they expect their university to be active on social media.

Consistent and well-thought-out communication in social media undoubtedly determines the way universities are perceived by their surroundings and shapes their image as a modern and committed institutions . It is also worth being aware

that analysing social media and the ability to use analytical tools by fanpage administrators properly can provide valuable information about the needs and behavior of both current and potential students. In the era of a strong social media impact on life, failure to adapt the message to the recipient can have serious negative consequences. Today, it is not possible to ignore social media, because they not only changed the way we communicate, but also the way we obtain information that is important to us. Studies show that university candidates use social networking sites to search for offers and ultimately choose a university . Therefore, an active and engaging Facebook presence can largely affect the effectiveness of recruitment and even be the most important tool in this regard.

References:

1. 90 proc. polskich internautów korzysta z social media. Liderem Facebook, w górę YouTube, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/90-proc-polskich-internautow-korzysta-z-social-media-liderem-facebook-w-gore-youtube#>.
2. Bodzioch K., Pokolenie C. Nowa odsłona pokolenia Y?, <http://hrstandard.pl/2012/01/04/pokolenie-c-nowa-odslona-pokolenia-y/>.
3. Buchnowska D., Wykorzystanie mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów świetle badań własnych, „Nauki o Zarządzaniu. Management Sciences” No. 2(15)/2013.
4. Chwiałkowska A., Uczelnie w mediach społecznościowych – oczekiwania adresatów a publikowane treści, „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych” No. 13 (3)/2014.
5. Cooper J., How International Students Use Social Media to Choose a UK University, <https://www.timeshighereducation.com/student/blogs/how-international-students-use-social-media-choose-uk-university>.
6. Dabner N., „Breaking Ground” in the use of social media: A case study of a university earthquake response to inform educational design with Facebook, „The Internet and Higher Education” 15(1)/2012.
7. Dekada Facebooka w Polsce, <http://brief.pl/dekada-facebooku-w-polsce/>.
8. Digital in 2018 Global Overview, <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
9. Dijckvan J., The culture of connectivity, a critical history of social media, Oxford University Press, Oxford 2013.
10. Hall H., Peszko K., Social media as a relationship marketing tool of modern university, „Marketing i Zarządzanie” No. 5 (46) 2016.
11. Koszembar-Wiklik M., Media społecznościowe w komunikacji i kreowaniu wizerunku uczelni publicznych, Oficyna Wydawnicza „Humanitas”, Sosnowiec 2016.
12. Koszembar-Wiklik M., Media społecznościowe w zarządzaniu komunikacją uczelni ze studentami, „Kultura-Media-Teologia” 2015 Nr 21.
13. Kuchta M., Ilu użytkowników na świecie korzysta z mediów społecznościowych?,

<https://socialpress.pl/2017/02/ilu-uzytownikow-na-swiecie-korzysta-z-mediow-spolecznościowych/>.

14. Kuchta M., Najnowsze dane na temat użytkowników mediów społecznościowych na świecie, <https://socialpress.pl/2018/07/najnowsze-dane-na-temat-uzytownikow-mediow-spolecznościowych-na-swiecie>.

15. Most famous social network sites worldwide as of July 2018, ranked by number of active users (in millions), <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

16. Mróz-Gorgoń B., Peszko K., Marketing analysis of social media – definition consideration, „European Journal of Service Management”, Vol. 20, 4/2016.

17. Peszko K., Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji, „Marketing i Zarządzanie” Nr 4(45) 2016.

18. Social Media 2016, IRCenter, Warszawa 2017.

19. Tapscott D., Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.

20. The Global Social Media Landscape, <https://www.globalwebindex.com/reports/global-social-media>.

21. Washenko A., 2 universities tell us how they are using social media, „Sprout Social”, October 31, 2013, <http://sproutsocial.com/insights/universities-social-media/>.

22. Weindling W., Why More Colleges Are Using Social Media to Recruit Students, <https://www.higheredjobs.com/Articles/articleDisplay.cfm?ID=1393>.

23. Wojciechowska I., Analysis of The Activity of Polish Universities on Facebook, „Modern Management Review”, vol. XXIII, 25 (4/2018), <http://doi.prz.edu.pl/pdf/zim/378>.

24. Wojciechowska I., Skala wykorzystania social mediów przez szkoły wyższe w Polsce, „Modern Management Review”, vol. XXV, 25(1/2018), <http://doi.prz.edu.pl/pdf/zim/331>.

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN BUSINESS

Yuvkovetska Y.,

Ph.D., Associate Professor of Foreign Philology and Translation Department,

Ivanova Y.,

student, Faculty of Hotel-Restaurant and Tourism Business,

Kainova O.,

student, Faculty of Hotel-Restaurant and Tourism Business,

Kyiv National University of Trade and Economics

Annotation. *With the expansion and development of business geography, the role of intercultural communication in the world is growing more and more. This article tells about the peculiarities of intercultural communication, factors that influence establishing cross-culture relationships, bright examples of traditions and rules of different countries, and some pieces of advice how to make such communication easier and more pleasant.*

Key words: *culture, intercultural communication, tradition, business, rules.*

Introduction. Culture is a fundamental life value and behavioral stereotypes, accepted in a certain country and personal conscious. They act as guidelines for human activity, perform the functions of social behavior regulators [1]. It can be said that this is certain rules and habits which are familiar and acceptable for specific group of people.

Everybody knows that every nation has own traditions and culture. They solve problems and see the same situation in different ways and with different conditions. Bright examples are how people in different countries are in the queue or how they are eating.

During communicating with a person from another country we face such difficulties as cultural barriers. Thus understanding of bases intercultural communication rules can improve relationships between people of different nations.

Main part of researchers. Intercultural communication is a special kind of communication of different cultures representatives, in the process of which both information and values of interacting cultures are exchanged. This process is not limited to knowledge of a foreign language but requires knowledge of another people's spiritual and material culture, moral attitudes, values, religion, and worldviews, which in combination can determine the behavior of communication partners. Today learning foreign languages and using them as a means of international communication is impossible without a comprehensive and deep knowledge of the native speakers' culture, their way of life, mentality, national character, vision of the world, traditions, customs and more. Only a combination of language and culture will ensure effective communication [2, p. 95].

Let us find out why details of intercultural communication are important in business.

1. Communication with partners. Interaction of many cultures is becoming more common, more and more people are traveling to work, attending conferences, and increasingly managers and directors are communicating with foreign business partners. Studying intercultural communication for all kinds of meetings, exchanges and cooperation becomes the main task for most people. Therefore, in the course of international negotiations, it is useful to consider the cultural aspects and understand the attitude of your interlocutor to the choice of the participants in the negotiations, their values and priorities [3, p. 102].

2. Communication with clients. Your company can provide services to foreign clients. Therefore, it is significant to know some traditions and rules not to offend and lose your customer. Understanding of such details will help to gain the consumer's trust and attract new one.

3. Communication in the enterprise. The tendencies of development of humanity contribute to the strengthening of contacts between representatives of different nations, cultures, that positively influences business formation, intensification of intercultural dialogue, universal human progress. Cross-cultural communications play an important role in this. They help form shared values in a multinational team, intensify contacts, remove linguistic, cultural, and religious barriers, which in turn will help to control the internal situation. Successful implementation of cross-cultural communication in the business contacts of the company will contribute to its prosperity, and the mistakes made in this case, on the contrary, can cost it [4, p. 608].

Contextual level of country also plays a vital role in intercultural communication. The Western mentality is much more streamlined and orderly, unlike the Slavic one, which is marked by some irrationality and disorganization [5], in which the meaning of words is largely dependent on the situation and the many invisible cues that are mutually apparent. Sometimes we do not mean what we say out loud. Quite different from the historically complex traditions of communication among the inhabitants of Scandinavia, Switzerland and especially Germany. After all, European individualistic cultures are low-context, characterized by high accuracy, transparency and completeness of individual statements, typical of the most verbalized nature of communication, transmitted information is short, clear, reasoned, and taken literally, for such a level of context what matters is what is said, not how it is said. In Asian collectivist cultures such as Chinese, Korean and Japanese, which are called highly contextual, through the transmission and perception of information «between the lines», the focus is on the context of statements, very little information is verbally expressed, but the non-verbal elements of communication are of great importance, in which case the actual meaning of what is said, they pay much more attention to what was said [6].

For a culture with low context, only the objective content of business communication is important, the interactions between people are clear and precise, and the context of communication is not fundamental. A striking example of such culture is German culture [6].

Low-context cultures are characterized by:

- 1) direct and immediate access to tasks and problems;
- 2) attach great importance to personal competence;
- 3) the predominance of clear, accurate and fast interactions [6].

High-context cultures, such as Indian and Chinese, are characterized by the sharp influence of personal relationships and the context of relationships on the outcome of communication [6].

Key features of high-context culture:

- 1) the need to establish trust before entering into business matters;
- 2) attach great importance to personal relationships and goodwill;
- 3) attach great importance to the circumstances in which the conversation takes place [6].

One more important factor in intercultural communication is what type of culture (individualistic / collective) a country's representative you are communicating with belongs to.

One of the incentives for individuals to participate in cooperative activities is the desire of others. Even a simple awareness of a partner's wishes is an important impetus for the formation of responsibility for their intentions and actions. The pursuit of sustainability leads to a balance of interests gaining status as a common goal. Such a community imposes on individuals an obligation to promote the success of another [7, p. 58].

For the collectivist, the process of communication means, first and foremost, the ability to join space with other people - the space of shared needs, actions, values. The collectivist is more keen to maintain the general context in which he is with others, and the very creation of that context must have a collective character for him. In this space the collectivist feels comfortable, so it can be said that he also uses his environment to meet his own needs. The other thing is that his needs are more expressive than the needs of the individualist, they are focused on sharing goals and interests with others. The collectivist, together with others, creates and maintains a collective context in which he feels most confident and comfortable, and already in this rather obvious characteristic of his position one can see some moral contradiction: he is good in the collective, together with the collective, and therefore he uses the collective for satisfaction own needs [7, p. 60].

Differences in the general life position and personal attitudes of individualists and collectivists are evidenced in different types and spheres of social activity, in particular, it is necessary to talk about the peculiarities of communication style. Generally speaking, the communication process itself has different meanings for individualists and collectivists. When communicating with others, individuals seek the opportunity to express themselves, to express their opinions, to a greater or lesser extent to oppose the environment, and thus to express their personality more clearly. This motivation inevitably correlates with the effort to use the environment to their advantage. Surrounding emerges as a finite medium, without which individual assertion

is meaningless. The environment is the background on which the figure is displayed, the mirror, which is intended to reflect the individual image of the individual, the springboard from which he is repelled for further achievements [7, p. 59].

If you want to build strong relationships with different people, you should not only control your speech, but also your body language. Body language is the use of physical behavior, expressions, and mannerisms to communicate nonverbally, often done instinctively rather than consciously. Whether you're aware of it or not, when you interact with others, you're continuously giving and receiving wordless signals. All of your nonverbal behaviors – the gestures you make, your posture, your tone of voice, how much eye contact you make – send strong messages. They can put people at ease, build trust, and draw others towards you, or they can offend, confuse, and undermine what you're trying to convey. These messages don't stop when you stop speaking either. Even when you're silent, you're still communicating nonverbally [8]. Peoples' brains process information, they think, in three different ways. And their body language will tell you all day long what their primary style is. You just need to know what to look for and what to do when you see it. And it is not one of those where she is leaning back, her arms are crossed, she's frowning, so she must be unhappy. It's actually understanding how their brains work and then presenting your information in a way that people can see it, hear it, feel it and increase the chances that they'll say yes to whatever you're proposing. It's also decreasing the chances that you'll do something wrong. Many different types of nonverbal communication or body language include:

- Facial expressions. The human face is extremely expressive. It can express countless emotions without saying a word. And unlike some forms of nonverbal communication, facial expressions are universal. The facial expressions for happiness, sadness, anger, surprise, fear, and disgust are the same across cultures [8].

- Body movement and posture. Consider how your perceptions of people are affected by the way they sit, walk, stand, or hold their head. The way you move and carry yourself communicates a wealth of information to the world. This type of nonverbal communication includes your posture, bearing, stance, and the subtle movements you make [8].

- Gestures. Gestures are woven into the fabric of our daily lives. You may wave, point, beckon, or use your hands when arguing or speaking animatedly, often expressing yourself with gestures without thinking. However, the meaning of some gestures can be very different across cultures. While the OK sign made with the hand, for example, conveys a positive message in English-speaking countries, it's consider offensive in countries such as Germany, Russia, and Brazil. So, it's important to be careful of how you use gestures to avoid misinterpretation [8].

- Eye contact. Since the visual sense is dominant for most people, eye contact is an especially important type of nonverbal communication. The way you look at someone can communicate many things, including interest, affection, hostility, or attraction. Eye contact is also important in maintaining the flow of conversation and

for gauging the other person's interest and response [8]. However, in some countries with Muslim traditions eye contact is not acceptable.

- **Touch.** We communicate a great deal through touch. Think about the very different messages given by a weak handshake, a warm bear hug, a patronizing pat on the head, or a controlling grip on the arm, for example [8]. Ordinary handshake may be perceived differently in various group of countries. In the UK, people highly value personal space and try to touch the other person as rarely as possible. They only shake hands with close people. In the USA people always greet each other with handshake at the first meeting and in the official circle. In other situation this is not necessary. Not all Asian countries welcome a handshake. However, friendly residents of the East, seeing a foreigner, can easily reach out to him and greet him in a Western manner. In Arab countries, handshakes are welcomed only by men, and afterwards they lend a hand to the heart, thus expressing their kind and respectful attitude.

- **Space.** We all have a need for physical space, although that need differs depending on the culture, the situation, and the closeness of the relationship. You can use physical space to communicate many different nonverbal messages, including signals of intimacy and affection, aggression or dominance [8].

- **Voice.** It's not just what you say, it's how you say it. When you speak, other people "read" your voice in addition to listening to your words. Things they pay attention to include your timing and pace, how loud you speak, your tone and inflection, and sounds that convey understanding, such as "ahh" and "uh-huh." Think about how your tone of voice can indicate sarcasm, anger, affection, or confidence [8].

Now let us find out how can you understand peoples' body language. So there are three types of people in the world. These are touchers, lookers and listeners.

75% of people in the world relate to the lookers. It means that their brains think in pictures and images. There are some characteristics that set them apart from other types of people. First thing is that such person stands up tall, has a good posture. Second thing is that he or she dressed well, because appearance is important for lookers. The next thing you'll notice is that he or she holds a little stress in the shoulders. One more thing you can notice is that lookers have wrinkles in their foreheads. It's all because they always look up when they remember something they have seen before. Lookers look up much more than other people do. The next thing you'll notice is that lookers have thin lips and there is no explanation why they have such lips. The other thing about lookers is that they give you lots of eye contact. So now that you know about lookers, here are two things you do to build rapport with them. The first is that you give them lots of eye contact, because they literally believe if you don't look at them, you do not pay attention to them and you ignore them. The second thing you do with lookers is you give words that have a visual component to it such as "I see what you mean" or "Look at this". So you use a type of language that is going on their brains. Those are lookers, 75% of the world.

20% of people in the world relate to the listeners. It means that that their brains

think in words and sounds. Body language of listeners is different from lookers. First is that listeners are not as well-dressed as lookers, because appearance is not as important for them. Next thing is that listeners have tendency to look down and to the left, because that's the way you look when you're remembering something you have heard. The next thing you'll notice about them is that a lot of times they'll put their heads in the hands. It's called telephone posture. Another thing you'll notice about listeners is that they have tendency to mumble to themselves. This doesn't mean that they're crazy. It's just because their brains think in words and sounds, so they literally talk to themselves. Another thing is that listeners are pen clickers and bangers on the pen on the table. These are listeners, 20% of people in the world. If you want to appeal to listeners, you do two things. The first thing is you don't give them much of an eye contact, it freaks them out. So what you do is that when they are speaking, you look at them and then look away. And when you're speaking, you look at them and they look away. The second thing you do with listeners is that you use words that are auditory. That's the type of language their brains use.

And finally, 5% of people in the world relate to touchers type. It means that their brains think in feelings and tactilely. Here is the kind of body language you will see in touchers. The first thing and the biggest tell in touchers is whether or not they've ever met you before in their lives, they're ready to hug you. The second thing you'll notice about touchers is that they are dressed for comfort rather than style. The next thing is that they have full lips. The next thing you'll notice about touchers is that they have tendency to lean in, because they are trying to decrease the amount of physical space between you and them and build rapport in that way. Touchers also have a tendency to reach out and touch your arm when there in conversation with you. And touchers also have tendency to look down, because that's where you look when you remember something you have felt. So if you want to build rapport with touchers here are two things you should do. If you feel comfortable, let them touch you. But if you don't feel comfortable, stick your hand out and give these people a point of contact with you. That's what they're looking for. The second thing you do with touchers is you use language that either has a feeling to it or is tactile. These are such phrases as "I want to hear how you feel about this", "Let's get in touch". That's the type of body language that appeals to touchers, people who process information in feelings and tactilely.

The perception of time in different cultures also affects business relationships. In Eastern and Western cultures, time appears in a completely different light, moreover, even within these groups - in different countries - it can be interpreted in a rather wide range.

It can be highlighted such types of time perception:

- Linear time. Let us start with the American concept of time, because it is the most expensive concept - as you will be told by everyone who had to deal with American doctors, dentists or lawyers. For an American, time is really money. In a profit-oriented society, time is a precious commodity. Other countries of this type

are monochronous, that is, they prefer to do only one thing at a time, focus on business and execute it within a fixed schedule. They are confident that in this way they will do more - and more efficiently. Moreover, being saturated with Protestant work ethic, they equate work time with success: the harder you work - that is, the more hours - the more successful you will be and the more you will earn.

- Multi-active time. Southern Europeans are multi-active, not linearly active. The more things they can do at the same time, the happier and more satisfied they feel. They organize their time (and life) in a completely different way than Americans, Germans and Swiss. Multi-active people are not very interested in graphics or punctuality. They pretend to be watching them, especially if a linearly active partner or colleague insists on it, but they believe that living reality is more important than meetings. When organizing activities, priority is given to the relative sensations or significance of each meeting. Spaniards, Italians and Arabs will ignore the passage of time until the conversation is over. For them, making a deal with a person is the best way to invest their time.

- Cyclic time. In some eastern cultures, the adaptation of people to time is seen as an effective alternative. These cultures do not perceive time either as linear or as related to events, but as cyclical. Every day the sun rises and sets, the seasons follow each other, celestial bodies revolve around us, people age and die, but their children recreate this process. We know that this cycle has been going on for 100,000 years or more. Cyclical time is not a scarce commodity. It seems that it is unlimited. Asians see time not as something flowing unchanged into a linear future, but as something that once again enters a circle where they expect the same opportunities, risks and dangers to appear there, but people will be for many days, weeks or months wiser.

This knowledge can help to arrange a meeting time with foreign partner, understand when you must be there, when you have to wait for answers, when and how the decision will be made, and set deadlines.

Conclusions. In conclusion, we would like to give some suggestions how to make intercultural communication easier. Watch other people's behavior and copy some of their actions. Forget about stereotypes because it can spoil your relationships with potential partners and clients. Pay attention to individuality. You should understand that every culture and every person is different. Therefore, you should not impose own rules, traditions, and visions, only share them. Be patient. Some customs, that are acceptable in one country, can be absurd to us. However, this does not mean that we should not respect each other's traditions. The most important thing is to look at the world with kindness because smile is one of the few elements of non-verbal communication that is well perceived around the world.

References:

1. Berezhna I.J. Assessment of the role of cultural factor in international business. URL: http://www.rusnauka.com/7._DN_2007/Economics/20745.doc.htm

[in Ukrainian]

2. Sadokhin A. P. Introduction to the theory of intercultural communication / A. P. Sadokhin. - M.: Higher. school, 2005. -- 310 p. [in Russian]

3. Korovina, V.D. Features of Intercultural Business Negotiations [Text] / V.D. Korovin // Scientific Papers [Peter Mohyla Black Sea State University of Kyiv-Mohyla Academy]. Pedagogy. 2017, Vol. 291, no. 279. - P. 101-104. [in Ukrainian]

4. Romanukha O. The role of cross-cultural communications in the management of organizations. Economy and society. 2017. Vol. 9. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/103.pdf. [in Ukrainian]

5. Kamianova T. Context of cultures and foreign languages. URL: <http://www.proza.ru/2010/11/27/1316> [in Ukrainian]

6. Pustovar A.O. The context of culture and the effectiveness of professional communication. URL: <https://labipt.com/context-cultureand-effectiveness-of-professional-communication/> [in Ukrainian]

7. Vasyutinsky V.O. Psychological truth about individualism and collectivism: a monograph / V.O. Vasyutinsky; National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Inst. and flight. psychology. - Kyiv: Millennium, 2016. - 137 p. [in Ukrainian]

8. Jeanne Segal, Melinda Smith. Nonverbal Communication. Help Guide. URL: <https://www.helpguide.org/articles/relationships-communication/nonverbal-communication.htm> [in English]

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Лецій Л.А.,

кандидат економічних наук, доцент,

Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку

Annotation. *The article highlights the situation with the level of innovation activity of domestic enterprises - analyzes statistics, international rankings and the legislative base. Factors of influence on innovative activity, in particular features of its financing are investigated. The ways of increasing the level of innovation activity are given, as well as the environmental component of innovation development.*

Key words: *innovation activity, innovation development, the global innovation index.*

Інноваційна діяльність є дуже важливою, та що і казати, необхідною складовою розвитку кожної держави у сучасному глобалізованому світі, що стрімко розвивається. Очевидний досвід показує – успіху добились країни, які зробили ставку на інноваційний розвиток: США, Японія, Південна Корея,

країни Західної Європи. Китай також завдячує своєму неочікуваному успіху як стимулюванню інноваційної діяльності, так і вмінню вдало копіювати і вчасно та ефективно впроваджувати уже існуючі запатентовані інновації.

Щодо України, то ситуацію, яка склалась на даний час, можна охарактеризувати як неоднозначну. З одного боку ми бачимо суттєву увагу держави до цієї сфери – прийнято чимало нормативно-правових документів, зокрема Закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [1], «Про інноваційну діяльність» [2], Стратегію інноваційного розвитку [3], та інші документи. Загалом протягом 2013-2018 років в Україні схвалено майже 40 стратегічних документів галузевого рівня, що стосуються розвитку інновацій в тій чи іншій сфері. Їх аналіз свідчить про заходи щодо підтримки інноваційної діяльності у кожній окремій сфері. Ведеться ретельний збір статистичних даних стосовно інноваційної діяльності, їх всебічний аналіз. Сильною стороною нашої держави, на перший погляд, можна вважати і людський потенціал – так за рівнем освіти, кількістю і якістю науково-педагогічних працівників і тп. Україна задніх не пасе [5]. Також останніми роками можемо спостерігати неймовірне зростання сфери інформаційних технологій, з'являються все нові і нові компанії, що займаються розробкою програмного забезпечення і тп., що значною мірою пов'язано із високим інтелектуальним рівнем українських працівників, так і з вдалою і вигідною фіскальною політикою у цій сфері. Є чимало прикладів вдалих інноваційних стартапів в українських реаліях і тд. Однак, з іншого боку, Україну назвати флагманом інноваційного прогресу, на жаль, ми не можемо.

Для кращого розуміння ситуації звернемося до світових статистичних даних. Так, в рейтингу Глобального індексу інновацій ООН, який був оприлюднений 24 липня, Україна посіла друге місце серед країн із доходом нижче середнього рівня [4, 6].

Звернімо увагу на дисонанс взаємозалежних показників: за показником сприятливості політичного середовища Україна посіла 110 місце, а за рівнем створення нових знань і нематеріальних активів –17-те. За висновками Світової організації інтелектуальної власності при ООН (WIPO), Україна та Грузія «показали результат, що перевищує очікування» з огляду на їхній рівень економічного розвитку. Водночас у звіті WIPO за 2018 рік Україна була першою за рівнем інновацій серед країн своєї групи (за рівнем доходу). [6]

У глобальному рейтингу Україна посідає 47 місце. Перше місце посідає Швейцарія, останнє, 129-те – Ємен.

Дещо гірші результати показує Україна відповідно до індексу інноваційного розвитку, представленого агентством Bloomberg на початку 2019 року, Україна на 53 місці серед 60 досліджуваних – найбільш інноваційних - держав. У попередні періоди даний рейтинг складався лише серед топ-50 країн. У 2019 році наша держава виявилася найгіршою за продуктивністю праці (60 місце), що свідчить про низький рівень застосовуваних технологій та виробництва

товарів з низькою доданою вартістю, потрапила до трійки аутсайдерів за технологічними можливостями (58 місце) та посідає 54 місце за рівнем витрат на дослідження та розробки у валовому внутрішньому продукті. Водночас вона зберігає високе 28 місце за ефективністю вищої освіти та 35 місце за патентною активністю, тобто має потенціал до розвитку. [3, 5, 6]

Стосовно вітчизняних статистичних даних, звернемо увагу на збірник «Наукова та інноваційна діяльність України» розроблений державними органами статистики [11]. У цьому дослідженні окремо наводиться інформація про наукову діяльність та інноваційну, але не прослідковується взаємозв'язок між ними. Разом з тим немає чіткої інформації щодо того, що саме вважається інновацією, як вимірюється наукова та інноваційна діяльність, чи в повному обсязі все враховано, тому ці дані будемо вважати скоріше орієнтовними, ніж абсолютно точними. Цікавими є дані стосовно частки інноваційних підприємств. Так у 2014-2016 рр. інноваційну діяльність здійснювали 18,4% підприємств, в той час як у 2012-2013 рр. – лише 12,6%. Як бачимо, частка цих підприємств є дуже незначно, водночас спостерігається позитивна тенденція до збільшення їхньої кількості. Головними видами економічної діяльності, де представлені інноваційні підприємства, є переробна промисловість – 42,6%, гуртова торгівля – 22,4%, інформація та телекомунікації – 8,5% [5]. Водночас, враховуючи, що значна частка української економіки знаходиться в тіні (За попередніми розрахунками Мінекономрозвитку рівень тіньової економіки у 2018 році склав 30% від обсягу офіційного ВВП, що на 2 в.п.1 менше за показник 2017 року і є найнижчим рівнем, починаючи з 2009 року) [11] розраховувати на повну об'єктивність наведених даних не доводиться.

Ознайомившись із працями вітчизняних дослідників інноваційної діяльності в Україні зауважимо, що крім загальноекономічних і політичних труднощів суттєва увага приділяється проблемам із фінансуванням. Це і не дивно в умовах бідної держави. Так, спостерігаються значні труднощі із державним фінансуванням розвитку науки, що негативно впливає на інноваційну сферу, яка тісно пов'язана із наукою. Незважаючи на те, що Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» передбачено збільшення фінансування науки з усіх джерел до 2025 р. до 3 % ВВП, а за рахунок державного бюджету – до 1,7 % [8, 9] за існуючого станом на 2017 р. найнижчого за всю історію незалежної України рівня її фінансування в обсязі 0,45 % ВВП, у т. ч. за рахунок коштів державного бюджету 0,13 % . Хоча оцінювати дані показники однозначно негативно також не можна – на жаль, у нашій країні все ще залишається достатньо високим рівень корупції, і бути впевненим у тому, що кошти спрямовані на науку підуть на справді найкращі проекти не завжди доводиться.

Водночас структура фінансування інноваційної діяльності та наукової діяльності в Україні є досить цікавою. Так, за даними державної служби статистики інноваційна діяльність фінансується в першу чергу за рахунок власних коштів

підприємств – 97,2% в 2015 р. і 84,5 % у 2017 [5, с. 91]. Тобто можна помітити слабку позитивну тенденцію зростання інтересу до цієї сфери з боку державного сегменту, іноземних інвесторів, залучення кредитів та інших джерел.

Щодо виконання наукових досліджень і розробок, то частка державних витрат у 2017 р. залишається домінуючою – 36,8%, на другому місці – кошти приватних замовників – 28,0% , і на третьому – кошти іноземних джерел – 24,4% [5 ,с. 57] - достатньо високий показник. Однак залишається сумнів, чи завжди ці кошти є реально іноземними інвестиціями, чи це кошти організацій, зареєстрованих в офшорних зонах за кордоном. Дещо дивною виглядає різюча різниця фінансування інноваційної діяльності іноземними інвесторами на рівні 1,2% [5 ,с. 57] і наукових досліджень і розробок на рівні 24,4%, відповідно до даних державної служби статистики.

Розібравшись в цілому з ситуацією щодо інноваційної діяльності в Україні та її тенденціями звернемо увагу на основні фактори, які мають на неї вплив. Так, відповідно до Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO), specialized agency of the United Nations, [4, 6] які обчислюють глобальний індекс інноваційного розвитку, підґрунтя для обчислення даного інтегрального показника базується на таких факторах.

- Інституційна основа: політична обстановка, економічне середовище, правове регулювання.

- Людський капітал та дослідження і розробки: рівень освіти і кваліфікації працівників, рівень НДДКР.

- Інфраструктура: загалом розвиток інфраструктури та екологічна ситуація.

- Організація ринку: доступність кредитів, умови ведення торгівлі, рівень конкуренції і об'ємів ринку, інвестиційний клімат.

- Організація бізнесу: наявність експертів, інноваційні зв'язки, впровадження новітніх знань у бізнес-середовище.

Безумовно, усі ці фактори мають вплив на рівень інноваційної діяльності, яка представлена двома частинами:

- Знання та технології (створення нових знань, вплив та розподіл знань у суспільстві).

- Творчі (інноваційні) результати (нематеріальні активи, нові творчі товари та послуги, створення нових продуктів у мережі Інтернет).

Ці фактори є глобальними, універсальними і можуть бути застосовані до будь-якої країни. Однак вітчизняна інноваційна діяльність, на нашу думку, все ж має ряд особливостей, які слід врахувати.

1. Значна частка тіньової економіки, яка не дозволяє об'єктивно оцінити реальний стан і, як наслідок, викривлює фактично усі статистичні показники, при чому цей фактор має наскрізний вплив. Так, не зрозуміло, яка частина інноваційної діяльності здійснюється в офшорних зонах. Багато фізичних осіб-підприємців, які не подають статистичних, даних можуть, і часто займаються діяльністю, пов'язаною з інноваціями, і це не відображено у

статистиці. Та із загалом, методологія дослідження даних сфері інновацій не завжди досконала, що пов'язано в т.ч. із труднощами оцінки нематеріальних активів, інфляційним фактором та іншими причинами.

2. Особливості історичного розвитку. Високий рівень освіти в Україні, наявна велика кількість вчителів і вчених вважається позитивним фактором для інноваційного розвитку і з цим важко не погодитись. Однак, на жаль, історично освіта в СРСР використовувалась, значною мірою, як засіб пропаганди комуністичного режиму і була нерідко відірвана від практики. Та й традиції командної економіки не дозволяли якісно, із врахуванням передового світового досвіду, проводити НДДКР, ефективно впроваджувати їх у життя, яскравим прикладом чого стала аварія на ЧАЕС, та і у інших напрямках так званої інноваційної діяльності ситуація була не кращою. Оскільки колишні традиції ще не повністю відійшли в минуле, вони мають вплив на всі сфери вітчизняного бізнесу. Отже кількість вчителів і рівень вищої освіти в Україні, на нашу думку, можна вважати дещо завищеними показниками і не достатньо пов'язаними з реальним життям.

3. Військові дії в Україні. Мабуть, ніщо не є таким драйвером інновацій як бажання урядів вдосконалювати військові технології. Та що і казати, найновіші, найпоширеніші і найбільш корисні інновації – родом звідти. Сам інтернет зародився у вигляді АРПАНЕТу – безпрецедентної мережі комп'ютерів, створення якої на початку 1960-х профінансувало американське міністерство оборони. GPS – це, звісно ж, суто військова технологія, яка стала доступною для цивільного використання лише в 1980-х роках [16, с. 189]. Враховуючи те, що в Україні триває війна, необхідність інновацій у цій сфері зростає, і посилюється ще і тим, що початковий рівень військової техніки був дуже низьким. Останніми роками ми спостерігаємо чималий поступ у цій сфері, однак поле для діяльності залишається ще дуже широким.

4. Достатньо низький рівень підприємницької ініціативи і активності, що є частково наслідком попереднього фактору, а частково – демографічною ситуацією. Ми спостерігаємо відтік якісного людського капіталу за кордон, що є загалом позитивним явищем в довгостроковій перспективі, коли люди, здобувши досвід, повертаються на батьківщину, та ще і з грошима, які можна інвестувати, в тому числі і в інновації. Але в короткостроковій перспективі дане явище негативно впливає на індекс інноваційного розвитку. Історична ситуація, коли Україна, як би це сумно не звучало, протягом тривалого часу була колонією інших держав, і значною мірою аграрною країною з низьким рівнем індустріального розвитку, - також зовсім не сприяла розвитку підприємницької ініціативи, основи інноваційного розвитку. Однак ми спостерігаємо досвід окремих країн, які добились успіхів навіть починаючи з доволі низького старту – наприклад, Південна Корея, - тому підстави для оптимізму все ж таки є.

5. Екологічні аспекти. Історично в Україні не було прийнято економити на енергоносіях, і взагалі питанням екології приділялось мало уваги. Ситуація

поступово змінюється лише протягом останніх кількох років, це викликано також і загальносвітовим зацікавленням проблемами екології. Наприклад, США – найбільш високотехнологічна країна, на частку якої припадає 25% світової економіки, з року в рік використовує все менше ресурсів, хоча її економіка і населення продовжують зростати [14]. Головною причиною відміни екологічного апокаліпсису, на думку автора дослідження на цю тему Макаффі А. стали технології. Саме вони надали можливість зекономити на ресурсах, в той час як капіталізм забезпечив мотив.

Однак поступ в напрямку вирішення екологічних проблем суспільство приймає досить важко, і в Україні в тому числі. Це і не дивно, адже збільшення витрат на екологію непопулярний крок для будь-якого уряду, ці витрати фінансуються платниками податків, лягають тягарем на підприємства, стримують пориви бізнесменів заробити швидкі гроші будь-якою ціною. З іншого боку вважаємо, що в даній сфері для нашої держави є безмежний простір для впровадження інновацій – як створення власних, так і придбання уже існуючих, адже в умовах глобального потепління і можливої екологічної кризи перехід на енергозберігаючі технології та інші впровадження у сфері екології є необхідністю, питання лише ціни і часу.

Підсумовуючи, зазначимо, що загалом ситуація з інноваційною діяльністю в Україні є достатньо стабільною з незначними покращеннями протягом останніх років, але від дуже низької бази. Більшість факторів, які впливають на неї є універсальними і їх можна об'єктивно оцінити і впливати на них, однак у вітчизняних умовах можемо спостерігати також вплив специфічних факторів, на які вплинути доволі важко, але можливо у перспективі.

Література:

1. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 р. № 848-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>
2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 05.12.2012 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>
3. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.u>
4. The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation [Електронний ресурс] / S. Dutta, B. Lanvin, S. Wunsch-Vincent. 2018. URL: <http://www.wipo.int>
5. Наукова та інноваційна діяльність України. Стат. зб. Державна служба статистики України. – Київ. – 2017. – 141 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. The Global Innovation Index // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf

7. Рейтинг инновационных экономик – 2019. - 23.01.2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://theworldonly.org/>

8. Соколовська А. Фінансування науки в Україні: напрями змін // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - ISSN1728-3817. – с.50-56 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/>

9. Лівощко Т.В., Дворніченко Д.С. Інновації та інноваційна політика підприємства: принципи формування та механізми реалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.zgia@gmail.ru>

10. Здійснення наукових досліджень і розробок в Україні у 2017 році: доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.

11. Тенденції тіньової економіки в Україні у 2018 році. – Міністерство розвитку економіки, торгівля та сільського господарства. - Департамент економічної стратегії та макроекономічного прогнозування [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.me.gov.ua/>

12. IT-прориви незалежності. 7 техно-інновацій, зроблених в Україні. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rubryka.com/>

13. Перелік інноваційних розробок військового спрямування. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://claster.knutd.edu.ua/>

14. Илюшина И. Спасение утопающего. Экологический кризис отменяется // Новое время. - №43. – 21.11.2-19. – с.62

15. Andrew McAfee More from less: The Surprising Story of How We learned to Prosper Using Fewer Resources – and What Happens Next, 2019

16. Гарфорд Тім. Речі, що змінили світ. Історія економіки у 50 винаходах / пер. З англ. – К.: Наш формат, 2018. – 352 с.

17. Глобальний індекс інновацій: Україна - на другому місці серед країн із доходом нижче середнього [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/>

FORMATION OF COMMUNICATION RELATIONS OF STATE AUTHORITIES IN UKRAINE

Mishchenko K.S.,

*Ph.D. in Public Administration, Associate Professor,
Ukrainian State Employment Service Training Institute*

In developed democracies, a system of public relations (public relations) is one of the mechanisms for establishing an effective interaction of power with a society. The necessity of the power in communicating with citizens is legislatively enshrined

through the duty to inform the public of its activities, and for citizens the right to publicly express a public opinion. Implementation of legally established norms for communication requires that authorities implement organization of permanent communication process. Its purpose is to establish close interaction with civil society actors, to maintain a permanent dialogue with them, which enables us to understand the needs of the society and involve citizens in joint development of the necessary management decisions. Ensuring the fulfillment of this task becomes possible in the presence of a state communicative policy in the country, its provisions foresee the creation in state authorities of all levels of an effective system of public relations. For Ukraine, the issue of communicative interaction between authorities and the public is of particular relevance, as the country continues to modernize its public administration. One of the factors of success of reforms in this area is taking into account the public opinion as to what the system of state administration should be updated.

An analysis of the special literature concerning the communication demonstrated that its sources were such world-famous scientists as M. Weber, G. God, G. Lassuel, P. Lazarsfeld, M. Mukuleen. Researches of representatives of the communicative philosophy are dedicated to theories of communication and the definition of its role in society - J. Habermas, K. Jaspers, A. Tuffler, futurists-philosophers D. Bell, J. Galbraith, J. Gerbner, N. Luman, A. Mola, T. Parsons and others. The interaction between the authorities and the public was researched by S. Black, D. Doroti, F. Jeffkins, P. Jackson, D. Grunig, S. Katlip, R. Harlow and other foreign scholars. Among the Ukrainian scholars, the role of information and communication for public administration was researched by V. Bebig, O. Zernetska, S. Kvit, G. Pocetstsov, V. Rizun, O. Kholod. Interaction of the authorities and the public was researched by V. Bakumenko, N. Dragomiretsky, N. Nizhnik, V. Rebkalo, Yu. Surmin, V. Tertychka. The Ukrainian scientist P. Vorona researched the works of E. Afonin, O. Babinova, R. Voyitovich, L. Gonyukova concerning the crisis communication in political and parliamentary activities.

Finding out the essence of communication, scientists consider it as a multifaceted social phenomenon. From the standpoint of a systematic approach, communication is considered as the basis of functional managerial interaction, which the foundations of hierarchy, subordination, differences in the status of the subject and object of management are laid in. The theory of social organization considers communicative interaction as an important determinant of managerial behavior in social institutions. The marketing approach reveals the dependence of the development of administrative and political organizations on the external and internal conditions of communicative interaction. According to the concept of change management for business organizations, the improvement of communication strategies is a prerequisite for improving management activity, which means maintaining their competitiveness. The concept of cognitive management involves the modernization of managerial principles of administration through structural adjustment, innovation, the introduction of modern legal acts, and the formation of an innovative model of social and communicative interaction of a qualitatively new level.

The research of the role of communication in public administration demonstrated that the level of public trust in government institutions depends on their systematic information and communication activities. An important condition for the achievement of the effectiveness of interaction with society is the ongoing conduct of state institutions of state communications. State communications are stable social interactions of the participants of the management system, which is a complex of communicative exchange of messages, knowledge, information for solving management tasks, achievement of goals, and implementation of strategies. This is a universal system that characterizes the orderly management process, organizes and updates it in the complex interaction of state-power subjects and non-governmental organizations with society. Communication between state power and society is an indispensable condition for the democratic development of the state, the formation of civil society. Effective communicative interaction involves the introduction of communication standards in the process of information exchange with representatives of society. In modern conditions, the communicative interaction of power and society takes the form of an equitable, mutually responsible dialogue in the form of subjective-subjective horizontal relations, in which the progress on the path of democratic development of the state is greatly accelerated.

In the process of state communications, the transmitter of information is the executive body, at the local level, for local issues - bodies of local self-government, while at the same time, its recipients are in the first and in the second case there are citizens. The authorities are interested in perceiving the information communicated by the subjects of communication. However, it is difficult to rely on its proper assimilation, since there is a risk of divergent attitude to the information message. To make such a risk is possible by creating conditions for communicative interaction that would bring the interests of both parties closer together.

For public authorities, the purpose of public relations is to establish a two-way communication in order to identify common interests and achieve mutual understanding between citizens and government based on knowledge and full awareness. The main task of government communications is to create an image of an effective and competent leadership that can solve problem issues, while not compromising legitimate citizens' rights to timely access to reliable information [1]. Public relations systems in the government are intended to recreate the internal and external socio-political and psychological environment conducive to the successful work of the body and to ensure the desired behavior of the public towards it. It is explained by the fact that the authorities are interested in their public support and reducing the resistance to their actions.

The formation of the Institute of Public Relations in Ukraine came at the beginning of the 1990s as a response to the necessity for social progress towards the formation of economic and political institutions of democracy. The real process of forming the basis of public relations activities began after the introduction of the presidential institution (1992 p.), when the head of state's press service was created. At the same time, the Law of Ukraine «On Information» established the norm regarding

the right of the public to information, which was guaranteed «by the creation in the state bodies of special information services or systems that would ensure access to information in the established procedure» [2]. In fact, with the adoption of this Law in Ukraine, the formation of a legal framework and organizational framework for the implementation of the power of communicative interaction is begun.

Among the legislative acts that were of importance for the establishment of a public relations institution in Ukraine, one should mention the following laws: «On Printed Mass Media (Press) in Ukraine» [3], «On the Procedure for Coverage of the Activities of State Authorities and Local Authorities Self-government in Ukraine by the Mass Media» [4], «On Access to Public Information» [5], «On the Main Principles of the Development of the Information Society in Ukraine for 2007-2015» [6]. In 2016, decrees of the President of Ukraine «On Promoting the Development of Civil Society in Ukraine» of February 28, 2016 No. 68/2016 and «On Approval of the Strategy for the Development of the Information Space of Ukraine for the Period until 2020» were issued.

The regulation of relations between the authorities and the citizens is enshrined in the Constitution of Ukraine. In particular, Article 40 of the Constitution states: «Everyone shall have the right to address individual or collective petitions, or to personally recourse to public authorities, local self-government bodies, officials, and officers of these bodies obliged to consider the petitions, and to provide a substantiated reply within the period determined by law». The practical realization of constitutional law is carried out within the framework of the Law «On Appeals of Citizens» [6]. In 2015, the Law was amended concerning the responsibility of the authorities to respond to e-mails and petitions.

Today in Ukraine, communication and communicative interaction between public authorities and local self-government bodies with the public is carried out by special units created in their structure, which have different names: the press service, division, department for public relations, etc.

In order to improve the system of informing the public of the activity of the authorities and achieving the transparency of its actions, a Single web portal of executive bodies was created in Ukraine for the time being. The portal is the central part of the electronic information system «Electronic Government», which is intended to integrate websites and other electronic information systems of executive power bodies and provide services to citizens and legal entities through the Internet. The composition, structure of the information provided by the authorities on their own websites, its registration is determined by the Government Resolution «On the Procedure for the Publication of Information on the Activities of Executive Bodies in the Internet» of January 4, 2002, No. 3. Studying the experience of other countries convinced the domestic authorities that the computer technologies of the «e-government» significantly improve the interaction of authorities and their structural units with citizens, increase productivity and efficiency of the adopted government-management decisions, projects which are posted on the web pages

of «Electronic government» for public discussion. An example of new approaches to informing the public and ensuring transparency of government policy was the official publication on the website of the Cabinet of Ministers of materials to meetings of government committees, government day-to-day meetings and all government resolutions and orders. The new tools of interaction between public authorities and public utilities that are increasingly used by Ukrainian authorities include social networks (Facebook, Twitter, Youtube, etc.).

Conclusions. The abovementioned demonstrates that today in Ukraine a system of communicative interaction between state authorities and the public was formed. The processes of institutionalization of communicative relations between the authorities and the public became sustainable and continue to deepen. The authorities in general fulfill their obligations regarding informing the public of their activities through public relations systems, which became an obligatory element of the structure of the authorities at all levels.

Along with this, in the field of communicative relations between the authorities and the society there are a number of problems. The information support of public administration needs to be improved. Explaining government policy, government action, and government remain blurred, not systematized, spontaneous and often not predictable on their implications. The processes of information exchange between the public, mass media, public authorities, and other actors of civil society are difficult. This indicates that the formation of democratic traditions in Ukraine is incomplete in the management of the state, while the government's insufficient attention to such an important component of democratic development as systemic public communications with representatives of society were lacking.

References:

1. Tereshchenko D. Organizational and legal support of communicative activity of local authorities: author's abstract. dis Cand. state sciences exercise / D.A. Tereshchenko - Kh., 2009. - Access mode: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj11791cjNAhWhF5oKHTEfdhYQFggjMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.irbis-nbuv.gov.ua>.
2. Law of Ukraine «On Information» of 02.10.1992 №2657-XII [Electronic resource] // Official web-portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Mode of access: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
3. Law of Ukraine «On printed mass media (press) in Ukraine» dated November 16, 1992, No. 2782-XII [Electronic resource] // The official web-portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Mode of access: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>.
4. The Law of Ukraine «On the Procedure for Covering the Activities of Public Authorities and Local Authorities in Ukraine by the Mass Media» of 23.09.1997 No.539 / 97-VR [Electronic resource] // Official Web portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Access mode: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/539/97-us>.

5. Law of Ukraine «On Access to Public Information» dated January 13, 2011 No. 2939-VI [Electronic resource] // Official Web portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Access mode: <http://zakon.rada.gov.ua/l/go/2939-17>.

6. Law of Ukraine «On Citizens' Appeal» No. 394/96-VR, dated 02.10.1996 [Electronic resource] // The official web-portal of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Mode of access: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ В ПРАКТИЦІ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Москалець М.М.,

*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри публічного управління та права,
проректор КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради,*

Шапран Л.О.,

*кандидат технічних наук,
професор кафедри публічного управління та права,
перший проректор КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»*

***Annotation.** The article deals with the peculiarities of strategic management and quality management tools based on BSC indicators and structure, as well as the possibility of using world experience in the process of reforming the public administration system in the educational sector in Ukraine.*

***Key words:** public administration, strategic planning, education, reforms, world experience of management.*

Актуальність теми. Наразі європеїзація України формує нові виклики, які обумовлюють необхідність подальших кардинальних трансформацій національної освіти у напрямі її гармонізації з європейськими стандартами. Подальша інтеграція країни у світовий економічний та культурний простір, активні глобалізаційні процеси, спонукають до синхронізації української освіти з європейською для ефективної співпраці та виходу на новий рівень взаємодій. Зараз відбувається новий етап реформування освіти, що передбачає системні, трансформаційні зміни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Шляхи удосконалення управління освітніми процесами за допомогою інструментарію стратегічного планування у різних країнах досліджували М.Барбер, Т.Щук, Н.Левінська,

Д.Леслі, І.Семенець-Орлова, Дж.Тейлор та інші вітчизняні і зарубіжні автори. На основі їх досліджень відкриваються можливості узагальнення глобальних тенденцій успішного використання механізмів стратегічного менеджменту у процесі успішного здійснення освітянських реформ. Разом з тим аналіз міжнародного досвіду стратегічного планування в освіті у контексті вітчизняних потреб оптимізації державного управління галуззю є малодослідженим аспектом проблеми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема розвитку загальноосвітніх установ стає все більш актуальною. На сьогодні виникає низка нових чинників розвитку сучасних шкіл, пов'язаних зі зростанням ролі наукового планування для забезпечення конкурентоспроможності освітнього закладу; потребами реагувати на динамічні трансформації освітнього середовища і самого освітнього простору; ускладненням процесу управління освітніми установами та необхідністю розвитку інтегрованих зв'язків у системі освіти; появою нових форм освітньої діяльності та нових організаційних форм освітніх установ з новими засадами управління; зростанням організаційної та фінансової самостійності освітніх установ і відповідно відповідальності за результати освітнього процесу.

Побудова нової ефективної моделі розвитку освіти неможлива без дослідження історичного досвіду, а також методів, технологій і практики, що реалізуються в зарубіжних державах. Аналіз і виявлення сильних і слабких сторін системи освіти в різних країнах може сприяти вдосконаленню практики вітчизняної освітньої галузі [1].

Що буде корисно для України?

У процесі децентралізації корисним є досвід США, пов'язаний з діяльністю регіональних органів управління та місцевого самоврядування. На рівні кожного штату розробляється дуже детальний стратегічний план розвитку освіти з чітким формулюванням цілей та механізмів їх досягнення [2].

Серед базових стратегічних цілей:

1. Доступність освіти.
2. Формування компетентностей випускників.
3. Забезпечення наступності та неперервності освіти.
4. Формування і підтримка механізмів соціального партнерства в освітній сфері.
5. Поєднання освітньої та науково-дослідної діяльності тощо.

У Німеччині успішно використовується стратегічне планування, при якому фінансування освітніх закладів здійснюється на основі показників успішності досягнення стратегічних цілей. Це і формує конкурентне середовище, сприятливе для активізації діяльності з удосконалення процесу виробництва освітніх послуг.

З управлінської практики Швейцарії може бути запозичена ефективна модель стратегічного планування освітнього розвитку на основі збалансованої

системи показників BSC. Добре зарекомендувала себе практика стратегічного управління освітою в Австралії на основі побудови карти стратегії в BSC з акцентуванням особистісного виміру освітнього процесу, потенціалу щодо використання ресурсів та інтегративної здатності щодо соціокультурного середовища.

В Німеччині, в Англії та Франції заслуговує уваги досвід розробки стратегічних планів розвитку освітніх закладів на основі індикаторів і структури BSC [3,4].

Добре зарекомендувала себе практика стратегічного управління освітою в Австралії на основі побудови карти стратегії в BSC з акцентуванням особистісного виміру освітнього процесу, потенціалу щодо використання ресурсів та інтегративної здатності щодо соціокультурного середовища. У деяких країнах стратегічне планування має глобальний характер – наприклад, у Малайзії освітня стратегія розроблена до 2057 р. і опирається на діяльність спеціальних проектних команд. У багатьох азійських країнах діють жорсткі державні плани стратегічного розвитку освіти, на основі яких розробляються численні інноваційні проекти та програми, що орієнтуються на поєднання засад менеджменту якості та цінностей людського розвитку. Все ширше застосовується сценарне планування стратегічного розвитку освітньої галузі з використанням вимірних показників на основі декомпозиції за рівнями єдиної стратегії галузевого розвитку [1].

Концепція BSC була розроблена Р. Капланом і Д. Нортеном у 1990-ті рр. і в даний час активно використовується зарубіжними компаніями як інструмент стратегічного менеджменту та управління якістю. BSC дозволяє трансформувати місію компанії в конкретні задачі і визначають їх показники, які можливо оцінити кількісно. Вона не тільки представляє собою оцінну систему, але і служить засобом стратегічного управління, так як дозволяє і сформулювати стратегію розвитку компанії, і перевести її в площину конкретних стратегічних завдань і показників, які її визначають.

Основна мета концепції BSC полягає в необхідності збалансованого розвитку організації у виділених чотирьох напрямках. BSC включає завдання і показники, згруповані за чотирма напрямками:

- 1) фінансова складова;
- 2) клієнтська складова;
- 3) складова внутрішніх бізнес-процесів;
- 4) складова навчання і розвитку персоналу.

Система збалансованих показників (Balanced ScoreCard, BSC) на сьогодні може виступати одним з провідних стратегічних обліково-аналітичних інструментів менеджменту ЗЗСО, що дає змогу розглядати їх місію та загальну стратегію через систему чітко поставлених цілей та завдань, а також показників, що визначають ступінь досягнення цих цілей.

BSC дозволяє скоординувати цілі та заходи що розробляються зі

стратегічними пріоритетами та місією ЗЗСО, допомагаючи вирішувати дві ключові проблеми:

1. Ефективно оцінювати результати діяльності ЗЗСО;
2. Успішно реалізувати стратегію.

Важливою методологічною характеристикою BSC є можливість її адаптації до діяльності конкретного ЗЗСО з урахуванням сучасних комбінацій його параметрів, розширенням перспективних проєкцій та корегування ієрархій, запропонованих Р. Капланом та Д. Нортоном. Цілі, перспективи, показники даної системи формуються у відповідності до світоглядної позиції та стратегії кожного конкретного закладу.

Варто зазначити, що для ЗЗСО, що розглядає як довгострокову ціль підвищення якості та інноваційності освітньої діяльності, в структурі системи збалансованих показників варто виділити п'ять основних, взаємопов'язаних перспектив, що найбільш повно їх характеризують:

1. Вага в суспільстві. Показники перспективи «Вага в суспільстві» визначають, яким повинен бути ЗЗСО, щоб відповідати вимогам та суспільним інтересам.

2. Споживачі та інші зацікавлені сторони. Показники перспективи «Споживачі та інші зацікавлені сторони» оцінюють ступінь вдовolenості споживачів освітніх та науково-дослідних послуг, як джерело стійкого створення споживчої вартості, а також збереження та розширення їх кількості. До цієї категорії можна віднести всю сукупність складових ділових, довгострокових та цілеспрямованих взаємовідносин ЗЗСО у зовнішньому та внутрішньому середовищі, уся спільнота, що зацікавлена у ефективному функціонуванні ЗЗСО: учнів, батьків, випускників, коледжі, ВНЗ, державу, персонал ЗЗСО, представників ринку освітніх послуг, представників органів влади тощо.

3. Внутрішні бізнес-процеси. Показники перспективи «Внутрішні бізнес-процеси», тобто показники раціональної організації бізнес-процесів ЗЗСО, відображають створення споживчої вартості освітніх послуг.

4. Інфраструктура та співробітники. Показники перспективи «Інфраструктура та співробітники» описують нематеріальні активи ЗЗСО та їх роль в реалізації стратегії, визначають, які співробітники (викладацький склад), знання, технології, ресурси необхідні для забезпечення ефективності основних процесів ЗЗСО.

5. Фінанси. Показники перспективи «Фінанси» відображають, яких значень фінансових показників повинен досягнути ЗЗСО, щоб забезпечити фінансову стійкість та благополуччя.

Показники варто розглядати як ланцюг взаємозалежних складових, що розміщені в ієрархічному порядку (з гори до низу), а не як набір незалежних параметрів закладу.

Кожний показник BSC повинен відповідати наступним вимогам:
- адекватність меті;

- змістовність (повинен мати сенс і бути зрозумілим);
- вимірність (можливість виміряти значення);
- мінімальність (повинен складатись з найменшого числа одиничних показників);
- повнота (повинен повно відобразити мету та результати діяльності).

Для кожної мети варто розробити результативні та формуючі показники. Результативні показники характеризують ступінь досягнення цілі, дозволяють проводити підсумковий аналіз її досягнення. Формуючі показники відображають зусилля, спрямовані на досягнення мети, дозволяють здійснювати моніторинг та оперативний аналіз відхилень. Таким чином, на основі системи збалансованих показників (BSC) ЗЗСО, «керівник має змогу визначити, як організація працює над створенням вартості для сьогоднішніх та майбутніх клієнтів та що варто зробити для того, щоб розширити внутрішні можливості та збільшити інвестиції в персонал, бізнес системи та процедури, з метою удосконалення своєї діяльності в майбутньому». Застосування системи збалансованих показників в стратегічному управлінні ЗЗСО дозволить мінімізувати розрив між поточними (оперативними) результатами та кінцевими (стратегічними) цілями ЗЗСО, а також проводити регулярний моніторинг та аналіз ступеня досягнення цілей.

«В даний час в багатьох розвинених країнах світу в міністерствах освіти функціонують управління та відділи, які займаються визначенням того, якою буде якість освіти після десяти років, які потенційні проблеми можуть виникнути перед системою освіти, а також які заходи слід вжити для їх запобігання».

Ці структури суттєво відрізняються від традиційних, що здійснюють оперативне планування в освіті. Якщо останні зайняті плануванням повсякденної освітньої діяльності з метою досягнення максимального використання наявного потенціалу галузі та керування поточними справами на основі бюрократичних методів управління, опори на минулий досвід та низькими ризиками прийнятих рішень, то структури стратегічного планування орієнтовані на досягнення узагальнених цілей, планування оптимальних варіантів дій щодо інноваційного розвитку, розкриття перспективних можливостей на основі використання ініціативних, адаптивних форм управління і пошуку нових методів в умовах високих ризиків. Для визначення напрямів вітчизняних освітніх реформ доцільно використати досвід розвинених країн щодо формування та діяльності управлінських структур, що здійснюють стратегічне планування розвитку освіти.

Реформування освіти з урахуванням передового світового досвіду (принципами демократизації, гуманізації, гуманітаризації освіти, відкритості системи освіти, безперервності освіти, багатоукладності та варіативності освіти) було одним із стратегічних завдань нашої освітньої реформи.

Можна застосувати підхід, запропонований МОН для оцінювання

якості освітньої діяльності та управлінських процесів у закладі освіти, де виокремлено чотири напрями:

- Освітнє середовище. СЕРЕДОВИЩЕ.
- Система оцінювання освітньої діяльності учнів. УЧЕНЬ.
- Система педагогічної діяльності. ВЧИТЕЛЬ.
- Система управлінської діяльності. УПРАВЛІННЯ.

Можна застосувати інший підхід, запропонований МОН, адаптувавши його до специфіки діяльності закладу. Наприклад, до запропонованих чотирьох напрямів, заклад освіти може додати інформаційні системи як окремих напрямів вивчення і оцінювання, або інші напрями, які важливі для закладу. Або запропонувати власний підхід, орієнтуючись на зміст Закону України «Про освіту». Наприклад, вивчати і оцінювати освітню діяльність можливо за 8 напрямками, які визначені у ч. 3 ст. 41 Закону України «Про освіту», додавши до них власні у відповідності до специфіки діяльності закладу

Закон України «Про освіту» (частина 3 статті 41) визначає, що внутрішня система забезпечення якості освіти має такі основні складові:

- стратегія (політика) та процедури забезпечення якості освіти;
- система та механізми забезпечення академічної доброчесності;
- оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання здобувачів освіти;
- оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання педагогічної (науково-педагогічної) діяльності педагогічних та науково-педагогічних працівників;
- оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання управлінської діяльності керівних працівників закладу освіти;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі для самостійної роботи здобувачів освіти;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління закладом освіти;
- створення в закладі освіти інклюзивного освітнього середовища, універсального дизайну та розумного пристосування.

На що потрібно спиратись, визначаючи компоненти (вимоги) внутрішньої системи забезпечення якості освіти?:

- цілі та пріоритети розвитку закладу;
- тип закладу, місцезнаходження, умови діяльності;
- освітня програма.

Система освітньої діяльності закладу освіти є динамічною, тому тільки постійний моніторинг може забезпечити її вдосконалення.

Узагальнюючи досвід розвитку освітньої галузі європейськими країнами, можна виділити на об'єднуючу рису – формування в Європі систем стратегічного освітнього менеджменту, які дають можливість перенести в сферу державного управління галуззю інноваційні підходи, такі як нове державне управління чи систему збалансованих показників, а також

«узгодження діяльності національної системи освіти з вимогами та потребами національного ринку праці». Не викликає сумніву необхідність використання цього досвіду для забезпечення інноваційного розвитку вітчизняної освіти.

Література:

1. Ищук Т.Л. Зарубежный опыт стратегического планирования в системе высшего образования / Т.Л. Ищук. - Сибирская финансовая школа. - 2009. - № 3 (74). - С. 93-99.

2. Jonathan D. Fife Series Editor Professor and Director ERIC Clearinghouse on Higher Education. The George Washington University. 2008. URL: <http://horizon.unc.edu/projects/seminars/futuresresearch/foreword.html> (дата звернення: 15.02.2017).

3. L'adaptation de l'enseignement la Croissance. URL: <http://www.fcsq.qc.ca/perfectionnement/colloques/decroissance/atelier.html> (дата звернення: 11.02.2017).

4. Taylor J.S., Amaral Al., Machado M. de L. Strategic Planning in U.S. Higher Education: Can it Succeed in Europe / J.S. Taylor, Al. Amaral, M. de L. Machado // Planning for Higher Education. - 2007. - № 35 (2). - P. 5-17.

5. Левинская Н.А. Зарубежный опыт стратегического планирования в сфере образования / Н.А. Левинская // Развитие современного образования: теория, методика и практика. - 2016. - № 2 (8). - С. 23-25.

6. Офіційний веб-сайт Департаменту освіти США (<http://www2.ed.gov/about/offices/list>).

7. Сафаров О.А. Пути повышения эффективности системы образования через стратегическое планирование / О.А.Сафаров // Бюллетень науки и практики. – 2017. - №11. – С. 276-288

8. Семенець-Орлова І.А. Сучасні тенденції управління актуальними освітніми змінами на прикладі зарубіжного досвіду / І.А. Семенець-Орлова // Університетські наукові записки. – 2014. - № 1 (49). - С. 219-226.

ОСКОРБЛЕНИЕ ЧУВСТВ ВЕРУЮЩИХ

Буданов Б.В.,

старший преподаватель кафедры безопасности жизнедеятельности,

Сердитых Г.А.,

Ужаков Г.В.,

Уральский институт ГПС МЧС РФ, г. Екатеринбург

Annotation. *Among the problems associated with religion, close attention is currently being paid to the issue of insulting the feelings of believers.*

This paper presents an analysis of Article 148 of the Criminal Code of the Russian Federation, which refers to an insult to the feelings of believers. Gaps in the legislation were identified and ways to solve these problems were proposed. Examples of life situations in which people were prosecuted under this article are also given. The cases under this article have a wide resonance among various categories of the population. Starting from adolescents, ending with the elderly. Moreover, everyone has a subjective position.

Among the tasks set and completed, in my opinion, are: analysis of the article by points and an indication of where, in my opinion, it would be worth amending; determining which public actions offend the feelings of believers; designation of normative legal acts that speak of this problem; the announcement of changes that, in my opinion, would be worthwhile to make to the legislation on this topic.

Key words: *believers, religious feelings, insult, law, Criminal Code, edition, article, legislation, violation, religion.*

Для начала обратимся к статье 28 Конституции Российской Федерации, в которой говорится, что каждому обеспечивается свобода вероисповедания, в том числе каждый самостоятельно решает исповедовать индивидуально или совместно с другими выбранную религию или не исповедовать никакой, свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними.

Я понимаю, что данные отношения должны быть осуществлены в соответствии с одним из главных принципов Российской Федерации. В этом принципе указано, что Россия – светское государство. Следовательно, в России нет единой религии. Каждый гражданин сам решает придерживаться какой-то религии или нет.

Так как это право гарантируется в главном законе РФ, оно подлежит охране и в случае нарушения защите от посягательств на это право. Для этого и предусмотрена статья 148 УК РФ.

В пункте 1 данной статьи не указано, какие именно публичные действия будут считаться оскорблением чувств верующих, следовательно, не понятно как квалифицировать тот или иной проступок.

Так же и в пункте 2 той же статьи способ воспрепятствования религиозной деятельности не конкретизирован. Оскорбление чувств верующих может быть

выражено в следующем: использование принуждения или угрозы насилием, лимитирование независимости, повреждение (ликвидирование) предметов и др. с целью принудить человека воздержаться от совершения религиозного обряда либо участвовать в деятельности религиозной организации, заведомо спланированное уничтожение или повреждение ее собственности и т.п. В зависимости от метода воспрепятствования и пришедших социально небезопасных результатов действие можно квалифицировать по совокупности составов правонарушений, к примеру, как нанесение вреда здоровью и препятствование исполнению права в независимость совести и вероисповедания.

Пункт 3 освящает то, что структура преступления формальна. Преступное деяние окончено с этапа совершения самого деяния независимо от того, удалось ли помешать реализации деятельности религиозной организации.

Таким образом, индивидуальная область правонарушения характеризуется виной в виде прямого умысла. Субъект преступления общий — вменяемое физическое лицо, достигшее 16-летнего возраста [1].

Не поясненные оценочные категории влекут за собой абсолютный недостаток правоприменительной практики. Вопросы толкования данной статьи возникли практически с первого словосочетания. Что законодатель подразумевает под «публичными действиями»? Какое количество лиц должно наблюдать совершаемые действия для того, чтобы деяние было признано совершенным публично? [2]

Хотелось бы обратить внимание на то, что установлены достаточно высокие меры наказания. На мой взгляд, данные меры являются завышенными, так как не указаны какие именно деяния будут признаны неправомерными и как их квалифицировать.

Невозможно предоставить точное определение суждению «религиозные чувства». Если основываться на общие утверждения юридических гуманитарных наук, то религиозные чувства можно определить как концепцию актуальных ценностей, установок, запретов и дозволений, которых человек придерживается в связи с причастностью к тому или иному религиозному учению [3].

Безусловно, проблема оскорбления чувств верующих является актуальной. Об этом свидетельствуют различные ситуации, встречающиеся в жизни. О некоторых ситуациях мы знаем не понаслышке, они обсуждались в СМИ, интернете.

Хочу отметить, что ситуации, которые доходят до судебного разбирательства, всегда основываются на экспертизе. Но я считаю правильным поставим компетентность экспертов под вопрос. Заключение экспертов представляют собой эмоциональное субъективное заключение. На что же могут оскорбиться верующие?

Жителя города Сочи признали виновным за репост на своей странице в

соцсети семи карикатур, на которых был представлен Иисус Христос. Это происходило с октября 2014 года по август 2015 года во время христианских торжеств. На карикатурах был изображен Иисус Христос (как уже упоминалось), в виде тяжелоатлета на фоне олимпийских колец, танцующий на стадионе, висящий на турнике. Приговорили жителя Сочи по статье 148 УК РФ и назначили штраф, в объеме пятидесяти тысяч рублей.

Еще одним примером является ситуация, в которой мужчина, выполнявший работу по сварке церковного забора прервал богослужение, чтобы попросить денег за выполненную работу. 13 сентября 2017 года его осудили по части 3 статьи 148 УК РФ (незаконное воспрепятствование деятельности религиозных организаций или проведению богослужений, других религиозных обрядов и церемоний). Мужчину признали виновным и приговорили к штрафу в размере десяти тысяч рублей.

Широко известно дело блогера Руслана Соколовского. Его признали виновным в оскорблении чувств верующих за то, что он играл в игру (ловил покемонов) в Храме. Обвинение попросило приговорить блогера к трем с половиной годам колонии общего режима. В конечном итоге Соколовского приговорили к трем с половиной годам лишения свободы условно, ему запрещено участвовать в массовых мероприятиях и предписано удалить свои ролики [4].

По данному анализу, в большинстве случаев 148 статью УК РФ «притягивают за уши», потому что многие такие случаи являются спорными.

Оскорбление чувств – это новое понятие для Российской правовой системы. Непонятно, как можно оскорбить не человека, а именно его чувства [5].

Действующая формулировка статьи 148 УК РФ не соответствует законам логики и юридической техники, поскольку заключается лишь в не поясненных законодательством оценочных категорий. Федеральное законодательство так же не дает определения терминов, в той или иной степени затрагивающих социальные отношения в религиозной сфере.

Верующих можно определить как лиц, живущих в согласовании с общепризнанными многими канонами религии.

Само оскорбление религиозных чувств можно воспринимать как негативную оценку того или иного религиозного учения.

Таким образом, оскорбить чувства верующего возможно точно так же, как можно оскорбить чувство неверующего. Это является еще одним из обстоятельств несостоятельности данной статьи и, значит, ей действительно нужны корректировки для объективного привлечения граждан к какой – либо ответственности.

Я считаю, что в статью необходимо внести корректировки следующим образом:

«Статья 148. Нарушение законодательства о свободе совести и вероисповеданий

1. Воспрепятствование законным формам реализации права на свободу совести и вероисповеданий, – наказывается штрафом в размере до 100 тысяч рублей.

2. Нарушение положений законодательства об отделении религиозных организаций от государства, – наказывается штрафом в размере до пятисот тысяч рублей.

3. Деяния, предусмотренные частью 1 или 2 данной статьи, совершенные:

а) лицом с использованием своего служебного положения;

б) с применением насилия или с угрозой его применения, – наказываются штрафом в размере до миллиона рублей, с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до двух лет».

Таким образом, в данной статье рассмотрен один из важнейших вопросов, связанных с некоторыми пробелами в законодательстве. На примере статьи 148 УК РФ, я обосновал свое мнение и предложил один из вариантов разрешения данной проблемы.

Литература:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ // собр. законодательства Рос. Федерации. 1996. N 25. ст. 2954.(ред. от 29.05.2019 г.)

2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. URL: <http://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 1 октября 2019 г.).

3. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. URL: <http://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 1 октября 2019 г.).

4. Некоммерческая бесплатная справочно-правовая система по судебным решениям судов общей юрисдикции, мировых и арбитражных судов РФ «Росправосудие».URL:<https://rospravosudie.com/courtsudebnyj-uchastok-6-centralnogo-raiona-g-kemerovo-s/act-224709242/> (дата обращения: 1 окт. 2019 г.).

5. Даль В.И. Толковый словарь живого Великорусского языка. URL: <http://slovar-dalja.ru/> (дата обращения: 1 октября 2019 г.).

НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ У КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСУ СОЦІАЛЬНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Сиченко В.В.,

*доктор наук з державного управління, професор,
професор кафедри освітнього менеджменту,
державної політики та економіки, ректор,*

Хитько М.М.,

*кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»*

***Annotation.** The article defines the directions of educational reform. The problems of strategic planning in Ukraine as a component of the general process of social modernization of Ukrainian society are considered. It is revealed that the biggest problem is the lack of a coherent educational development strategy in the national government system and the lack of coherence of strategic planning both at the project level and at the organizational level.*

***Key words:** strategic planning, education, innovations, modeling, strategy, reform areas, the quality of education.*

Стратегічний розвиток освіти є одним з постійних об'єктів уваги з боку органів державного управління, оскільки з перших же років незалежності постала проблема вироблення та реалізації державної стратегії розвитку галузі. На сьогодні запровадження нових методологій та технологій освітньої діяльності та управління галуззю здійснюється достатньо повільно. Причини недостатньої ефективності процесів стратегічного планування та управління в освітній галузі мають системний характер і пов'язані з загальними проблемами реформування системи державного управління, яка є недостатньо ефективною для запровадження освітніх інновацій. «Процес впровадження принципів стратегічного планування і системи менеджменту якості в цілому йде вкрай повільно і неефективно» [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Загострення ситуації з модернізацією вітчизняної освіти, яке приводить до все більшого відставання галузі від потреб українського суспільства у її інноваційному розвитку актуалізувало і наукові дослідження, і практичні проекти використання стратегічного планування для надання освітнім реформам цілеспрямованості та динамізму. На рівні методологій та конкретних механізмів стратегічного управління інноваційним розвитком освіти проблемні питання розглядалися у роботах таких вітчизняних дослідників як Г. Атаманчук, В. Бакуменко, І. Бачило, В. Луговий, В. Малиновський, Н. Нижник, Н. Протасова, Т. Фініков

та інших. Практичні потреби та наукові дослідження привели до того, що проблематика стратегічного планування та управління освітнім розвитком стала однією з пріоритетних у діяльності органів державної влади.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з того, що стратегічне управління розвитком освіти в Україні реалізується насамперед через цілеспрямовану діяльність органів державної влади, його слід розуміти як комплекс науково обґрунтованих та нормативно визначених цілей, способів їх досягнення, функцій та дій органів державної влади, у межах яких забезпечується прогнозування та стратегічне управління освітньою галуззю у контексті потреб розвитку суспільства та кожної людини. Реалізація державного стратегічного планування в освіті здійснюється у межах функціонального імперативу галузевої систем державного управління, яка, у свою чергу, підпорядковується центральним органам виконавчої влади, та здійснює керівництво органів державного управління в регіонах та на муніципальному рівні.

Діяльність у цій царині характеризується значними досягненнями, насамперед у царині визначення стратегічних цілей та напрямів розвитку вітчизняної системи освіти. У межах процесу стратегічного планування та управління освітнім розвитком в Україні упроваджено демократичну та особистісно орієнтовану методологію освітнього розвитку; під нові цілі та принципи освітньої діяльності підведено відповідну нормативно-правову базу; здійснено суттєві інновації у сфері змісту, стандартів, форм та технологій освітньої діяльності; розроблено та упроваджується нова модель підготовки педагогічних кадрів; широко використовуються інноваційні програми та проекти як механізм модернізації освіти; успішно та поступально здійснюється процес інтеграції до європейського освітнього простору.

Разом з тим, характеризуючи роль стратегічного планування у системі управління освітньою галуззю, слід вказати на недоліки у деяких аспектах:

- далекі від оптимальності структурно-організаційні засади стратегічного планування;
- використовується переважно застарілі технології та концептуальні засади цього виду управлінської діяльності;
- далеко не належне місце займає використання маркетингових засад у практиці планування та управління, кадровому забезпеченні процесу;
- дуже неефективні форми зв'язку стратегічного планування та реальної управлінської діяльності тощо.

За межами практичних інноваційних проектів залишаються пріоритетні стратегічні цілі освітнього розвитку, такі як:

- забезпечення цілісності інноваційних проектів у межах єдиного модернізаційного процесу оновлення галузі;
- структурна та цілепокладальна корекція освітнього розвитку, трансформація освіти в інвестиційну галузь (а не споживача бюджетних

коштів) і відповідно формування механізмів ефективної взаємодії з виробництвом і бізнесом;

- формування системи інтеграційних зв'язків міжнародного характеру на інституційно-організаційному рівні;

- упровадження соціально-орієнтованих критеріїв освітньої діяльності[7].

Найбільша проблема полягає у тому, що навіть правильно і чітко сформовані стратегічні пріоритети розвитку освіти не трансльовані у комплекси конкретизуючи інноваційних проєктів та систем заходів тактичного характеру. Стратегічні програми реалізуються на основі безпосередньо оперативного управління з боку органів державної влади, і без належного планування на тактичному рівні це не може привести до успішних результатів. Все це негативно впливає на забезпечення якості освіти, хоча у вітчизняних дослідженнях саме цей аспект проблеми добре розроблений [3].

Загалом стратегічне планування освітнього розвитку відображає системні недоліки сучасної державної влади в Україні, де, як справедливо вказує вітчизняна дослідниця О. Євмешкіна, «в Україні поки що не вдалося побудувати функціонально ефективної і структурно злагодженої системи державного управління, в якій, зокрема, бракує цілісного стратегічного планування на вищому рівні» [2].

Досить чітко можна простежити прямий зв'язок між проблемами у стратегічному плануванні необхідних з погляду інтересів суспільства освітняських реформ та системних, навіть кризових проблем у вітчизняній освіті, які за браком адекватної стратегії просто позбавлені реальних механізмів свого вирішення. Відповідно загальним державно-управлінським проблемам і ситуація у сфері стратегічного планування та розвитку вітчизняної освіти характеризується системними проблемами, зокрема:

- низької якості освіти;
- відсутності механізмів її зв'язку з практичними потребами споживачів освітніх послуг;
- низьким рівнем та якістю використання інформаційно-комунікаційних освітніх ресурсів;
- неефективністю використання фінансових ресурсів для розвитку галузі;
- невідповідністю потреб ринку праці та номенклатури випускників освітніх закладів тощо.

Усі ці проблеми ускладнюються у зв'язку з процесами глобалізаційного характеру внаслідок все більшого розходження тенденцій стратегічного розвитку освітньої системи України та світового і європейського освітнього простору, на що указують і вітчизняні дослідники [4]. Освіта створює якісну робочу силу, неякісна освіта її створити не може, і це є основною перепоною для нашої інтеграції до європейського економічного простору і успіху соціальної модернізації – адже і розвинені країни, і посткомуністичні країни у своїх стратегіях орієнтуються саме на якісну робочу силу як чинник

формування розвинених ринку та економіки. А для цього потрібне належне фінансування стратегічних інноваційних проектів у освіті, яке здійснюється у США, Японії, Франції, де освітні витрати навіть більші за витрати на оборону і існує ефективна система стратегічного планування, у межах яких і використовуються державні ресурси.

Основними проявами проблем і відповідно напрямів реформування освітньої галузі, пов'язаних з нездатністю вітчизняної системи державного управління використати сучасні інноваційні управлінські підходи, можна звести до наступного:

1. Відсутнім є розуміння базових ідей розвитку освіти у контексті потреб і характеристик сучасного суспільства та глобального освітнього простору, що не дозволяє чітко і у системному вигляді обґрунтувати пріоритети стратегічних змін та механізми їх практичного втілення у вигляді конкретних проектів, форм діяльності, управлінських технологій.

2. Система галузевого управління не орієнтована на використання потенціалу саморозвитку освітньої системи, різноманіття форм і способів освітньої діяльності, результатом чого є практична відсутність стратегічних проектів саморозвитку освітньої галузі чи її складових.

3. У силу централізованого та вузькоспеціалізованого спрямування освітньої стратегії у освітніх суб'єктів немає можливості реалізувати себе як самостійного суб'єкта, що сам вибудовує свій вектор розвитку у межах окреслених стратегічних напрямів на національному рівні.

4. Стратегічне планування здійснюється на основі традиційних підходів жорсткої визначеності та від досягнутого, що не дає можливості врахувати все різноманіття можливостей освітньої галузі та її складових і радикально обмежує горизонт планування та способів використання наявних ресурсів.

5. Акцентування саме державно-директивного виміру стратегічного планування й управління позбавляє освітні організації можливостей та стимулів до розвитку власної автономії та самоорганізації.

На нашу думку, усі перелічені вище проблеми вимагають змін усієї системи стратегічного планування в освіті на рівні методології, змісту, і технологій, і насамперед це стосується упровадження нових механізмів стратегічного планування розвитку системи освіти. Основні положення, що визначають спрямованість вирішення проблеми стратегічного планування в освіті, у контексті наявних розробок фахівців [6], доцільно визначити наступним чином:

1. Насамперед має бути принципово оновлена сама концептуальна основа стратегічного планування та управління освітньою галуззю країни. Сьогодні вони мають ґрунтуватися на соціальній концепції, яка базується на якості освіти та її практичній значущості для людини і соціальних інститутів. Так звана традиційна концепція базується на плануванні розвитку галузі, виходячи з її власних інтенцій розвитку та галузевих проблем.

2. Необхідним є чіткий розподіл повноважень та функцій у системі

державної влади та місцевого самоврядування щодо поєднання принципів централізації та децентралізації у процесі стратегічного планування розвитку освіти. За наявності єдиного центру такої діяльності мають бути досить широкі можливості вибору векторів розвитку конкретних освітніх суб'єктів.

3. Всі складові вітчизняної системи освіти та зацікавлені в її діяльності соціальні суб'єкти мають орієнтуватися на єдину державну стратегію, яка має не тільки чітке концептуальне вираження, а й інтегровану систему своєї практичної реалізації, що об'єднує всі складові та суб'єкти з визначенням їх ролей та відповідальності.

4. Необхідна системність у стратегічному плануванні, на основі наступності цілепокладання в досягненні стратегічних цілей освітнього розвитку, яка замінить стратегію простого реагування на виклики.

Виходячи з цього, одним з пріоритетних напрямів удосконалення освітньої галузі у контексті процесу соціальної модернізації українського суспільства має бути розширення концептуального підходу до розробки та реалізації галузевих цільових програм. Програмно-цільове планування і управління взагалі знаходиться серед найбільш ефективних механізмів оновлення та оптимізації державного управління освітою [5]. Також слід констатувати необхідність оптимізації практично всіх складових даного процесу – від методології і концептуального забезпечення до інструментарію та конкретних організаційних форм організації діяльності суб'єктів стратегічного планування.

Доцільно говорити про пріоритетність низки напрямів трансформації механізмів та інструментарію стратегічного планування в освітній галузі, пов'язаних з запровадженням публічних засад цього процесу, максимізацією ролі громадськості та наукової експертизи; моделюванням різних вимірів стратегічного планування з використанням сучасних інформаційних технологій; розвитком проектних технологій стратегічного планування та удосконаленням програмно-цільового методу; системними нормативно-правовими та організаційними змінами, необхідністю забезпечення координації усіх зацікавлених у розвитку освіти суб'єктів. Розуміння вказаних проблем є основою для розробки практичних рекомендацій щодо їх вирішення у процесі оптимізації даної функції державного управління освітою.

Література:

1. Бойко А. Планування регіонального розвитку в Україні / А. Бойко // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2017. - № 1. - С. 19-35.
2. Євмешкіна О. Л. Особливості стратегічного планування в Європейському Союзі / О. Л. Євмешкіна // Вісн. Націон. університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. – 2017. – № 1. – С. 186-193.
3. Карпенко М. М. Світовий досвід планування підготовки спеціалістів відповідно до прогнозованих потреб суспільства / М. М. Карпенко // Стратегіч.

пріоритети. - 2014. - № 1. - С. 129-134.

4. Костин В.А. Реформаторское и стратегическое планирование в государственном управлении: сравнительный анализ / В.А. Костин, Н.Б.Костина // Вопросы управления. - 2012. - № 2 (19). - С. 34-38.

5. Соловійова Н. І. Інтеграційні процеси державного прогнозування: постіндустріальна детермінація / Н. І. Соловійова // Економіка України. - 2014. - № 12. - С. 29-37.

6. Фуллан Майкл. Сила змін: Вимірювання глибини освітніх реформ : Пер. з англ. /М. Фуллан. - Львів : Літопис, 2000. - 269 с.

7. Хитько М.М. Роль та специфіка стратегічного державного планування в управлінні освітою / М.М. Хитько // Публічне управління та митне адміністрування. - №2 (19). – 2018. – С.105–110.

ТЕХНОЛОГІЧНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ НАССР

Вовк М.О., аспірант,

Полтавська державна аграрна академія

Постановка проблеми. В реаліях сьогодення українські виробничі підприємства агропродовольчої сфери переживають складний процес функціонування. Це пов'язано зі значною зношеністю та застарілістю виробничого обладнання, яке потребує негайної зміни та технологічного переоснащення. З урахуванням вище зазначеної проблеми формується необхідність удосконалення технологічного процесу виробництва агропродовольчої продукції. Який на сьогоднішній день необхідно здійснювати з урахуванням найкращих світових практик в контексті безпечності та якості виробленої продукції. Найефективнішою системою сьогодні у світі, яка дає змогу забезпечити безпеку та якість харчових продуктів під час виробництва сировини, переробки, зберігання, транспортування та використання, є НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Point – аналіз небезпечних чинників і критичні контрольні точки) [5].

Для підприємств агропродовольчої сфери технологічна реструктуризація, що побудована на принципах НАССР створює умови для виробництва безпечної харчової продукції, що в даних умовах є надзвичайно необхідним, адже зараз значно більше виробляється небезпечна та фальсифікована продукція, яка в значній мірі впливає на продовольчу безпеку України. Тому ця проблема потребує більш детального дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми технологічної

реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери та реалізації принципів системи НАССР є об'єктом наукового і практичного дослідження як вітчизняних так і зарубіжних вчених. Дослідженню цієї проблеми приділяють такі вчені, як: Богатко Н. [1], Дудко, П. [2], Мікійчук М. та Остап'юк С. [4], Одарченко А. [5], Прядко О. [6], Ряполова І. та Бурак В.Г [7], Шульгіна Л. та Жалдак Г. [9].

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень, на сьогоднішній день ще не виокремлено та мало досліджено саме процес управління технологічної реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери, що здійснюється з урахуванням принципів НАССР.

Мета статті є аналіз основних принципів НАССР, що можуть реалізуватися на підприємствах агропродовольчої сфери з урахуванням здійснення технологічної реструктуризації.

Результати дослідження. Для того, щоб підприємства України одержали конкурентні переваги на ринку, їм необхідно впроваджувати передові розробки по забезпеченню безпечності продуктів харчування. Система аналізу небезпечних чинників і критичних точок контролю є науково - обґрунтованою системою, що дозволяє гарантувати виробництво безпечної продукції шляхом ідентифікації та контролю небезпечних чинників. Використання системи НАССР дозволяє перейти від випробувань кінцевого продукту до розробки запобіжних методів забезпечення безпечності харчової продукції [6].

Для реалізації вищезазначених завдань необхідно здійснити модернізацію систем безпечності і якості харчових продуктів тваринного й рослинного походження, що дасть змогу забезпечити продовольчу безпеку країни в умовах євроінтеграції аграрного сектора економіки, підвищити конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на міжнародному ринку [7].

Перш ніж розглянути проаналізувати основні принципи НАССР, що можуть удосконалити процес технологічної реструктуризації на підприємствах агропродовольчої сфери необхідно зазначити, що являє собою система НАССР.

Так, Мікійчук М. та Остап'юк С. зазначають, що НАССР – це потужна система, що може застосовуватися до великого спектру простих і складних операцій. Вона використовується для забезпечення безпечності харчових продуктів протягом усього ланцюга виробництва і реалізації харчового продукту. Такий ланцюг або агрохарчовий ланцюг – це послідовність етапів та виробничої діяльності (виготовлення та обіг харчових продуктів), включаючи всі етапи виробництва, оброблення, збуту, зберігання, транспортування, імпорту, експорту та розміщення на ринку харчових продуктів та їх інгредієнтів, починаючи з первинного виробництва включно до кінцевого споживання [4].

Впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів на підприємстві — процес тривалий, який стосується всіх служб і всього персоналу. Він не обмежується тільки розробкою документації та наведенням елементарного порядку на виробництві. Для впровадження дієвої системи

управління безпечністю харчових продуктів необхідне, насамперед, навчання найвищого керівництва, групи НАССР, персоналу, що виконує роботи, що впливають на безпеку продуктів і персон, відповідальних за здійснення оперативного контролю. Може виникнути необхідність у зміні технологічних процесів або методів упаковки, перегляд вимог до постачальників сировини і матеріалів, або навіть і в заміні виробничого обладнання або перепланування приміщень [2].

Зміна виробничого обладнання та технологічного процесу може здійснитися шляхом реалізації процесу технологічної реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери.

Л. Лобан характеризує технологічну реструктуризацію яка являє собою зміни технології виробництва продукції, робіт і надання послуг. Необхідність такої реструктуризації виникає тоді, коли знижується попит на продукцію, вироблену підприємством, в результаті чого воно відчуває труднощі з її реалізацією. У сформованих економічних умовах технологічна реструктуризація може здійснюватися за такими напрямками: зміна номенклатури і асортименту продукції, що виробляється; підвищення її якості; впровадження нових технологій; оновлення основних фондів [3].

Шульгіна Л. та Жалдак Г. зазначають, що принципове оновлення технологій та / чи заміна устаткування переважно здійснюються на великих підприємствах, які вже мають доступ до Європейського ринку та значне іноземне інвестування. Однак, в умовах економічних обмежень сьогодення середні та малі підприємства, які також у достатній кількості представлені у харчовій промисловості України, позбавлені можливості технологічної модернізації. Тому більшість таких підприємств працюють лише на внутрішньому ринку. Втім, маючи достатній потенціал для зміцнення ринкової позиції шляхом нарощення обсягів виробництва та продажу, ці підприємства є перспективними об'єктами для впровадження системи НАССР [9].

Підприємства агропродовольчої сфери на сьогоднішній день виробляють надзвичайно велику кількість сільськогосподарської продукції, як з тваринної так і з рослинної сировини. Для кожного харчового продукту, що випускається на підприємстві, повинен бути розроблений окремий план НАССР. Тому при встановленні області дії (розробці технічного завдання) системи НАССР – важливо визначити її оптимальний розмір, оскільки при розповсюдженні системи на крупні виробництва різноманітної продукції об'єм робіт росте пропорційно числу видів продукції. Оптимальною є стратегія, при якій система НАССР створюється для виробництва однієї або кількох груп однорідної продукції, усередині яких необхідно враховувати одні і ті ж небезпечні чинники [1].

Виробництво безпечних харчових продуктів вимагає, щоб система НАССР була побудована на принципах і правилах належної виробничої практики

(GMP), належної гігієнічної практики (GHP) та стандартних санітарних робочих процедурах (SSOP), в яких задокументовані відповідні операції санітарного контролю. GMP/GHP — це принципи та правила, яких повинні дотримуватися на підприємстві, для забезпечення виготовлення продукції відповідної якості, унеможливаючи забруднення продукції з внутрішніх чи зовнішніх джерел. Правила GMP/GHP є загальними настановами, які встановлюють принципи організації виробничого процесу, проведення контролю та містять мінімальні практичні вказівки із сучасного правильного ведення харчового виробництва [8].

Основні принципи НАССР, які необхідно виконувати в процесі здійснення технологічної реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери [8]:

Принцип 1. Проведення аналізу небезпечних чинників. Ідентифікують потенційні небезпечні чинники, пов'язані з виробництвом харчових продуктів на всіх стадіях виробничого ланцюжка, починаючи з первинного виробництва, оброблення, виготовлення та розподілення продуктів і закінчуючи місцем споживання. Оцінюють можливість (ймовірність) виникнення небезпечних чинників та встановлюють заходи для їхнього контролювання.

Принцип 2. Визначення критичних точок контролю (КТК). Визначають точки (місця), процедури або технологічні операції, які можуть контролюватися для усунення небезпечних чинників або мінімізації ймовірності їхнього виникнення.

Принцип 3. Встановлення граничного значення, які повинні бути дотримані для забезпечення контролю в КТК.

Принцип 4. Встановлення системи моніторингу для КТК. Розробляють систему моніторингу контролю для КТК шляхом проведення випробувань або спостережень відповідно до встановленого плану-графіку.

Принцип 5. Встановлення коригувальних дій для тих випадків, коли результати моніторингу свідчать про втрату контролю в КТК.

Принцип 6. Встановлення процедур перевірки (аудиту) для підтвердження ефективності функціонування системи НАССР.

Принципи 7. Встановлення документації для всіх процедур і реєстрації даних відповідно до зазначених принципів та їхнього застосування.

Впровадження вищезазначених принципів на виробничому підприємстві формує підґрунтя для подальшого удосконалення безпечності харчової продукції. В свою чергу здійснення процесу управління технологічної реструктуризації підприємства в поєднанні з принципами НАССР, демонструє розуміння керівництва про необхідність формування продовольчої безпеки країни та формування нових конкурентних переваг.

Шульгіна Л.М. та Жалдак Г. П. зазначають наступні переваги від використання системи НАССР зокрема найважливішими з них такі [9]:

– НАССР є системним підходом, що охоплює усі аспекти безпечності харчових продуктів, починаючи від вирощування, збирання врожаю,

- закупівлі сировини і закінчуючи використанням кінцевим споживачем;
- використання НАССР перенесе акценти від випробування кінцевого продукту до використання превентивних методів забезпечення безпечності під час виробництва та реалізації;
 - правильно проведений аналіз небезпечних чинників дає змогу виявити приховані небезпеки і направити відповідні ресурси в критичні точки процесу;
 - зменшення втрат, пов'язаних із відкликанням продукції, штрафними санкціями та судовими позовами;
 - НАССР може інтегруватися у загальну систему управління, досить органічно поєднуючись з іншими управлінськими концепціями – управління якістю (стандарти ISO серії 9000), управління довкіллям (стандарти ISO серії 14000) тощо;
 - застосування НАССР може бути корисним для підтвердження виконання законодавчих і нормативних вимог, адже в багатьох країнах світу НАССР є обов'язковою законодавчо встановленою вимогою.



Рисунок 1. Взаємоз'язок принципів НАССР та технологічної реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери [розроблено автором на основі джерел 4, 8, 9]
 Взаємоз'язок принципів НАССР та технологічної реструктуризації підприємств агропродовольчої сфери зазначено на рис. 1.

Шульгіна Л.М. та Жалдак Г. П. розглядають НАССР як інструмент управління, що забезпечує більш структурований підхід до контролю

ідентифікованих небезпек, у порівнянні з традиційними методами, такими як інспектування або контроль якості. Поряд із цим, він охоплює і якість управління, що передбачає залучення усіх членів команди у роботу та спрямований на досягнення довгострокових переваг шляхом задоволення потреб споживачів [9].

Висновки. Для здійснення ефективного управління технологічної реструктуризації агропродовольчого підприємства в контексті виробництва безпечної та якісної харчової продукції необхідно здійснювати за допомогою раціональних та ефективних систем управління, що здійснює ідентифікацію небезпек впродовж всього циклу виробництва продукції завершуючи ланцюг кінцевим споживачем. Такою системою управління безпекою харчових продуктів є НАССР. Яка в свою чергу при правильній та ефективній реалізації з технологічною реструктуризацією створить умови для виробництва безпечної та якісної сільськогосподарської продукції.

Література:

1. Богатко Н.М. Особливості впровадження системи НАССР на молокопереробних підприємствах України / Н. М. Богатко та ін. // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. Львів, 2011. Т. 13 № 4 (4). С. 171-176.
2. Дудко, П. М. Переваги від впровадження системи НАССР на підприємствах харчової промисловості України / П. М. Дудко // Економіка, фінанси і управління в XXI столітті: аналіз тенденцій та перспективи розвитку : зб. тез міжнар.наук.-практ. конф. (21 березня, 2017 р., м. Київ). - К. : Фінансова рада України, 2017. - Т. 2. - С. 69-71
3. Лобан, Л.А. Реструктуризация как адаптация предприятия к внешней бреде [Електронний ресурс]/Л. А. Лобан // Вестник Белорусского государственного экономического университета. - 1998. - № 2. - С. 65-74. – Режим доступу: <http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/9135/2/Loban%20L.%20Restrukturizatsiya%20kak%20adaptatsiya%20predpr.%20k%20vnesh.%20srede.pdf>
4. Мікійчук М. М., Остап'юк С. Д. Етапи розроблення системи НАССР на молокопереробному підприємстві /М. М.Мікійчук, С.Д.Остап'юк// Енергетика і автоматика. 2017. № 1. С. 123-131.
5. Одарченко А.М. Підвищення конкурентоспроможності підприємства молочної промисловості, за рахунок впровадження системи НАССР / А. М. Одарченко та ін. // Молодий вчений. Херсон, 2016. № 12 (1). С. 908-912.
6. Прядко О.А. Розроблення елементів системи управління безпечністю мяса птиці / О.А. Прядко // Товарознавчий вісник: Збірник наукових праць. – Випуск 6. – Луцьк: Луцький НТУ, 2013. – С. 228-233.
7. Ряполова І.О.Можливість застосування концепції ХАССП при виробництві м'яса [Електронний ресурс]/І.О. Ряполова, В.Г.Бурак // Таврійський науковий вісник №88 Режим доступу: <http://www.tnv-agro.ksauniv>

ks.ua/archives/88_2014/51.pdf

8.. Система НАССР. Довідник: / Львів: НТЦ «Леонорм-Стандарт», 2003. – 218 с. – (Серія «Нормативна база підприємства»).

9. Шульгіна Л.М. Перспективи впровадження та практика дотримання маркетингових стандартів в Україні та ЄС / Г. П. Жалдак, Л. М. Шульгіна // Бізнес Інформ. - 2016. - № 9. - С. 251-257.

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Даценко Є.А.,

студентка групи ЗОД,

Брода А.Ю.,

к.ю.н., викладач фінансово-правових дисциплін,

Вінницький технічний коледж

На сучасному етапі страхування життя є одним із впливових інструментів, за допомогою якого можна реалізувати соціальні і економічні потреби суспільства.

Відповідно до Закону України «Про страхування» від 07.03.1996 р., під страхуванням життя розуміють вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, чи у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору.

Страхування життя має багато особливостей, які вирізняють його серед інших видів страхування:

- людське життя не має грошової оцінки, тобто за даним видом страхування неможливо визначити величину збитку;
- у процесі страхування життя беруть участь чотири суб'єкти: страховик, страхувальник, застрахована особа та вигодонабувач;
- неможливість визначити в грошовому вимірі втрати, пов'язані з життям, зумовлює своєрідний підхід до визначення страхової суми та страхового тарифу; • договори зі страхування життя є довгостроковими, хоча українське законодавство не встановлює мінімальних строків договорів зі страхування життя, але методика формування резервів (1997 рік) зазначає, що ці договори підписуються на строк від трьох років, а загалом договори можуть діяти значно довше, а саме 10, 15, 20 років, чим триваліше договір, тим більше частка в резерві від інвестування коштів.

Є три системи страхування життя: ризикове, накопичувальне та комбіноване.

Ризикове страхування – це періодичні невеликі внески у свій страховий поліс, які мають певний термін, та значна разова виплата при настанні страхового

випадку (наприклад: інвалідність, смерть, хвороба). Ризикове страхування часто пропонують банки як умову іпотечного, автомобільного чи споживчого кредиту. Для банків це гарантія – якщо з кредитором щось станеться, і він не зможе виплачувати кредит, його борг віддасть страхова компанія.

Накопичувальне страхування — довгострокове акумулювання та збереження коштів клієнта і виплата повної суми накопичень по закінченні строку дії договору. Накопичувальне страхування орієнтоване на термін від 10 років. Страховий платіж розраховується індивідуально, враховуючи вік, стан здоров'я, професійні та особисті ризики. На відміну від ризикового страхування, тут гроші не просто зберігаються, а інвестуються компанією у різноманітні активи, і у такий спосіб примножуються. У разі настання страхового випадку вам виплачується вся страхова сума, що може значно перевищувати суму внесків, адже ви отримуєте ще відсотки, нараховані на них.

Слід взяти до уваги те, що за новими вимогами Нацкомфінпослуг до платоспроможності страхових компаній, протягом двох років їм потрібно накопичити “запас міцності” у розмірі 30 мільйонів гривень – для ризикових, і 45 мільйонів – для компаній з накопичувального страхування життя з 30 червня 2020 року.

Комбіноване страхування поєднує у собі накопичувальну і ризикову функції.

Документи, які вимагають страхові компанії:

- заяву про сплату страхового платежу;
- договір страхування. В договорі зазначається програма страхування, визначення страхового випадку, порядок страхових виплат, строк дії договору та інше;
- документи, що посвідчують страхувальника;
- номер рахунку для отримання страхової виплати та банківські реквізити отримувача виплати;
- ідентифікаційний код або номер платника податку отримувача виплати.

Також компанія може вимагати підтвердження факту сімейних відносин із застрахованою особою. Для цього необхідно надати страховій свідоцтво про народження, про шлюб, рішення суду про встановлення факту родинних відносин.

Послуги страхування стають все доступнішими для населення в різних регіонах країни. Страхові компанії розширюються по різних регіонах і цим збільшують кількість страхових агентів, створюючи нові робочі місця. Також поступово стають надійнішими.

Отже, при виборі страхової компанії слід звернути увагу на такі показники:

- Оцінюйте репутацію. Поцікавтеся, як довго страхова компанія працює на ринку, які саме послуги надає, і, звичайно, зверніть увагу на відгуки.
- Сума страхових виплат. Відображає готовність компанії виконувати свої зобов'язання. Аналіз даних надається в розрізі за видами страхування,

підрозділам страхової компанії, по всьому портфелю.

- Питома вага в страховому портфелі. Для оформлення, наприклад, страхування життя варто вибрати страхову компанію, в портфелі якої страхування життя займає провідну позицію. У цьому випадку досвід компанії буде вище, і в конфліктних ситуаціях вона зможе надати компетентну допомогу.

- Розмір статутного фонду. Цей показник в Україні встановлено законодавчо і для ризикових видів страхування становить не менше 1 млн. євро. Для лайфових компаній, які займаються накопичувальними видами страхування, він збільшений до 1,5 млн. євро. Статутний капітал повинен бути сформований тільки грошовими коштами. Можуть бути присутніми не більше 25% цінних паперів, але тільки випущених державою.

- Рівень виплат, або відношення сум виплат до сум премій. Чесність компанії до клієнта, виражається процентним значенням. Якщо рівень виплат занадто низький, це означає, що страховик не в повній мірі виконує свої зобов'язання. При занадто високих показниках є ризик руйнування страхової компанії від збитків.

- Динаміка активів. Приріст активів говорить про збільшення ділової активності компанії, проте в цьому випадку необхідний ще і аналіз дебіторської заборгованості. Якщо така заборгованість зростає за рахунок збільшення збору премій, то ефективність і справді підвищується. Якщо до неї приєднується ще незадовільний внутрішній контроль за розрахунками зі страховальниками, то положення прямо протилежне. Вибір страхової компанії багато в чому залежить від динаміки резервів — падіння їх розмірів говорить про те, що компанія використовує їх для розрахунку з клієнтами. Це показник ризику розорення.

Порівняємо показники 2019 року та 2018 року:

1. Станом на 30 червня 2019 року страхування життя в Україні здійснюють 26 ліцензованих страхових компаній. На аналогічну дату минулого року працювала 31 компанія.

2. Валові страхові платежі (премії, внески) при страхуванні життя на 30 червня 2019 року становили 2,1 млрд грн. Це на 20,7% більше, ніж за аналогічний період 2018 року. Із вказаної суми 2 млрд грн надійшли від фізичних осіб, ще 80,7 млн грн — від юридичних осіб. Обсяг виплат становив 284,6 млн грн.

3. Також в порівнянні з 30 червня 2019 року на 30 червня минулого року в Україні кількість застрахованих фізичних осіб збільшилася на 16,2% - до 4,74 млн осіб. Про це повідомляє Finbalance з посиланням на дані Нацкомфінпослуг.

Сьогодні в Україні застраховано 5-7% населення. В Європі цей показник приблизно 85%, у США – 80%. В Україні на страхування життя однієї особи витрачається лише 1,5 – 2 \$, у той час у Великобританії — 3300 \$, США — 1750 \$, Німеччині — 1042 \$, Угорщині — 148 \$., Польщі — 102 \$., Румунії —

14,6 \$., Росії — 6,3 \$. Звісно, у цих країнах асортимент послуг зі страхування життя набагато ширший, ніж в Україні, як і кількість та надійність компаній, що їх пропонують.

Причин того, що українці рідко страхують своє життя, кілька:

- відсутність відповідних традицій страхування у населення, хоча у тому ж таки Союзі всі користувались послугами Держстраху — була реклама і «мода» на такі програми;

- незначна кількість лекцій, курсів, пілотних проектів про фінансову грамотність на державному рівні, щоби підлітки навчались вести бюджет, планувати доходи і витрати тощо;

- тотальна недовіра населення до фінансових установ у цілому в Україні, часто українські страхові компанії не мають досвіду, не мають розуміння, а інколи навіть не мають стратегічного бачення, як має відбуватися процес страхування. Для них головне – власний фінансовий інтерес;

- інфляція, нестійкість національної валюти;

- неспроможність населення та підприємств купувати страхові послуги через відсутність вільних грошових коштів;

- суперечливе страхове законодавство, відсутність законодавчої бази яка б гарантувала збереження вкладених коштів та прозорість інвестиційних інструментів.

Висновки. Отже, для розвитку страхування життя в Україні потрібно: законодавчо унормувати визначення фінансових та економічних ризиків; приділити увагу вдосконалення страхової діяльності в різних регіонах; розвивати сучасну інфраструктуру страхування життя; поліпшити якість послуг та ввести нові види забезпечення життя; впроваджувати в практику новітні інтернет-технології; підвищити страхову культуру населення та його довіру до страхування.

Література:

1. Про страхування: Закон України від 7 берез. 1996 р. № 85/96–ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80> Ст. 1(дата звернення: 15.11.2019).

2. Ширинян Л.В. Фінансове регулювання страхового ринку України. Проблеми теорії та практики. Центр навчальної літератури, 2018. 79 с.

3. <https://section.in.ua/erudition/strahuvannya-zhittya/>

4. <https://meds.com.ua/uk/kak-vybrat-strahovuyu-kompaniyu/>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ ОСВІТИ

Вохмяніна Л.,

учитель I категорії школи I-III ступенів №182 міста Києва,

Загородня Н.,

кандидат економічних наук, доцент ІПК ДСЗУ

***Annotation.** reforming the education system in Ukraine is a time-consuming task. The main issues of learning improvement are outlined. The position of the teacher and the basic teacher's relationship with the school are reviewed.*

***Key words:** the education system in Ukraine, position of the teacher, the basic teacher's relationship, pupils and their learning, education and upbringing, the new law on education.*

Зараз в світі у всіх сферах життя суспільства відбуваються коренні зміни. Реформаторські настрої притаманні і діям, що відбуваються в сучасній системі освіти. Безумовно, нові тенденції, настрої, засоби, стосунки повинні знайти відображення і в школі, де задіяно велику кількість людей, причепних до процесу навчання і виховання. Це і учні, батьки і прабатьки, учителі і керівництво школи, чиновники Міністерства Освіти, які приймають закони життя школи, психологи різних напрямів тощо. Всі ці особи мають пряме відношення до сучасної школи, взаємопов'язані і взаємозалежні в процесі навчання, але мають різні можливості і висувають принципово різні вимоги. Цих осіб можна назвати персоналом, який керує за своїми правилами, але яким треба керувати загалом за сучасними правилами, враховуючи велику кількість питань взаємодії і протидії, і цьому повинна сприяти система освіти в країні.

Почнемо з учителів та батьків і з питання: «Чи знайдеться таке діло, яке може виконувати людина, що не має фахової підготовки?». Лікарі, наприклад, учаться років десять, поки стануть відповідальними фахівцями, а потім набираються досвіду все життя. Сантехнік, будівник повинні навчитися цієї професії до того, як почати працювати. Учитель вчиться у вищій школі 5-6 років, а потім продовжує вчитися, набираючись досвіду. Мабуть, це одна з небагатьох професій, коли доводиться вчитися все життя. Але мова зараз не про учителя, – мова про батьків. Адже батьками стають усі бажаючі. При цьому не враховується, чи вміють вони виховувати дітей, чи вчилися вони цьому. І, коли приходить час іти в школу дитині, зовсім невихованій і часто травмованій неправильним батьківським вихованням, батьки пред'являють претензії, у першу чергу, учителям. Деякі, навіть, намагаються вчити учителя, говорячи про те, що ніби є «методи», щоб зацікавити дитину. При цьому учитель вже випробував усі методи, але дитина "непробивна", - она просто невихована, або знаходиться у протесті до неправильного батьківського виховання. І цей протест відбивається і на батьках, і на учителях, і на всьому суспільстві. Але

оскільки статус учителя в нашій країні впав “нижче плінтуса”, то є на кого скинути усю провину – на учителя. А суспільство та система освіти це тільки підтримують, спускаючи на нього усіх собак.

А тепер поговоримо про самого учителя. Більшість дітей дивуються та задають питання: «Чому Ви працюєте учителем? Адже Ви постійно витримуєте приниження від погано вихованих дітей, зарплата теж не стимулює до цієї діяльності». Спитайте про це у учителя, і майже кожен відповідь: “Я відчуваю свою діяльність як місію, тому що маю величезну відповідальність перед майбутніми поколіннями за моральне виховання людини, що росте”. А погляд, який вкорінився, що учитель тільки допомагає учню засвоїти ту чи іншу інформацію, зовсім неправильний, оскільки, щоб засвоїти предмет, необхідно навчитися терпінню, акуратності, умінню мислити, аналізувати, робити висновки, вмінню жити в колективі та взаємодіяти з ним – отримувати, так зване, колективне виховання.

Те, чому вчить учитель, можливо продовжувати і далі. Учні ж, останнім часом, підтвердили, що у більшості учителів є особливий ген, чого немає у інших людей, і він, скоріше за все, відповідає за виключно особливе відношення до життя – уміння жертвувати собою заради майбутніх поколінь. Погодьтеся, що не кожен здатний жертвувати своїми амбіціями, своїм часом, своїми силами, нервами заради інших – чужих для нього людей, та ще й не отримувати за це адекватної матеріальної нагороди. А учитель, у більшості своїй, саме так розуміє сенс свого життя та своєї діяльності.

Що ж сучасний учень? У більшості своїй розпечений батьками, недовихований, він і не думає, що настане час, коли всю відповідальність за своє життя йому треба буде брати на себе. Адже зараз у нього повна свобода, непогані умови життя (він ситий, одягнений), у нього є купа інтересів, які не співпадають з тим, що говорять батьки та учителі, мають дорогі телефони, ноутбуки і т.д. – хочеться жити цікаво та вільно. А цьому заважає школа. Таких недовихованих, недисциплінованих, розпечених дітей стає все більше і більше. Але хто їх такими виховав? Звичайно, батьки. Чому ж за це батьки не несуть ніякої відповідальності? Крайнім виявляється учитель – “він викладає нецікаво, у нього давній гарт” і т.д. Учитель же розуміє, що без пробудження цікавості до предмету, успішно вчити та виховувати дитину буде неможливо. Але усе, що відбувається в останні роки в системі освіти України, цьому не сприяє.

Ось одна із проблем сучасної освіти. Усі знають, щоб добре засвоїти будь-що, треба йти від простого до складного. Це - аксіома. На жаль, в шкільних програмах це не враховується. Маленька дитина починає вивчати світ поступово: спочатку те, що її оточує, а потім все далі і далі, охоплюючи поступово весь світ. І це логічно. Один приклад. Вивчення географії в 6-му класі починається з вивчення глобальних природних закономірностей, що характерні для усього світу, усієї Землі. І це дуже важко вкладається в голови учнів. Чи не краще було б почати вивчення предмету з географії України і поступово показувати

причетність тих чи інших географічних особливостей України до глобальних закономірностей. Можливо було б змиритися з цим положенням, якби в старших класах всі географічні закономірності повторили, але на більш високому рівні. В дійсності ж, якщо учень у 6-му класі не зрозумів чому дме вітер, то цього він не зрозуміє ніколи, тому що в більш свідомому віці ми його до цього не повертаєм. Коли готувалася стаття, стало відомо, що в 11-му класі в цьому році з'явилася географія, в якій повторюється весь курс цього предмету. Але чи можна це зробити усього за одну годину на тиждень? Сумнівно.

Кожний учитель, звичайно ж, вболіває за свій предмет. Тому далі мова піде про географію. У всьому світі відомо, що географія – це інтегральний предмет. Не таємниця, що кожен учитель дуже нечасто має можливість показати зв'язок свого предмету з іншими дисциплінами. Тому освіту в школах і навіть у ЗВО ми отримуємо лоскутну. Це значить, що ми окремо вивчаємо зовсім не пов'язані одна з одною дисципліни, а часто і не пов'язані з життям. А от у географії більш висока задача. Саме в географії знання з хімії, фізики, біології, історії і, навіть, математики мають можливість бути пов'язаними з дійсністю на прикладі вивчення законів природи і суспільства. Саме ці закони вивчає географія і, таким чином, зклеює усі ті розрізнені знання із окремих предметів і наук. Однак географія була видалена з 11-х і 10-х класів. Правда, знову повернена, але як? Під час керівництва освітою міністра Д. Табачника чомусь вирішили, що географія – предмет, без якого можна обійтись. Ще раніше географію видалили з 11-х класів, а при міністрі освіти Д. Табачникові видалили і із 10-х класів. Але яким чином? Матеріал 9-го і 10-го класів зпресували, кількість годин залишили ту саму – 1,5 годин на тиждень, але матеріал збільшили майже вдвічі. Багато тем прийшлося взагалі викинути. А саме країнознавство.

Так, нова влада відновила вивчення країн в 10-му класі, але усі теми, які перекинули в 9-й, так там і залишились. І тому учні не в змозі засвоїти на достатньому рівні за один рік теми двох класів. Теж саме відбулося з біологією, хімією, фізикою. Бідні учителі вимушені вчити дітей тому, що із-за перенасиченості просто неможливо вивчити. Усе це говорить про те, що такий важливий інтегральний предмет, як географія, в нашій країні так і залишився недооціненим. Із-за цього учень виходить із школи, не розуміючи єдності усього, що відбувається та існує.

І ось наш учень - недоосвічена людина - починає жити самостійно. Чи зможе він достатньо добре розуміти, що відбувається навколо нього, чи зможе він розібратися, хто правий, хто винний, хто бреше, хто говорить істину, чому саме так усе відбувається? Таке враження, що працює постулат “Темними людьми управляти легше”. В дійсності, окремі знання з хімії, фізики, біології, історії, частіше за все, ніколи не знадобляться, якщо не показати взаємозв'язок їх один з одним і з життям. Саме географія – цей недооцінений предмет – може вирішити це завдання.

Трохи про саму систему освіти. Спочатку про перевантаженість учня, із-за чого відбивається у дитини усе бажання вчитися. Спитайте тих дітей, які ідуть до 1-го класу, чи бажають вони вчитися? Звичайно, бажають! Це природна потреба людини, яка росте. Але проходить зовсім небагато часу, і маленький учень думає про школу, як про страшний тягар, який виникає із-за того, що не враховується вік дитини, особливості її психіки, світосприйняття, а в неї намагаються “запихнути” усе і одразу.

Як Вам урок біології в 6-му класі, коли треба запам’ятати шість нових дуже складних термінів, які ніколи не знадобляться? Хто складає програми? Може, професори ЗВО як професіонали в своїй галузі, чи чиновники Міністерства освіти, які поняття не мають про психологію дітей у різному віці, що при навчанні треба йти від простого до складного і обов’язково показувати, чим важливе знання цього матеріалу, як воно пов’язане з життям. Але ті, хто створює програми, думають, мабуть, що мозок дитини працює як у дорослого, і дають дуже складні терміни і величезну їх кількість, ускладнюючи, тим самим, засвоєність матеріалу та викликаючи відразу до навчання уже у молодших класах.

Дуже мало учитель має можливостей показати дитині взаємозв’язок того, що вивчається з безпосереднім життям на прикладі оточуючих її об’єктів природи. Ось приклад. На уроках географії в 6-му класі дуже корисною дією є вимірювання висоти Сонця кожного місяця. Але, чи виділений для цього час? Відповідь – ні. Добросовісний учитель, що розуміє важливість цієї практики, буде намагатися з труднощами проводити такі вимірювання. Інший добросовісний учитель буде вивчати той матеріал, що є у програмі, бо часу катастрофічно не вистачає.

Отже, за перші роки навчання учень отримує стійку огиду до школи із-за складних перенасичених програм, без практичного застосування знань, без врахування аксіоми «від простого до складного», без належного батьківського виховання, а також будучи ситим і одягненим, маючи наворочені телефони і ноутбуки, відчуваючи свободу і безкарність. Ось такий учень сидить на уроках і займається усім, що захочеться: грає на телефоні, голосно спілкується з друзями, не звертає уваги на всі намагання учителя і на всі його безкінечні зауваження, а, головне, на бажання інших учнів вчитися. Він просто заважає і учителю проводити ефективний урок, і однокласникам вчитися.

Що повинен робити учитель? Так, звичайно, оволодіти методами (більше ігровими), щоб зацікавити усіх учнів. Та не виходить. Приклад. Після географічного квеста по території школи учень 6-го класу обурюється: «Це я бігав навкруги школи за ці дешеві призи?». А ці призи купив учитель за свої гроші, щоб зробити квест більш цікавішим. Що ж може учитель зробити в цій ситуації? Такого учня можливо відчислити із гімназії або ліцею. А із звичайної школи? Чи є методи приведення такого перепещеного і невихованого учня до порядку? Виявляється, немає. Підключити батьків? Батьки самі у величезній

проблемі, – він їх не слухається. А інших дієвих методів немає. Учитель в такій ситуації – заложник таких ось учнів, скільки б методів не застосовував. Сумно те, що інші учні із-за таких травмованих батьківським вихованням дітей не можуть нормально вчитися. І в кожному класі звичайної міської школи є від одного до десяти ось таких учнів!

Тут доречно згадати таку річ, як вигорання. Коли усі зусилля учителя марні, коли він не отримує задоволення від своєї праці і вимушений просто терпіти таких горе-учнів, настає повне розчарування, апатія і депресія, а через деякий час, і відразу до такої роботи. Це називається професійне вигоранням. Багато учителів завдяки своїм зусиллям і духовності якось уникають таких станів. Але треба розуміти і враховувати, що саме учительський труд сприяє вигоранню. І треба бути надзвичайно духовним або надзвичайно бездуховним (що трапляється нечасто серед учителів), щоб витримати такі умови.

Виховання – це не тільки процес словесних настанов, але і можливість поставити вихованця перед вибором – бути покараним чи ні. Мова йде не про фізичні покарання, бо вони призводять до сумних наслідків, - застосовувати їх неприпустимо. Фізичні покарання якраз і формують таку неадекватну поведінку дитини, бо викликають у неї протест. Від цього протесту страждають самі учні, батьки, учителі та однокласники.

Метод обмеження дитини від чогось дуже бажаного – надзвичайно корисний. У батьків таких можливостей дуже багато. У учителя - немає зовсім. І там, де батьки махнули руками на своїх чад, в учителя немає можливості добитися робочої обстановки в класі. Учитель – заложник у цій системі, яка його не поважає, не дивлячись на усі складнощі, в яких він опинився, та ще й платять такі гроші, на які можливо тільки виживати. Так, голодними учителі не ходять, та цим увесь добробут закінчується в світі, де ціни зростають миттєво, а зарплати ледве повзуть. Це ще раз доводить, що учитель в Україні – професія непристижна.

У тих країнах, де освіті приділяється основна увага - немає проблем з економічним розвитком, з добробутом людей. До тих пір, поки освіта і учитель не будуть мати достатньої уваги, ні про культуру, ні про економічний розвиток мріяти не доводиться. Тут згадується прислів'я: «Чому бідні – бо дурні, чому дурні – бо бідні». Це замкнене коло. Про це варто замислитися.

Ще хочеться згадати про пенсію. Чи може учителька, маючи загальний стаж 30 років, із нього - педстаж 24 роки, і при цьому вона виростила 3-х дітей, отримувати мінімальну пенсію? Так, може, оскільки не знайшлося п'яти безперервних років з гідною зарплатнею, а частина педстажу була зароблена в Росії, адже раніше це була єдина країна. Або учителька, що має педстаж 40 років, отримує пенсію 2500 гривень. Чому така складна праця не винагороджується гідною пенсією? Чому наша пенсійна система така несправедлива і недосконала? Поки є сили, - пенсіонер працює, а потім - жалюгідне існування.

Тепер про «Нову українську школу». Ідея чудова. Ігрові методи, без оцінок, без домашніх завдань, без муштри. Здавалося б – прекрасно і нарешті. Але, як завжди, - у діжці меду опиняється ложка дьогтю. І цією ложкою дьогтю виявляється наповненість класів – 30 учнів, можливо і 40 і більше [1], якщо дитині немає де вчитися. Спитайте будь-якого учителя з високорозвиненої країни, як він до цього відноситься, і він відповість: «Жах!». В першому класі на одного учителя 30-40 учнів! На скільки якісним буде навчання, чи можливо буде застосувати індивідуальний підхід? Уявіть собі: кожного ранку учитель початкових класів повинен посадити дітей на килимок, щоб невимушено поспілкуватися про минулий день, інтереси та проблеми учнів. Чи можливо це з такою кількістю учнів в обмеженому приміщенні класу? «Ми йдемо по самій найпрогресивнішій фінській системі освіти» - з гордістю говорять чиновники. Невже? В класі фінської школи, згідно з їх законом про освіту, повинно бути не більше 16 учнів, і при цьому у основного учителя є учитель-помічник. Спитайте у фінського учителя в найвільнішій у світі школі: «А якщо учень заважає проводити урок? Що в цьому випадку робити?». Виявляється, фінський учитель може видалити учня з уроку, і при цьому учню необхідно буде залишитися після уроків максимум на 2 години для відпрацювання пропущеного. Якщо це не допомагає, його можуть відсторонити від занять до 3-х місяців з наступним відпрацюванням пропущених годин, бо в Законі про освіту в Фінляндії є стаття про підтримку дисципліни на заняттях [2]. У нас же від горе-учнів страждає увесь клас, а можливостей припинити цей розгул просто немає.

Повернемося до наповнення класів. Раніше ця норма була меншою. Зрозуміло, бідна країна не може дозволити собі оплату більшої кількості педагогів. В цей час вже скільки років наша країна розкрадається різного роду корупціонерами, і система не може або не хоче з ними розібратися.

Отже, погано виховані, неосвічені діти виростають і стають погано вихованими і неосвіченими дорослими. Хто підніме країну з тої прірви, в якій воно опинилося?

Тільки гідна система освіти може кардинально змінити ситуацію в країні. Але це не все. Учитель повинен писати нікому не потрібні папери, як то інструкції з техніки безпеки дітей. Проводить він ці інструктажі чи тільки пише – це, виявляється, неважливо. Але за рік учитель напише більш як 30 інструктажів, в кожному з яких повторюється прізвище, ім'я, по батькові учня, а навпроти повинно бути прізвище, ім'я, по батькові та посада учителя з підписом. За рік доводиться написати тільки прізвище, ім'я, по батькові та посаду більш як 750 разів!

А тепер про керівництво школи - про завуча. Завуч – це, перш за все, педагог, але його обклали такою кількістю паперів, що працює він з ранку до пізнього вечора, створюючи все більшу і більшу кількість планів, звітів, наказів тощо. Таке враження, що чиновників від освіти занадто багато, і їм

необхідно показувати, що вони щось роблять. Тому вони придумують усе нові і нові звіти і папери, щоб виправдати своє існування. Чи хоче хтось з учителів стати завучем? Не думаю. Дивно, але найменша кількість паперів у школі була за радянські часи. Яка іронія! В дуже невільній соціалістичній країні адміністрація школи була більш вільною.

А що ж зараз? З класу видалити учня учитель не має права, а тим більше з відпрацюванням пропущеного учбового часу. Учні розпускаються настільки, що не беруть до уваги ані учителя, ані інших учнів. Ніякі намагання учителя вдосконалити урок, щоб зробити його цікавим, не допомагає. Виховання неможливе без покарань, хоча б таких, як у фінській школі. І ці покарання записані у законі про освіту Фінляндії.

Система освіти в Україні терпить крах. А в новому законі, точніше, проєкті закону про освіту, якихось кардинальних змін щось не помітно. Єдине, що обурює і заставляє хвилюватися за своє безправ'я та незахищеність – це нове відносно учителя-пенсіонера. Учитель, що досяг пенсійного віку, згідно цього проєкту, буде одразу ж звільнений. Адміністрація, однак, може заключити з ним контракт на 1 чи 3 роки [1]. Невже учитель заслужив своєю такою складною працею таке відношення? Чому депутатом можливо бути в будь-якому віці, а учителем лише до 60-ти років? Нехай депутати обмежать спочатку собі пенсійним віком, а потім обмежують іншим. Відомо, що з віком учитель стає більш професіональним, що люди, які займаються інтелектуальною діяльністю, зберігають ясність розуму до самого похилого віку. Сюди, до речі, відносяться і музиканти. Ці професії майже повністю виключають старчий маразм. Саме учителі та викладачі ЗВО зберігають працездатність і пам'ять до глибокої старості. Невже цих досліджень вчених не знають чиновники чи фахівці, які пишуть закон? Немічна людина працювати в школі просто не зможе, оскільки праця ця дуже важка, особливо зараз. Крім того, в розвинених країнах пенсійний вік часто починається з 70-ти і більше років. Чим ми гірші за тих, хто живе у розвинутих країнах? Це просто дискримінація. А якщо врахувати наші мізерні пенсії, то працювати учитель повинен до останнього подиху або йти у депутати. Чим же учитель заслужив таку несправедливість з боку держави, адже праця учителя – це, у своїй основі, жертва на користь майбутніх поколінь, особливо це стосується учителів у нашій країні.

Ще про одну несправедливість, можна сказати, навіть, тупість, яку змушений терпіти учитель в Україні. Мова піде про ЗНО. ЗНО – це прекрасний досвід освітньої сфери, який ми взяли у розвинутих країн як метод боротьби з корупцією. З точки зору учня, це - прекрасна і дуже правильна система. Але з точки зору учителя, який задіяний в цьому процесі, це - дикий феодалізм. По-перше, учителя ніхто не питає чи хоче він бути задіяний в ЗНО. В школу приходять розпорядження, за яким усі учителі зобов'язані стати інструкторами ЗНО. Учителі, що не мають права голосу в цьому дійстві, з цим погоджуються, оскільки жертвувати собою учитель готовий завжди. На те він і учитель. Але

те, що виходить в результаті цієї феодальної залежності, не має логіки и дуже далеке від справедливості. Виявляється, учитель не може отримувати свою зарплатню за день участі в ЗНО. Тому, у нього з чергової відпустки забирають стільки днів, скільки днів він був інструктором ЗНО. Це означає, що учитель «так хоче бути задіяний в ЗНО, що готовий пожертвувати своєю відпусткою». При цьому платять за це мізерні гроші, в декілька разів менші щоденної зарплати учителя. Адже це одна і та сама система освіти. Не краще було б оформити відрядження, і не вираховувати дні з його відпустки, можливо, навіть без цієї смішної оплати. Ні, знову ж, учитель - безправний і принижений, він - лише пішак в руках чиновників, і вони крутять їм як тільки захочуть.

Проект Нового закону про освіту прийнято у першому читанні. Як бачимо, скільки принципових та складних питань не вирішено, скільки часу і зусиль і конкретних дій вимагає реальне поліпшення навчання, скільки різних осіб приймають безпосередню участь в процесі навчання (виховання) і зацікавлені в якісній та сучасній системі освіти. Тож новий парламент, приймаючи Закон про загальну середню освіту, повинен врахувати і принципові зауваження вчителів, учнів, батьків, психологів щодо ефективного навчання із задоволенням і якістю.

Література:

1. Проект Закону про повну загальну середню освіту від 05.04.2019 р., <https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=66333&pf35401=491398>
2. Закон про освіту Фінляндії. https://www.oph.fi/download/184886_Education_in_Finland_russian.pdf

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Мороз С.Е., к.п.н.,

Калашник О.В., к. т. н.,

Полтавська державна аграрна академія

***Annotation.** Assortment management at retailers of various forms of ownership is the main and one of the most complex processes occurring in the commercial activity. Well thought out assortment policy of the retail trade enterprise is a guarantor of formation of a competitive trade assortment of the store and preservation of competitive positions in the market, influences the formation of the image of the enterprise.*

***Key words:** assortment policy, trade, assortment management, market competitiveness*

Поглиблення глобалізації бізнесу, посилення конкуренції на ринках товарів і послуг; індивідуалізація попиту; підвищення якості продукції та послуг при зниженні їх собівартості; розвиток інформаційних технологій, які забезпечують можливість миттєвого доступу до вичерпної інформації про будь-які товари, вносять значні корективи у діяльність суб'єктів роздрібно торгівлі і актуалізують проблему удосконалення систем управління їх бізнес-процесами.

Ми погоджуємося із науковцями, які вважають, що забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства роздрібно торгівлі найчастіше визначається здатністю асортименту товарів підприємства адекватно відповідати поточному споживчому попиту на якісному і кількісному рівнях [1], а підвищення ефективності управління товарним асортиментом підприємства є актуальним завданням у сучасних умовах господарювання.

Основною метою наукового дослідження є розкриття сутності управління розвитком асортименту підприємницьких структур роздрібно торгівлі, як економічно значущого та ефективного інструменту управління підприємством.

Управління асортиментом на підприємствах роздрібно торгівлі різних форм власності – це основний і один з найскладніших процесів, що протікають у комерційної діяльності. У ньому тісно взаємопов'язані такі етапи комерційної діяльності, як інформаційне забезпечення процесів, визначення потреби в товарах, вибір партнерів для встановлення господарських зв'язків і каналів просування товарів на ринок, встановлення господарських зв'язків між партнерами, організація закупівель товарів та їх продажу, рекламно-інформаційна робота, надання послуг і управління товарними запасами.

Процес управління асортиментом є центральною ланкою у складному і багаторівневому ланцюжку комерційної діяльності роздрібно торгового підприємства. Аналіз наукових досліджень для цілей виявлення проблемних питань в управлінні асортиментною діяльністю торговельних підприємств

показав, що планування і формування асортименту є найважливішими бізнес-процесами більшості крупноформатних підприємств торгівлі [2, с. 127]; результат, який отримує підприємство, перш за все, залежить від ефективного управління його бізнес-процесами [3, с. 2]; відсутність чіткого бізнес-планування, яке дозволяє виділити торговельне підприємство серед конкурентів завдяки його асортименту, часто стає причиною невдач у комерційній діяльності [4]. Отже, як показує проведений аналіз, від результатів асортиментної роботи підприємства роздрібно торгівлі багато в чому залежить, який товар буде запропонований споживачеві і в якому обсязі, а всі етапи комерційної діяльності, у кінцевому підсумку, спрямовані на виконання саме цього завдання.

Вивчення процесу управління асортиментом необхідно розглядати за аналогією з поняттям «управління», яке можна трактувати як в широкому, так і у вузькому сенсі слова.

У широкому сенсі під управлінням розуміють процес, який складається з певних функцій. Причому склад функцій може видозмінюватися залежно від цілей і кола завдань, які ставить перед собою керуюча система. Разом з тим можна виділити основні функції, наявні у характеристиці будь-якої керуючої системи, – планування, організація і контроль.

У вузькому сенсі управління – це функція організованої системи, яка забезпечує збереження її певної структури, підтримання режиму діяльності, реалізацію програм і цілей.

Різноманіття поглядів на проблему управління асортиментом, яка обговорюється у наукових публікаціях [1-3], вимагає більш точного визначення поняття «управління асортиментом», а також всебічного аналізу змісту зазначеного поняття. На наш погляд, під управлінням асортиментом варто розуміти комплекс функцій управління, до яких у підприємстві роздрібно торгівлі належать: планування, організація і контроль, спрямований на формування і реалізацію торгового асортименту, який забезпечує найбільш повне задоволення попиту населення у визначений період часу.

З функціональної точки зору змістом і цільовим призначенням процесу управління асортиментом у торгівлі є підготовка і прийняття ефективних рішень з питань планування, організації та контролю асортименту споживчих товарів. Основні елементи, які відображають структуру процесу управління асортиментом у торгівлі, представимо схематично (рис. 1).

Як видно з рис. 1, управління асортиментом у торгівлі складається з декількох взаємопов'язаних і послідовно здійснюваних етапів, на кожному з яких виконуються певні функції.

Функція планування складається з асортиментної політики, спрямованої на створення асортиментної моделі торгового підприємства. Асортиментна політика підприємства роздрібно торгівлі передбачає:

- визначення «своєї» частки на роздрібному ринку товарів і послуг;

- вивчення потреб населення щодо товарів, упаковки, методів продажу, сервісу, послуг;
- визначення переліку товарних груп, які найбільш повно задовольняють попит споживачів і здатні забезпечити економічну ефективність діяльності підприємства;
- визначення оптимального співвідношення набору товарів, що знаходяться на різних стадіях життєвих циклів;
- вибір найбільш ефективного методу формування асортименту з урахуванням сучасних принципів;
- розробку стратегії реалізації товарів.



Рис. 1. Схема управління асортиментом товарів у роздрібній торгівлі

Добре продумана асортиментна політика підприємства роздрібно́ї торгівлі є свого роду гарантом не лише формування конкурентоспроможного товарного асортименту магазину, а й збереження конкурентних позицій на ринку, впливає на формування іміджу підприємства. Асортиментна політика розробляється на перспективу, і як правило, у своїй основі протягом визначеного часу залишається незмінною. Але в умовах суттєвих змін на ринку, асортиментна стратегія підприємства роздрібно́ї торгівлі може змінюватися.

Формування асортиментної політики торговельного підприємства полягає в оцінці потреб населення (диференційованої за основними соціально-економічними та демографічними ознаками – стать, вік, місце проживання, дохід, освіта, соціально-психологічні особливості тощо) у конкретному товарі, виявленні набору властивостей цього товару, які б відповідали вимогам всіх груп споживачів і визначенні реальних шляхів їх забезпечення.

Асортиментна структура торговельного підприємства формується з урахуванням сукупності вимог різних груп споживачів до асортименту товарів і їх якості. Відомо, що конкретні сім'ї з різними рівнями доходів різняться за соціальним статусом і матеріальною забезпеченістю, тож зміни у

цих складових призводять до підвищення або зниження купівельного попиту населення. Розуміння відмінностей між окремими типами споживачів дозволяє працівникам комерційної служби підприємства роздрібно́ї торгівлі тісніше пов'язати потреби потенційних покупців з пропозицією товарів і послуг на стадіях закупівлі, планування та реалізації. Тому так важливо систематично проводити опитування населення з метою виявлення й усунення помилок у асортиментній роботі.

За радянських часів майже все суспільство було економічно однорідним. З появою ринкових відносин відбулася диференціація населення за рівнем одержуваного доходу. Під час формування торгового асортименту кожен конкретний магазин має чітко уявляти на яку частину населення за рівнем доходу він буде орієнтуватися, а також, яка група товарів буде складати основу його асортиментної політики. На цьому етапі формування асортименту всю отриману інформацію доцільно розглядати крізь призму складських можливостей конкретного підприємства і оптимального рівня його товарних запасів. Необхідно визначити широту, глибину і якість товарів відповідно до потреб населення і потенційного попиту, а також з урахуванням можливих змін у майбутніх періодах.

Для підприємств роздрібно́ї торгівлі функцію організації в управлінні асортиментом можна розглядати як формування та реалізацію визначеного асортименту товарів. Процес формування асортименту включає: встановлення оптимального асортименту відповідно до попиту населення; розробку структури асортименту; організацію ефективних господарських зв'язків з постачальниками. Безумовно, процес формування асортименту є одним із головних елементів системи управління, однак, не менш важливим є безпосереднє спостереження за реалізацією кожної групи, підгрупи і різновидів товарів з оперативним реагуванням на зміни в попиті. Зазначимо, що перевірка відповідності сформованого асортименту попиту населення здійснюється за допомогою урахування показників реалізації товарів і саме за допомогою моніторингу реалізації товарів забезпечується зв'язок з функцією контролю процесу управління асортиментом. Реалізація асортименту здійснюється за допомогою різних методів продажу, починаючи з торгівлі через прилавок і закінчуючи посилковою торгівлею. Відносно застосовуваного методу продажу, важливо урахувати, щоб він був зручним для покупця і економічно обґрунтованим.

Функція контролю, яка може здійснюватися за допомогою різних методів, в основному економічних, а також виходячи з розрахунків коефіцієнтів повноти і стійкості асортименту, дає можливість перевірити у кінці звітного періоду правильність обраної підприємством стратегії формування торгового асортименту.

Основною метою управління асортиментом є задоволення якомога більшої кількості постійно зростаючих потреб населення і забезпечення більш високих

темтів розвитку торгового підприємства порівняно з конкурентами. Виходячи з основної мети, управління асортиментом покликане вирішувати такі основні завдання.

- створення необхідних умов для найбільш повного задоволення попиту і потреб населення. Це завдання реалізується шляхом проведення підприємством різного роду досліджень, спрямованих, з одного боку, на з'ясування ситуації, що склалася на ринку споживчих товарів, а з іншого боку, на виявлення мотивів, які лежать в основі прийняття рішень споживачів про придбання товару;

- виявлення та вивчення джерел товаропостачання, їх аналіз та оцінка потенційних можливостей співпраці з постачальниками;

- постійний і систематичний контроль за діяльністю конкурентів, які здійснюють торгівлю аналогічними товарами у визначеному регіоні;

- забезпечення стійкості асортименту товарів, які реалізуються торговим підприємством. Це завдання вирішується шляхом складання обов'язкових асортиментних переліків для підприємств усіх форм власності. До переліку включаються товари, потреба в яких задовольняється не менше, ніж на 70%, а також продовольчі та непродовольчі товари першої необхідності і соціально значущі товари. Крім того, стійкість асортименту товарів пов'язана з високим рівнем культури торговельного обслуговування покупців. Високий рівень культури торговельного обслуговування можна забезпечити за рахунок вивчення і постійного удосконалення чинників, які впливають на процес реалізації товару.

- постійний контроль за формуванням і реалізацією конкретних груп, підгруп і різновидів товарів, спрямований на забезпечення більш повного задоволення попиту населення й одержання максимального прибутку порівняно з аналогічними підприємствами-конкурентами.

Всі завдання управління асортиментом тісно взаємопов'язані. Так, забезпечення стійкості асортименту товарів і створення умов для найбільш повного задоволення попиту населення допоможуть сформувати торговий асортимент, розрахований на покупців з різним рівнем доходів. Сформований таким чином торговий асортимент у поєднанні з високим рівнем культури торговельного обслуговування сприятиме отриманню високих господарсько-фінансових результатів, які нададуть торговому підприємству можливості для поліпшення своїх позицій на споживчому ринку порівняно з конкурентами.

Варто відмітити, що процес управління асортиментом повинен носити циклічний характер. Циклічність полягає у повторюваності наступних процедур: формулювання цілей і завдань; збір, обробка та аналіз інформації; розробка і оцінка варіантів рішення; прийняття рішення і контроль за його виконанням. Ефективне здійснення цієї діяльності вимагає оперативної і достовірної інформації, необхідної для прийняття правильних рішень.

Слід також зазначити, що управління асортиментом має базуватися на

певних принципах, таких як:

- 1) системність, відповідно до якої всі функції управління асортиментом повинні розглядатися у взаємозв'язку;
- 2) комплексність, яка передбачає облік факторів, які впливають на процес управління асортиментом;
- 3) ефективність, яка спрямована на економію у процесі створення конкурентоспроможного асортименту;
- 4) гнучкість і динамізм, основними правилами яких є оперативність у реагуванні на мінливу кон'юнктуру ринку та економіко-політичний стан у країні;
- 5) науковість, яка передбачає, що управлінські рішення щодо асортименту повинні базуватися на об'єктивній, повній та достовірній інформації про стан і перспективи розвитку потреб, з одного боку, і можливостях їх задоволення, з іншого боку.

Отже, управління асортиментом товарів на підприємствах роздрібної торгівлі необхідно розглядати не лише як процес, який може забезпечити прибутковість підприємства, але і як основу підвищення його конкурентоспроможності, для чого необхідно використовувати сучасні принципи.

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що процес управління асортиментом товарів багатоаспектний, складний, поєднує у собі багато елементів комерційної діяльності. Важливо, щоб всі етапи процесу управління асортиментом товарів застосовувалися послідовно, оскільки саме через послідовність розкривається їх взаємозв'язок.

Проведене дослідження не вичерпує окресленої проблеми та потребує подальших розвідок. Актуальним залишається пошук оптимальних рішень у налагодженні бізнес-процесів торговельних підприємств для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Література:

1. Бардаш М. С. Асортиментна політика підприємства та шляхи її вдосконалення. Ефективна економіка. 2016. № 11 : веб-сайт. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_11_66 (дата звернення: 22.11.2019).
2. Павлова М.Б. Управління асортиментом товарів в роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2018. 247 с.
3. Матвій С.І. Стратегічне управління допоміжними бізнес-процесами у виробничо-господарській об'єднаннях : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Львів, 2019. 27 с.
4. Сыцко В.Е., Садовский В.В., Целикова А.В.. Товарная политика предприятия отрасли: учебное пособие. Минск, 2007. 239 с.

CASH FLOWS IN PROVIDING STABLE STATE OF FINANCIAL RESOURCES OF AN ENTERPRISE

Markina I.,

*Doctor of Sciences (Economics), Professor,
Poltava State Agrarian Academy, Ukraine,*

Aranchii V.,

*Ph.D. in Economics, Professor,
Rector of Poltava State Agrarian Academy, Ukraine*

Annotation. *The sources of formation of financial resources in agro-industrial enterprises and their peculiarities are considered. The essence of cash flows and their peculiarities in agrarian units are determined. The financial mechanism of the enterprise is characterized as a set of forms and methods of external and internal influence on the formation of sources of financial resources.*

Key words: *financial resources, credit resources, cash flows, financial regulation, financial mechanism.*

The development of economy according to market principles makes the role of financial levers of economic agents' activity more significant. The competitiveness and solvency of agrarian enterprises are determined by the rational organization of financial resources. It is necessary to organize the financial activity of an enterprise in order to promote production development and efficiency.

The production activity of agrarian enterprises as goods producers in the market economy conditions should provide a stable state of financial resources including their formation and maintenance as well as performance of financial obligations.

The operation of an enterprise is accompanied by continuous circulation of sources of financial resources and making profit. Therefore, it is necessary to determine the sources of receipt of funds, trends and forms of financing and also to optimize equity capital structure. The formation of sources of producer's financial resources refers to the activity oriented to the rational use of available own resources and attraction of financial resources with maximum efficiency which results in profitability of all processes of an enterprise.

The best forms of sources of financing determine the selection of equity capital structure and ways of its use in order to provide a stable high level of profitability and balance of receiving and spending of monetary funds. This is the main objective of producers' financial activity which deals with production stabilization. According to the formation of sources of financial resources with respect to cash flows, financing can be subdivided into internal and external (fig. 1).

Internal financing is provided by cash flows received from reforming of an enterprise and its profit (profit according to the types of activity). However, it should be stated that during the reforming of an enterprise cash flows are distributed by time and are future assets, since they will be received in the process of economic

and financial activity and at the stage of financial resources formation they reflect their money value.

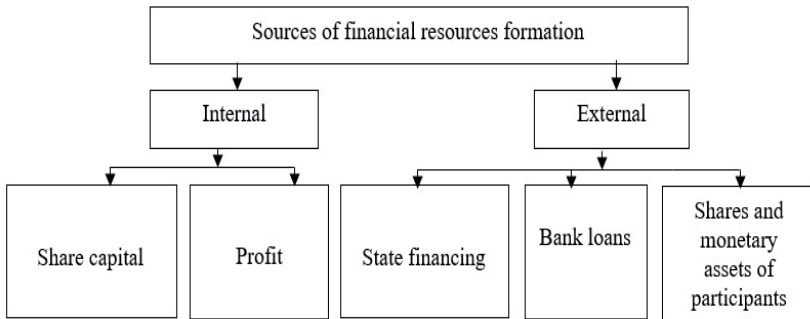


Fig. 1. Formation of sources of financial resources
Source: own development result

External sources of financing characterize cash flows received from state financing (benefits and grants), bank loans, shares and monetary assets from new participants.

Enterprises are always interested in borrowing as a source of replenishment of frozen circulating assets by long-term debit indebtedness. In this situation, there is a question of limits in borrowing as a source of receiving cash flows. This question concerns the double effect of a loan on the financial state of an enterprise in general and the state of circulating assets in particular.

On the one hand, without credit resources an enterprise with a lack of its own funds has either to cut down or stop production of certain goods, which can result in serious financial problems including bankruptcy. On the other hand, to solve problems only with the help of loans means to increase enterprise dependency on credit resources due to raised credit indebtedness. It causes an increase in unsteadiness of financial state. The role of own circulating assets becomes less significant as soon as they are owed by a bank, since enterprises do not provide the rate of return on investment measured as bank interest.

Credit indebtedness refers to unplanned sources of cash flows formation. It means the availability of other organizations assets in the turnover of an enterprise. A part of credit indebtedness is obvious due to the current payment procedure. However, credit indebtedness can occur because of payment norms violation. The other sources of cash flows formation include enterprise assets which are temporary not used for intended purposes. Therefore, the appropriate balance of own, credit and attracted sources of cash flows formation plays an important role in the improvement of enterprise financial state.

Not all cash flows are funds as well as production resources are not money,

because aggregate value is advanced in the form of money and after production process gets this form again. Cash flows act as a middleman in resources movement. Aggregate value represented in money becomes real cash flows in the long run.

Therefore, cash flows refer to the value advanced in the monetary form for planned formation and use of circulating production assets and floating funds in circulation at the minimum which is necessary for an enterprise to carry out its production program and make all payments in time. Furthermore, cash flows of an enterprise fulfil production and payment functions synchronically. The first one deals with advancing of circulating production assets and supporting of continuous production process and in this way cash flows shift their value to final products. When production process finishes, cash flows become floating funds in circulation and fulfil the function of finishing of circulation and transformation of circulating assets from goods into money.

High efficiency of enterprise operation largely depends on its provision with incoming cash flows. The lack of funds advanced for buying raw materials may result in production cut down or underproduction. Spending funds on purchase of more raw materials than necessary causes ineffective use of resources. Transformation of cash flows into circulating assets includes both physical and monetary resources. Therefore, the efficient organization and use of cash flows influences not only on production process, but also on financial solvency of an enterprise.

Thus, structural synchronization of cash flows refers to the relative share value of certain items of circulating production assets and current assets. Structural synchronization of incoming and outgoing cash flows depends on the structure of circulating capital of an enterprise, which is characterized according to such features as circulation sphere, sources of formation and replenishment and financial planning peculiarities. Moreover, cash flows synchronization fluctuates greatly with respect to product types. Such fluctuations depend on operating expenses, conditions of receiving of material assets and product sales.

If an enterprise has an appropriate level of synchronization of incoming and outgoing cash flows, it is able to focus on financial forecasting in order to estimate sales volume and price changes. In such case an enterprise can also pay attention to efficient production process and it finds financial reserves to cover imbalance of synchronization according to certain types of agrarian products.

The economic activity of an enterprise reflects various processes of social production, which are interrelated and interdependent. They include technical processes such as provision of physical facilities, technological preparation of production, use of material and labour resources, product sales as well as economic processes concerned with formation of enterprise financial resources, their transformations into assets with further distribution and solvency provision.

Efficient operation of economic agents greatly depends on total and well-timed mobilization of financial resources and use of these resources to provide optimal conditions for production and distribution of production assets.

If we consider financial resources formation in the context of enterprise financial activity, it should be stated that there is no commonly used definition of the term “financial resources”. To prove this fact, it is necessary to focus on the latest scientific publications dealing with finance. Some authors do not consider borrowed funds to be included into financial resources of an enterprise and it limits the term “financial activity of economic agents” [1].

In our opinion, when determining financial resources, it is necessary to base on the following considerations:

- a component of production relations of an enterprise;
- formation of operational and financial relations in sales;
- intended use.

Thus, in the context of financial resources, it means the movement of all the cash flows accumulated by funds of the intended purpose for certain expenses.

Taking into account these considerations, it can be argued that financial resources are centralized and decentralized cash flows of the intended purpose, which are formed in the process of distribution and redistribution of the total product, and are specific to use towards economic development of an enterprise.

Centralization of cash flows is carried out at the state level, through which functions of investing and providing commodity producers with certain privileges (taxation, crediting) are performed in order to support and develop production branch in the agro-industrial sector.

Decentralization of cash flows takes place at an enterprise level in the course of financial and economic activity and consists of its certain elements: equity capital, amortization fund, short or long-term lending, debt to counterparts, loaned funds.

Therefore, the main source of forming financial resources of an enterprise is the movement of cash flows, which is manifested in an independent function concerning the process of formation, distribution and use of cash resources in accordance with their intended purpose.

The formation of sources of financial resources begins at the stage of determining the structure of equity capital in relation to the receipt and restoration of means of production with accumulation of cash resources and their subsequent distribution in the form of income. The process of equity capital formation using the financial resources of an enterprise is a process of creating cash flow movement to ensure the main activities.

An important role in the formation of sources of financial resources is played by the cash flows of the investment project. Investment cash flows are a purposeful process by enterprise investment objects and the chosen parameters of the investment program [2]. The following features are characteristic for the implementation of the investment project:

- expectations of improving enterprise financial capacity in the future;
- uncertainty over the long-term perspective;
- existence of specific types of risk;

- formation of a special kind of cash flows by periods of their use.

Investment activities depend on the following main factors: the objectives of an enterprise; diversification of the production process; introduction of new technologies. Investment process involves the appropriate steps in cash flow movement and valuation that consist in pre-investment – determining the valuation of the investment project (money supply), investment – cash flow receipts, post-investment – cash flow valuation in the investment project.

Management of invested cash flows is based on the evaluation of their effectiveness, since the possibility of alternative implementation and effectiveness of investment as a whole depends on the objective and qualitative assessment.

Accomplishing the main purpose in management of invested cash flows is aimed at ensuring sufficient investment support of high rates of enterprise operating activity. This task is performed by determining the need for investment volumes to achieve the strategic goals of the development of enterprise operating activities in its individual stages, high rates of expanded reproduction of non-current assets, the formation of an effective and balanced investment program of an enterprise for the future.

The planned investment projects that are a part of enterprise investment program should be implemented as soon as possible according to the following reasons: first of all, high rates of realization of the investment project contribute to accelerating economic development of an enterprise as a whole; in addition, the sooner a particular investment project is implemented, the faster the additional net cash flow of the enterprise is formed in terms of net investment income and depreciation deductions, accelerating the implementation of enterprise investment program reduces the time of using credit resources (in particular, for those investment projects that are financed with borrowed capital), and, finally, rapid implementation of investment projects that are a part of enterprise investment program contributes to reducing the level of investment risks generated by changes in the investment market conditions, deteriorating investment climate in the country, inflation and other factors.

The financial and credit mechanism of formation and development of production in the agricultural sector is characterized by the process of influence of cash flows on reproductive parameters of the industry, which is manifested in ensuring the formation of financial resources and commitment of an enterprise to achieving optimal results of its activities [3]. The need for lending means to attract cash flows as to capital investment of an enterprise, which is associated with the re-equipment of its production structure and the formation of non-current assets. As a result, the agrarian processor should direct the movement of attracted cash flows to the formation of material and technical base with the further development of the main activities.

Cash movement, its speed and scale determine efficiency of the financial system of an enterprise as a whole. Money circulation of an enterprise, turnover of all the capital begin and end with movement of cash flows. That is why movement of cash flows is the main link in the formation of financial resources, the process of capital turnover. Financial resources are formed before the enterprise begins its activity,

creating equity capital with the subsequent investment for maintaining production and economic activity, expansion and development of production. As a result of this process, an enterprise has the opportunity to be engaged in production and marketing of products, to make profits. Cash flows of an enterprise act as appropriate cash funds, as a part of target-oriented cash. Cash funds provide business activities with the necessary cash resources and the process of expanded production: financing sources of financial resources (initial stage); manufacture of products; settlement relations; economic incentives.

Financial regulation occurs through a system of instruments that affect the financial activity of an enterprise. As a result, the external and internal influence of financial instruments on the formation of sources of financial resources are distinguished.

The external influence is made through the system of state support of the agrarian processor in the form of budgetary loans, subsidies, tax rates and fees with the mechanism of their charging [4]. This part of the financial mechanism does not depend on internal efforts of an enterprise and should be accepted as a condition of the external environment and it is necessary to adapt to it in the course of business activity.

The internal financial mechanism for the formation of sources of financial resources is determined by the forms, methods and tools used by an enterprise in its activities. Therefore, this component of the financial mechanism requires focused attention to its organization and operation.

Taking into account the approaches to the formation of financial resources of a processing enterprise, the financial mechanism, in our opinion, is proposed in the following interpretation: the financial mechanism of an enterprise is a set of forms and methods of the external and internal influence on the formation of sources of financial resources with determination of the role of cash flows, which are distributed over time, affecting the financial and economic activities of an enterprise in terms of creating a cumulative reserve in the form of financial results of production.

The optimal value of cash flows in the formation of financial resources of an enterprise depends on the result of using this financial mechanism. At the same time, it is proposed to distinguish individual elements of the internal financial mechanism with their methods and instruments of influence on certain aspects of financial and economic activity of the producer on the basis of balancing cash flows: a mechanism for creating sources of financial resources, planning and budgeting.

Therefore, in terms of creating the conditions for a smooth reproduction process, a decisive element of the financial mechanism of an enterprise is its cash security. Cash security of the reproduction process is a kind of cover of reproduction costs due to the generated sources of financial resources accumulated by producers. Self-financing, crediting and public financing are the forms of cash security, and the composition and structure of its sources are instruments of the mechanism. They determine not only the policy of financing economic activity, but also affect the financial results of its activities.

References:

1. Mariuta O.M., Pevzner O. M. Information system analysis of production and economic objects : manual. Dnipropetrovsk : Dnipropetrovsk State University, 1995. 220 p.
2. Nedov P. Capitalization is a method of investing cash flows. Economy and business. 2004. № 2. P. 52–56
3. Loshkariova O. O. Credit and financial support system for agricultural enterprises in Ukraine / O. O. Loshkariova // Finance of Ukraine: finance of enterprises. 2005. № 8. P. 94–100.
4. Laiko P. A. Relations of agricultural enterprises with the budget system. Financial and credit relations in the agroindustrial complex. K.: Infra-M, 1996. P. 155–175.

ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Помаз О.,

кандидат економічних наук, доцент,

Помаз Ю.,

кандидат історичних наук, доцент,

Шульженко І.,

кандидат економічних наук, доцент,

Полтавська державна аграрна академія

Двадцять перше століття стало для людства, з одного боку, часом великих можливостей, з іншого – часом нових випробувань і глобальних проблем. До таких проблем, зокрема, відносять сировинне і паливно-енергетичне забезпечення країн, проблема продовольства, боротьба з епідеміями, голодом, небезпечними хворобами. Усунення загрози голоду, викликаній значним зростанням чисельності населення планети, стає першорядним завданням для сільського господарства.

Не може ефективно розвиватися сільське господарство без врахування положень концепції сталого розвитку. Ця концепція набуває значного розповсюдження як одна з визначальних глобальних проблем людства, що має міждисциплінарний характер і розглядається в багатьох аспектах і ракурсах. Вона передбачає, у першу чергу, вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем.

Для розв'язання продовольчої проблеми необхідне підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. В той же час, інтенсифікація

сільського господарства завдає значних збитків навколишньому природньому середовищу, призводить до виснаження та погіршення якості ґрунтів. Таким чином, питання сталого розвитку сільського господарства та виробництва продовольства в Україні набуває особливої актуальності.

Вивченням сутності понять «розвиток» та «сталий розвиток» безумовно займалися та займаються багато науковців та дослідників, до яких можна зарахувати Й. Шумпетера [26], Л.Г. Мельника [10], В. М. Трегобчук [20], В. А. Барановського [2], А.В. Лісового [9], О. Невелєва [11], Кухаря В.П. [8] та багатьох інших. Проте незважаючи на значну кількість наукових праць із означеної проблеми, ще залишається ряд питань, які вимагають подальшого вивчення.

Вважаємо за доцільне в першу чергу звернути увагу на чинники, що заважають сталому розвитку сільського господарства України на даному етапі, зокрема:

- заходи державної підтримки та фінансування сільськогосподарського виробництва в Україні не здійснюються на належному рівні;
- створення формально однакових, але не рівних умов діяльності для різних за розміром сільськогосподарських підприємств, спричинили нерівномірність розвитку різних форм господарювання;
- недостатня підтримка з боку держави малих форм господарювання на селі;
- низький рівень застосування техніко-технологічних досягнень, зношеність матеріально-технічних засобів, недостатньо глибоке розуміння значення якості як цілісної системи виробництва та реалізації продукції;
- низький рівень оплати праці працівників галузі;
- відсутність належної мотивації у працівників аграрної сфери;
- відсутність належних умов для життя і праці населення у селах;
- недосконала система кредитування та страхування;
- диспаритет цін на продукцію сільського господарства та промисловості;
- значні втрати сільськогосподарської продукції внаслідок недосконалості логістичної складової та умов зберігання, а також інфраструктури аграрного сектору економіки;
- низька платоспроможність населення спричиняє уповільнення розвитку внутрішнього ринку споживання;
- незавершеність земельної реформи;
- недостатній рівень самоорганізації та саморегулювання сільськогосподарських виробників щодо формування спільної політики захисту своїх інтересів;
- недостатній рівень інвестиційної привабливості аграрного сектору економіки;
- низька конкурентоспроможність значної частини сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках через повільну адаптацію до світових вимог щодо якості та безпеки харчових продуктів.
- бойові дії на Сході України, терористичні загрози, що мають вкрай

негативний вплив на політико-правову, соціальну, економічну ситуацію в державі, несуть вітчизняним виробникам додаткові ризики і невизначеність, відлякують потенційних інвесторів;

- різке погіршення стану економіки нашої держави в цілому та АПК зокрема;

- суттєве знецінення національної грошової одиниці і викликане цим здорожчання засобів виробництва, а також сировини та матеріалів, зокрема сільськогосподарської техніки, запчастин, посівного матеріалу, добрив, засобів захисту рослин і т.п.;

- значне зростання ціни на пально-мастильні матеріали, вкрай необхідні сільськогосподарським виробникам.

Нами обґрунтована причинно-наслідкова діаграма основних факторів сталого розвитку сільського господарства України (рис. 1).

Значною проблемою сільського господарства в Україні наразі є те, що, з одного боку, суб'єктам господарювання, що динамічно розвиваються, в значній мірі не вистачає кваліфікованих кадрів, з іншого боку, нерозвинута інфраструктура, незадовільні умови проживання створюють передумови для зростання міграційного потенціалу сільських мешканців і нестійкого сільського розвитку.

Останнім часом все більшої актуальності в політиці країн Європейського Союзу та США набуває сталий розвиток сільського господарства. Передовий європейський досвід свідчить, що проведення державної політики сталого розвитку потребує координації зусиль органів виконавчої влади, широкого кола громадських організацій, «зеленої економіки» та засобів масової інформації. Дослідження питань сталого розвитку аграрного виробництва на сучасному етапі важливе для подолання його кризового стану, подальшого зростання продукції та ефективності, забезпечення охорони природних екосистем [21].

Обрана Україною модель сталого розвитку передбачає гармонійне поєднання всезростаючої економіки з мінімальним впливом на навколишнє середовище. Проте значна кількість як соціально-економічних, так і екологічних питань залишаються ще й досі невирішеними.

Пропонована на рис. 1 модель розглядає декілька груп факторів впливу на сталий розвиток сільського господарства України. В межах екологічних факторів передбачається забезпечення охорони навколишнього природного середовища та екологічної безпеки в результаті підтримання екологічної рівноваги в аграрних регіонах та на всій території країни; вдосконалення системи природоохоронної діяльності в регіоні; впровадження екологічно гармонійного сільського господарства.

В межах факторів якості передбачається прискорення процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продукції, а також надання державної підтримки виробникам в отриманні сертифікатів якості для виходу на зовнішні ринки.

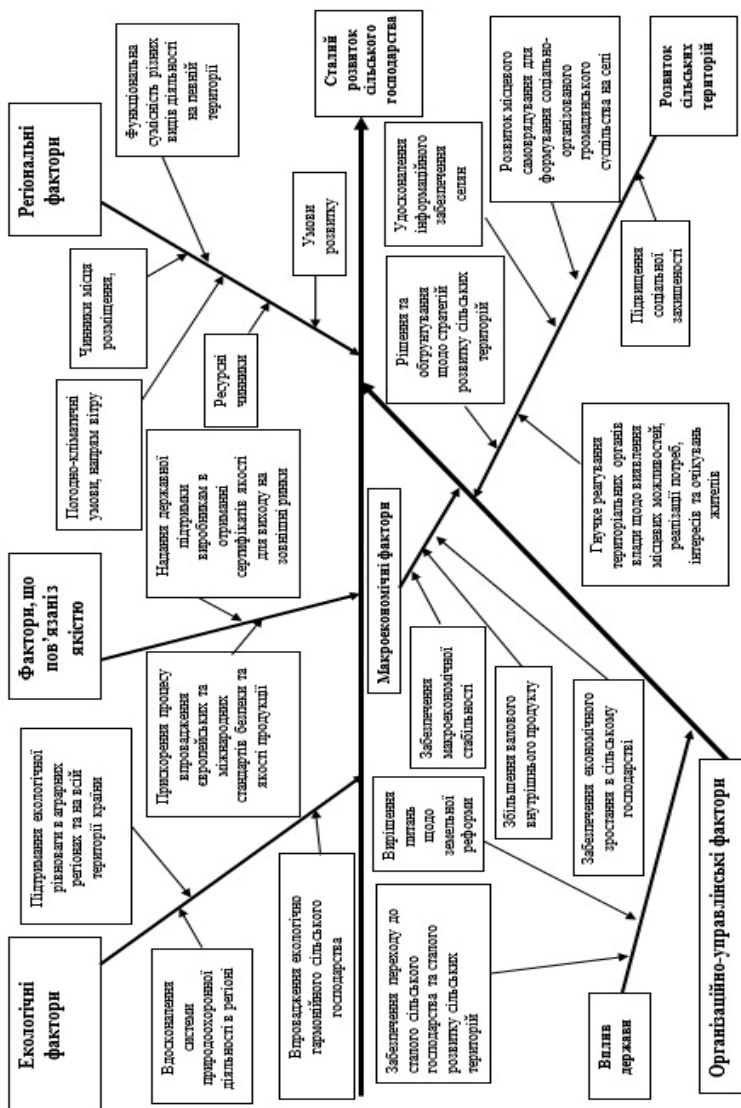


Рис. 1. Причинно-наслідкова діаграма основних факторів сталого розвитку сільського господарства України

Джерело: власна розробка

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (політичної частини 21 березня 2014 року, економічної частини 27 червня 2014 року) розкриває перед вітчизняними виробниками нові горизонти, і, в той же

час, несе нові виклики. З одного боку, для України відкриваються перспективи поступового освоєння ринку країн ЄС вітчизняними компаніями, підвищення рівня якості, безпечності, екологічних характеристик української продукції АПК, покращення стану продовольчої безпеки держави. З іншого боку, підвищуються вимоги до якості вітчизняної сільськогосподарської продукції. Діяльність підприємств аграрного сектора економіки повинна все більше відповідати європейським та загальносвітовим вимогам. Потенційний вихід на нові ринки зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

В межах регіональних факторів передбачається забезпечення функціональної сумісності різних видів діяльності на певній території; удосконалення ресурсних чинників, чинників місця розміщення, покращення умов розвитку, врахування природно-кліматичних умов.

Така група факторів, як організаційно-управлінські має у своєму складі підгрупи факторів нижчого порядку. Так, підгрупа «розвиток сільських територій» передбачає розвиток місцевого самоврядування для формування соціально-організованого та відповідального громадянського суспільства в сільській місцевості, підвищення привабливості проживання населення на сільських територіях, підвищення конкурентоспроможності сільських територій, удосконалення інформаційного забезпечення селян, гнучкого реагування територіальних органів влади щодо виявлення місцевих можливостей, реалізації потреб, інтересів та очікувань жителів.

Підгрупа макроекономічних факторів передбачає забезпечення макроекономічної стабільності, збільшення валового внутрішнього продукту, забезпечення економічного зростання в сільському господарстві.

І, звичайно, велике значення завжди має вплив держави. Держава повинна забезпечувати перехід до сталого сільського господарства та сталого розвитку сільських територій, а також прискорити процес земельної реформи.

Як наголошує О.О. Гуторова, для України, де рівень урбанізації є одним із найнижчих в Європі, а частка сільськогосподарського виробництва в структурі ВВП держави є найвищою серед європейських країн, політика сільського розвитку повинна бути однією з пріоритетних в складі державної регіональної політики [6].

Ситуація зрушила з мертвої точки, оскільки наразі в Україні здійснюється адміністративно-територіальна реформа, результатом якої є створення нових об'єднаних територіальних громад та формування органів місцевого самоврядування. Ця реформа є невід'ємною складовою децентралізації влади в Україні і націлена на забезпечення ефективної реалізації прав громадян, надання публічних послуг належної якості, збільшення прав і повноважень місцевих громад. Головна ідея, яка закладена в цю адміністративно-територіальну реформу, – це посилення місцевого самоуправління. Найголовніша перевага для розвитку села – це перехід до політики розвитку

знизу вгору, а не навпаки. Коли буде активізований сам потенціал сільських людей, і вони включаються в ці процеси розвитку, які можуть бути ініційовані зверху. Тобто згори буде окреслена загальна стратегія, але дуже багато буде залежати від низового рівня [3].

Очікується, що в результаті реформи в Україні запрацює повноцінне місцеве самоврядування, яке, як показує досвід сусідніх європейських держав, є передумовою успішного розвитку держави в цілому [5].

Першочерговим кроком у формуванні сучасної державної політики розвитку сільських територій має стати розробка ґрунтовної та адекватної (відповідно до нинішніх умов і викликів) реальної програми розвитку сільських територій та її прийняття на найвищому державному рівні. Основними питаннями такої програми повинні бути визначені: законодавче та правове закріплення статусу сільських територій (як об'єкта регулювання); визначення економічної бази їх розвитку; формування активної державної підтримки сільського господарства, на основі зниження податкового тиску на суб'єктів цієї діяльності; створення дієвої системи кредитування та страхування їхньої діяльності; проведення адміністративно-територіальної реформи; організація та формування ринку земель; розвиток соціальної та інституційної інфраструктури села тощо [6].

Для досягнення сталого розвитку сільського господарства України необхідно покращувати взаємозв'язки між екосистемами. Оскільки земля в процесі господарської діяльності піддається негативному впливу (ерозії тощо), то з цього випливає необхідність ґрунтозахисних заходів, спрямованих на збереження родючості ґрунту.

Сільськогосподарські операції поєднують у собі біологічні процеси та виробничі операції. З одного боку, діяльність людини спрямована на створення сприятливих умов протікання біологічних процесів, з іншого ці процеси є первинними, визначають послідовність і темпи проведення виробничих операцій.

Врахування під час планування виробничих процесів природних чинників зумовить взаємовигідне використання ресурсів природою та людиною. Крім того, забезпечення сталого розвитку сільського господарства можливо досягти за рахунок впровадження та моніторингу ефективного використання відновлюваних та невідновлюваних ресурсів, сприяння розвитку біорізноманіття, оптимального використання земельного ресурсу та поширенню систем виробництва з закритим циклом.

Література:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. Київ : ІЗМН, 1996. 512 с.
2. Барановський В. А. Стратегічні аспекти та пріоритети сталого (збалансованого, гармонійного) розвитку. Територія. Сталий розвиток. 2004. № 2. С. 24-31.

3. Богданов Д. С. Завдання сталого розвитку сільських. Агросвіт. 2017. № 7. С. 60-62.
4. Герасимів З. М. Сталий розвиток сільського господарства. Агросвіт. 2016. № 9. С. 16-19.
5. Гройсман В. Б. Концептуальні засади реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Місцеве самоврядування – основа сталого розвитку України : матеріали щоріч. Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар. участю (Київ, 16 трав. 2014 р.) : у 2 т. / за наук. ред. Ю. В. Ковбасюка, К. О. Ващенко, С. В. Загороднюка. Київ : НАДУ, 2014. Т. 1. С. 7-8.
6. Гуторова, О. О. Проблеми та перспективи розвитку сільських територій в Україні. Актуальні проблеми інноваційної економіки: науковий журнал. Харк. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. 2015. С. 68-73.
7. Кизима В. Філософський енциклопедичний словник. В. І. Шинкарук (голова редколегії) та ін. ; Л. В. Озадовська, Н. П. Поліщук (наукові редактори) ; І. О. Покаржевська (художнє оформлення). Київ : Абрис, 2002. С. 555-742 с.
8. Кухар В. П. Проблеми України – перехід до сталого розвитку. http://www.medved.kiev.ua/arhiv_mg/stat_98/98_3_1.htm.
9. Лісовий А.В. Сталий розвиток сільських територій: виникнення, сутність, принципи. Економіка АПК. 2007. № 4. С. 140-145.
10. Мельник Л. Реалізація концепції сталого розвитку: місце та роль підприємства. Схід. 2015. № 8. С. 35-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2015_8_8.
11. Невелєв О. Сталий розвиток як об'єктивна необхідність. Територія. Сталий розвиток. 2003. № 1. С. 65-72.
12. Організація, розвиток виробництва на підприємстві URL: <http://www.paragononstate.com>
13. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України. 2014. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1633/>
14. Палкін Ю. І., Заровна Н.П. Особливості конкуренції в аграрному секторі. Вісник аграрної науки. 1995. №2. С. 7-14.
15. Панков О. І. Сталий розвиток у сільському господарстві. Ефективна економіка. 2011. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=750>
16. Попова О. Л. Основи гармонізації аграрного і сільського розвитку в сучасній аграрній політиці. Економіка України. 2014. № 10. С. 32-43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_10_4.
17. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. (Кабінет Міністрів України, Розпорядження від 17 жовтня 2013 року № 806-п) URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-p>
18. Стратегія сталого розвитку України (проект) / Верховна Рада України,

2004. URL: <http://www.ecolabel.org.ua/main-project-strategy1.html>.

19. Супіханов Б.К. Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва в умовах підготовки вступу до СОТ. Економіка АПК. 2007. № 5. С. 44–49.

20. Трегобчук В.М. Концепція сталого розвитку для України. Вісник НАН. 2002. № 2. С. 15–22.

21. Ужва А.М. Формування сталого розвитку сільського господарства: зарубіжний досвід. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2015. Вип. 5. С. 174–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2015_5_40

22. Філософський енциклопедичний словник. В. І. Шинкарук (голова редколегії) та ін.; Л. В. Озатовська, Н. П. Поліщук (наукові редактори); І. О. Покаржевська (художнє оформлення). Київ: Абрис, 2002. 742 с.

23. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції (практичний посібник). За ред. П.Т. Саблука. –Київ: ІАЕ, 2000. 556 с.

24. Царенко О. М. Економіка розвитку: підручник. Суми: Університетська книга, 2004. 589 с.

25. Черевко Г. В. Логістичні засади підвищення конкурентоздатності підприємств АПК. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Формування конкурентоздатності підприємств АПК в умовах ринкової трансформації економіки» (2–4 червня 2004 р.). Полтава: Полтавська ТПП, ПП «Форміка», 2004. с. 144.

26. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Пер. з англ. В. Старка. Київ: Вид. дім «Киево-Могил. акад.», 2011. 242 с.

ТРУДОВА ЕМІГРАЦІЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: ПЕРЕДУМОВИ ТА РУШІЙНІ СИЛИ

Руженський М.М.,

доктор економічних наук, доцент,

Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості України

Annotation. Проаналізовано процес формування передумов та механізми дії зовнішньої трудової міграції.

Key words: трудова еміграція, економічний націоналізм, рушійні сили трудової міграції.

Глобалізаційні умови розвитку вітчизняної економіки спричинили активне включення її громадян в мережу використання інтернаціонального контингенту

робочої сили. Крім зовнішніх чинників суттєвий вплив на трудову еміграцію наших співгромадян мали деструктивні процеси у вітчизняній економіці, які створили вкрай несприятливе середовище для життєдіяльності носіїв робочої сили в рідній країні, спричинили небувалий сплеск еміграції працездатного населення межі. Масова трудова еміграція в умовах перманентної демографічної кризи створює реальну загрозу національній безпеці нашої держави, що актуалізує дослідження її теоретичних і практичних аспектів.

Економічна теорія розглядає міграцію робочої сили як процес переміщення працездатного населення в межах власної країни або за її кордони з метою працевлаштування, гідної оплати та умов праці, ліпших умов життєдіяльності. Однак для того, щоб окрема особа, верства, мешканці певної території, професійна група зважились на переміщення в інший регіон або країну мають сформуватися такі умови їх життєдіяльності, які б сприймалися ними як неприйнятні. Досить інтенсивно вони формуються під час революційних змін в економіці. Свідченням останнього стали глибокі структурні трансформації у вітчизняній економіці.

Приватизація в нашій державі відбулася з використанням ваучерів, невисока ціна яких не давала змоги використати їх для створення власного бізнесу чи участі в акціонерному капіталі великих підприємств. Низька ціна та безіменність ваучерів сприяли їх швидкому відчуженню на користь нашвидкоруч сформованих трастів. До участі в приватизації цілеспрямовано була допущена незначна кількість осіб, наближених до владних структур, представники яких прямо або опосередковано втручались у розподіл об'єктів власності по всій вертикалі законодавчої та виконавчої влади.

Частину приватизованих підприємств нові власники порізали і здали на металолом. Найбільшого поширення цей процес набув у галузях легкої і харчової промисловості. Значна частка приватизованих підприємств в процесі акціонування потрапила під контроль колишніх конкурентів і теж була знищена задля завоювання монопольного становища на ринку товарів і послуг.

Характерною рисою господарської діяльності приватизованих галузей вітчизняної промисловості стало її зосередження на видобутку і експорті сировинних ресурсів та виробництві продукції з невисокою доданою вартістю. В контексті нашого дослідження слід підкреслити, що перший напрям має найнижчий рівень міжгалузевого споживання і не сприяє створенню робочих місць в інших галузях вітчизняної економіки. Виробництво продукції з невеликою доданою вартістю, до того ж зорієнтоване на експорт, визначальною мірою залежить від кон'юнктури на міжнародних ринках цієї продукції і при незначному попиті на внутрішньому ринку породжує зменшення обсягів виробництва.

У спадок від колишнього СРСР Україна отримала потужний гірнично-металургічний комплекс (ГМК), частка якого у валовому внутрішньому продукті країни становила 25-27%, галузь давала 40% усіх валютних

надходжень у державний бюджет. Однак соціально-економічний потенціал цього комплексу поступово втрачався. Якщо в 1990 р. було виплавлено 41,9 млн. т. чавуну, то в 2017 р. – 19,8 млн. т. або в 2,1 раза менше, відповідно 48,5 млн. т. і 10,8 млн. т. сталі або в 4,5 раза менше, 6,5 млн. т. та 1,2 млн. м. труб або в 5,4 раза менше [1, с. 270].

В машинобудуванні за 1990-2017 рр. скоротилося виробництво автотранспортних засобів для перевезення пасажирів з 12,7 тис. шт. до 0,9 або в 14,1 раза, двоколісних велосипедів з 6,5 до 1,2 тис. шт., або в 5,4 раза [1, с. 270]. Водночас скорочувались не тільки обсяги виробництва продукції промисловості, а й зникли її окремі галузі. Перестали існувати верстатобудування, виробництво роботів та засобів автоматизації, приладобудування тощо. Внаслідок цього було зруйновано виробництво у суміжних галузях, зникли виробники і споживачі продукції, які забезпечують науково-технічний і технологічний прогрес у вітчизняній економіці.

Розпаювання об'єктів власності колишніх колгоспів і радгоспів в агропромисловому комплексі України привело до формування багатомільйонної армії власників паїв, лєвова частка яких не мала ресурсів для ведення фермерського господарства і була змушена передати їх в оренду новоствореним агрохолдингам або фермерським господарствам. Орендарі, будучи вмотивованими на отримання максимуму прибутку, переорієнтувались на пріоритетний розвиток рослинництва. Орендовані площі використовуються для вирощування високоліквідних, значною мірою орієнтованих на експорт, зернових культур (пшениця, ячмінь, кукурудза, бобові) з використанням високопродуктивних землеобробних та збиральних комплексів та невеликої кількості висококваліфікованих фахівців.

У тваринництві, яке потребує порівняно з рослинництвом, більших за обсягами операційних витрат, але забезпечує цілорічну зайнятість значної кількості жителів сільських територій, зменшились можливості для працевлаштування. Останнє спричинене тим, що в цій галузі неухильно скорочувалось поголів'я худоби. Якщо в 1990 році великої рогатої худоби в Україні було 24,6 млн., то в 2017 р. – 3,5 млн. голів або в 7 разів менше, свиней відповідно 19,4 млн. і 16,1 млн. або в 3,1 раза менше, овець і кіз – 8,4 млн. і 1,3 млн. або в 6,5 раза менше, птиці – 246,1 млн. і 204,8 млн. голів або в 1,2 раза менше [1, с. 326].

Неминучим наслідком цих процесів стала наявність «безробітних» сіл та сіл з мінімальною кількістю робочих місць із десятками претендентів на їх заповнення. Загалом чисельність зайнятих в сільському, лісовому та рибному господарстві скоротилась з 5 млн. в 1990 р. до 2,8 млн. осіб в 2017 р. або в 2 рази [2, с. 342; 1, с. 51].

Охарактеризовані процеси свідчать про те, що далеко не увесь виробничий потенціал економіки України задіяний у минулому, міг бути використаний після в процесі переходу до ринкових відносин.

Достатньо сітко проявилось в перехідній економіці України явище гістерезису – втрати частини виробничого потенціалу внаслідок падіння виробництва, яке виявилось достатньо стійким і довгостроковим.

Скорочення обсягів виробництва в провідних галузях і комплексах вітчизняної економіки призвело до зменшення чисельності зайнятого населення. За 1990 – 2000 рр. кількість зайнятих в усіх сферах економічної діяльності скоротилася з 25,4 до 21,3 млн. осіб, або на 16,6%, а з 2000 по 2014 рр. з 21,3 до 16,1 млн. осіб, або на 24,5% [2, с. 342; 1, с. 51]. Зменшення зайнятості у промисловості і сільському господарстві, як загальносвітова тенденція, не компенсувалося працевлаштуванням у сфері послуг і ІТ технологій.

Вплив охарактеризованих тенденцій у вітчизняній економіці на формування рушійних сил масштабної трудової еміграції багатогранний.

Неминучим наслідком зменшення чисельності зайнятих стало хронічне безробіття, яке породжує суперечність між можливістю для працездатного населення задовольняти потребу в праці і наявними робочими місцями. Його рівень в Україні коливається від 11,6% в 2000 р. до 7,2% в 2013 р. і 9,5% в 2017 р. [1, с. 519]. Відсутність підходящої роботи, перебування в стані безробіття значних контингентів працездатного населення знижує рівень їх добробуту і належать до чинників трудової міграції.

Зменшення обсягів виробництва та зайнятого населення при недостатніх інвестиціях в основний капітал, призвели до нещадної експлуатації речових факторів виробництва. Наслідком цього стала технологічна деградація матеріально-технічної і технологічної основи вітчизняної економіки, що проявляється у використанні фізично і морально застарілих засобів виробництва.

Ступінь зносу основних засобів у економіці нашої держави в 2017 р. складав 58,1%, в тому числі в промисловості – 69,4%, виробничій сфері – 76,4%. Високий рівень зносу основних засобів в постачанні електроенергії, газу, пару та кондиційованого повітря, де він складає 62,1%, на транспорті, складському господарстві, зв'язку – 50% [1, с. 251], що є одним з проявів деградованості вітчизняної промисловості. Причому у наслідок непослідовної державної економічної політики промисловість України настільки деградувала, що більшість експертів наголошують на необхідності здійснення повторної індустріалізації країни й відтворення національної індустрії [3, с. 15].

Робоча сила завжди мігрує у галузі, де використовуються високопродуктивні засоби виробництва. Оскільки в левій частці галузей виробництво базується на використанні технологій індустріальної епохи, то технологічне відставання вітчизняної економіки породжує внутрішні суперечності між якісними характеристиками робочих місць і бажанням висококваліфікованих фахівців працювати в адекватних умовах. Вони «знімаються» шляхом трудової еміграції.

Домінуюча сировинна модель підприємницької діяльності спричиняє

лінійний розвиток вітчизняної економіки з низьким рівнем оплати праці, коли навіть незначна зміна собівартості продукції, в тому числі і за рахунок зростання оплати праці, призводить до звільнення працівників підприємств сировинних галузей. З іншого боку, українські працівники вмотивовані на досягнення конкретних економічних результатів своєї праці, яких вони не можуть досягти у вітчизняній економіці, що не формує позитивних умонастроїв щодо трудової діяльності на Батьківщині.

Таким чином, об'єктивні процеси, які мають місце у вітчизняній економіці спричинили поступову втрату її економічного потенціалу, що слід розглядати як основоположну передумову масштабної трудової еміграції наших громадян.

В сукупності рушійних сил трудової еміграції доцільно виокремити соціально-економічні, дія яких пов'язана з матеріальним становищем домогосподарств. Останнє впливає з того, що рішення щодо трудової міграції приймається не окремими особами, а цілими групами осіб (родина, домогосподарство) з метою максимізації прибутку від міграції та мінімізації ризику та втрат, пов'язаних з кризовими явищами у власній країні [4, с. 19].

Так, реальна заробітна плата у відсотках до попереднього року протягом 2995-2000 рр. зменшилась з 110,6 до 90,1%. Переломити цю тенденцію вдалося починаючи з 2001 р., коли реальна заробітна плата зростала в межах 6,3-23,8% по відношенню до попереднього року. В 2009 р. у порівнянні з 2008 р. вона знову зменшилась до 90,8%. Протягом 2010-2013 рр. середньорічні темпи зростання реальної заробітної плати стабілізувалися на рівні 8-14% [5, с. 108].

Вкрай низьким залишається рівень середньомісячної заробітної плати економічно активного населення України. В 2017 р. вона становила 202,8 дол., тоді як в Казахстані – 418,1 дол., Литві – 856,3 дол., Латвії – 950,8 дол., Естонії – 1268,5 дол., Болгарії – 537,5 дол., Угорщині – 921,8 дол., Польщі – 1013 дол., Словаччині – 1161,9 дол., Чехії – 1132,8 дол. [1, с. 521-522].

Соціальну спрямованість економіки серед іншого характеризує розмір валового внутрішнього продукту за категоріями доходу. За даними ОЕСР питома вага оплати праці у ВВП становить у країнах ЄС 60-65%, у Канаді близько – 52%, у Великобританії – 56%, США – 58%, а в Японії питома вага оплати праці у національному доході досягає позначки 75%. В Україні оплата праці найманих працівників у структурі валового внутрішнього продукту за 1995-2013 рр. зросла з 43,5 до 50%, а за 2014-2016 рр. зменшилась до 36,6% [2, с. 36; 1, с. 211]. Це свідчить про значне відставання (на рівні 21-25 п.п.) оплати праці в нашій державі від частини країн, куди емігрують громадяни України.

Суттєвий вплив на формування емігрантських настроїв серед наших співгромадян має заборгованість із виплат заробітної плати та соціальної допомоги. Їх обсяги з року в рік коливаються, набули хронічного характеру. Так, за 2014-2018 рр. сума заборгованості населенню із заробітної плати та соціальних виплат (без тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) зросла на початок року з 766 млн. до майже 2,4 млрд.

грн. або в 3,1 раза [5, с. 281].

Кількісні і якісні характеристики стану вітчизняної економіки свідчать про її відповідність моделі pull/push (притягнення/виштовхування, автори Г. Джером і Є. Лі). З одного боку, у нашій державі сформувалися умови, коли значна частина працездатного та економічно активного населення не в змозі забезпечити прийнятний для себе рівень добробуту, що змушує її переселятися до інших країн. З іншого боку, економічно розвинені країни, перш за все Європи, маючи більш привабливий рівень оплати праці та соціальні стандарти життя, притягують наших співвітчизників до переміщення на їх територію з метою працевлаштування. Дотримання параметрів цієї моделі в Україні належить до проявів загальних закономірностей трудової еміграції серед країн світової спільноти.

Внаслідок масштабної трудової міграції за межі України економічно активних та кваліфікованих працівників на вітчизняному ринку праці виник дисбаланс у професійно-кваліфікаційному розрізі між попитом та пропозицією робочої сили у аграрно-промисловому комплексі, металургійній промисловості, соціальній сфері тощо. За таких умов сформувалася реальна небезпека для подальшого зростання вітчизняної економіки. У зв'язку з цим доречною є думка Калініної С.П., що «держава повинна взяти на себе повну відповідальність за захист її національного людського ресурсу, особливо в умовах активізації процесу міжнародних трудових комунікацій [6, с. 201].

За таких умов стратегічною метою соціально-економічного розвитку України має стати перехід на інноваційні засади економічного зростання. Такий крок є критично актуальним, належить до необхідних умов існування нашої держави. Необхідність переформатування стратегії розвитку української економіки на інноваційних засадах здатна перетворитися на реальність при дотриманні в економічній політиці засад «економічного націоналізму». Його конкретними інструментами, спрямованими на зменшення трудової еміграції українців мають стати заходи стимулювання попиту на робочу силу, прямі інвестиції у створення і реконструкцію робочих місць, пільгове оподаткування та кредитування галузей чи регіонів, де слід збільшити попит на робочу силу, податкове та субсидіарно-дотаційне стимулювання підприємств для забезпечення зайнятості молоді та інших неконкурентоспроможних верств населення, гарантування збуту продукції та збільшення робочих місць. До макроекономічних інструментів регулювання трудової міграції слід віднести поліпшення соціального захисту українців, економічними підвалинами якого стане економічне зростання на інвестиційно-інноваційній основі.

Література:

1. Статистичний щорічник України за 2017 рік / За ред. І.Є. Вернера. –К.: Державна служба статистики України. – 2018. – 540 с.

2. Статистичний щорічник України за 2000 рік / За ред. О.Г. Осауленка. –К.: Техніка. – 2001. – 528 с.
3. Федулова Л.І. Інноваційний вектор розвитку промисловості / Л.І. Федулова. Економіка України, – 2013. – № 4. – с. 15-23
4. Гуменюк Ю.П. Міжнародна трудова міграція: методологічний та організаційний аспекти: моногр. / Ю.П. Гуменюк. – Тернопіль. ТНЕУ. 2013. – 619 с.
5. Праця України у 2017 році. Стат. Збірник. – К.: Державна служба статистики. – 2018. – 281 с.
6. Калініна С.П. Удосконалення інституційного регулювання національного ринку праці в системі міжнародних трудових комунікацій. – ВКН.: Антикризова стратегія розвитку України: соціально-економічні, фінансові та глобальні виклики: монографія / за заг. Ред. А.В. Сидорової. – Вінниця: ДонНУ. – 2016. – 328 с.

МЕХАНІЗМ ТА ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Федірець О. В.,

*кандидат економічних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

***Annotation.** The essence and classification of enterprise strategies, their hierarchy are considered. The stages of strategic planning and management in enterprises are defined. Methodical approaches for environmental analysis are described. A list of indicators that can be used to calculate an integral indicator that reflects the development of the enterprise is worked out.*

***Key words:** strategy, strategy hierarchy, strategic planning, strategic management, strategy formation, stages of strategy development.*

Будь-якому суб'єкту господарювання доводиться діяти у досить динамічному конкурентному середовищі, в якому змінюються пріоритети держави, оновлюються технології, асортимент продукції, потреби, інтереси і смаки споживачів, набирають сили і множаться конкуренти або, навпаки, економічно слабнуть і переорієнтовуються на інші ринки.

За таких умов підприємство повинно мати мобільний та ефективний набір видів діяльності, асортимент продукції, форм і методів поведінки, які б вигідно позиціонували його в конкурентному середовищі, завдяки якому воно б досягало близьких і віддалених цілей. Як правило, цей набір формується на основі концепції розвитку підприємства і називається його стратегією.

Основними атрибутами стратегії є її результативність, адекватність, надійність, здатність створити і підтримувати конкурентні переваги підприємства на ринку [1, с. 26]. Стратегію розвитку підприємства потрібно формувати у певній послідовності.

Формування продуктивної стратегії підприємства потребує методики, яка б дала змогу проаналізувати ефективність наявної стратегії, розкрити проблеми у діяльності підприємства, встановити його конкурентні позиції на ринку.

Стратегія підприємства має кілька рівнів декомпозиції, кожному з яких відповідає стратегія певного рангу, тобто, стратегія підприємства має ієрархічну будову. Ієрархія стратегій означає ранжування, взаємозв'язок і підпорядкованість різних стратегій, які становлять стратегію підприємства.

У мультибізнесовому підприємстві (багатопротипному, диверсифікованому, що виробляє різнотипну продукцію) застосовують чотирирівневу стратегію, до якої входять: корпоративна (загальна) стратегія, що одночасно є портфельною; конкурентні (ділові, бізнесові) стратегії; функціональні стратегії; операційні стратегії.

У однобізнесовому підприємстві (вузькопротипному, що виробляє однотипну продукцію) застосовують трьохрівневу стратегію, до якої входять: корпоративна стратегія, що одночасно є конкурентною (діловою, бізнесовою); функціональні стратегії; операційні стратегії.

Операційні стратегії – це вузькі стратегії для основних структурних підрозділів підприємства, що не є самостійними: заводів, що входять до складу підприємства, цехів, бригад, відділів, дилерів тощо. Це найнижчий рівень стратегії підприємства, з яким пов'язані стратегії, що займають вищий рівень за ієрархією: корпоративна, конкурентні, функціональні. Кожен з вищих рівнів утворює стратегічне середовище для нижчого рівня і обмежує його в чомусь. Ієрархію стратегій підприємства зображено на рис. 1.

Корпоративна (загальна, портфельна) стратегія займає в ієрархії найвищий рівень. Вона визначає загальний напрямок діяльності підприємства, один із наступних: або стратегію зростання, або стабілізації, або скорочення.

Конкурентні (ділові, бізнесові) стратегії підпорядковуються корпоративній, вказують шляхи досягнення вибраного нею напрямку в кожній СОБ (стратегічній одиниці бізнесу) і являють собою план завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій (переваг). Дані стратегії називають ще стратегіями бізнесу, або стратегіями конкурентоспроможності.

Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонального напрямку діяльності: стратегія виробництва, маркетингу, фінансова стратегія, стратегія науково-дослідних робіт, стратегія управління персоналом тощо. Функціональні стратегії конкретизують, доводять корпоративну і конкурентні стратегії до функціональних служб господарства. Одночасно функціональні підрозділи помітно впливають на формування корпоративної і конкурентних стратегій.

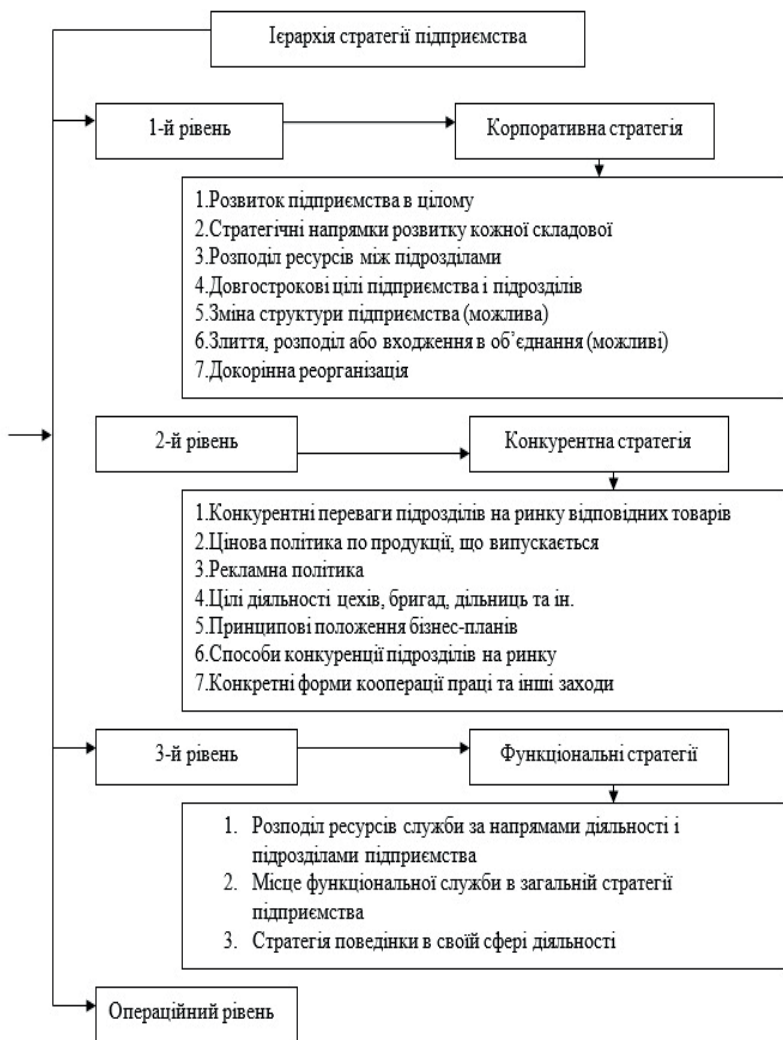


Рис. 1. Ієрархія стратегії підприємства

Джерело: opracьовано автором на основі [3, с. 34]

Формування стратегії підприємства є процесом, який проходить певні етапи. Найпростіша схема етапів формування стратегії підприємства зображена на рис. 2.

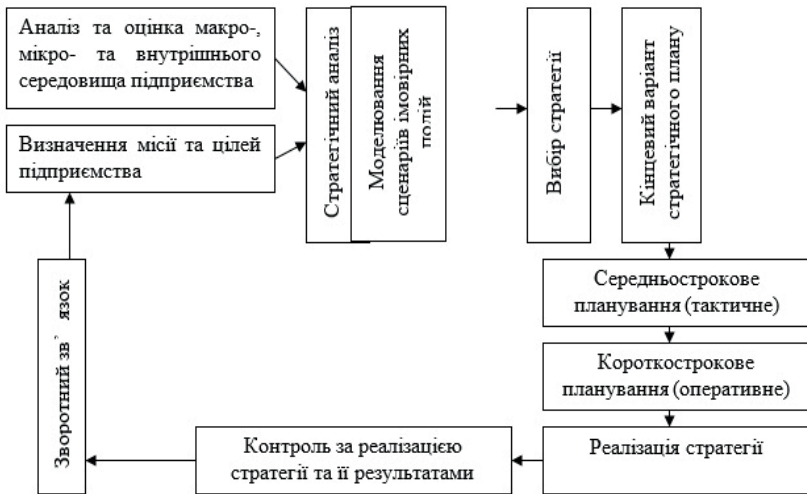


Рис. 2. Етапи стратегічного планування і управління
Джерело: oprac'ювано автором на основі [4, с. 182]

На першому етапі розробки стратегії підприємства здійснюють аналіз середовища, прогнозують його майбутній розвиток, виявляють можливості і загрози, сильні і слабкі сторони, оцінюють конкурентоспроможність і прогнозують її зміни.

На другому етапі або паралельно визначають місію, мету і цілі підприємства.

На третьому етапі здійснюють стратегічний аналіз, який полягає в порівнянні мети і цілей з результатами аналізу середовища, виявленні і усуненні розривів між ними і, головне, у виробленні альтернативних стратегій – варіантів стратегічного розвитку.

На четвертому етапі моделюються варіативні сценарії розвитку подій (оптимістичний, песимістичний та найбільш вірогідний) і досліджується вплив кожного на сформульовані альтернативні стратегії.

Визначається конкурентоспроможність підприємства у разі реалізації тієї чи іншої стратегії за певним сценарієм.

На п'ятому етапі здійснюється вибір найбільш прийнятної стратегії з альтернативних.

На шостому – готується кінцевий варіант стратегічного плану підприємства.

На сьомому етапі на базі стратегічного плану розробляються тактичні середньострокові плани.

Нарешті, на восьмому етапі розробляються оперативні плани та проекти, і на цьому процес стратегічного планування завершується. Розпочинається процес реалізації стратегічного плану, тобто процес стратегічного управління.

Він передбачає не лише організацію реалізації стратегії (9-й етап) але і її практичну оцінку, контроль за виконанням (10-й етап) і зворотний зв'язок, якщо виявляються помилки, недоробки у формуванні стратегічного плану на будь-якому із етапів. Інколи такий зворотний зв'язок передбачає часткові зміни місії і цілей, якщо вони виявилися до певної міри нереальними. До речі, зворотний зв'язок можливий на будь-якому з етапів формування стратегії. Все це свідчить про те, що і формування, і реалізація стратегії становлять єдиний процес.

Причому він є безперервним, оскільки середовище, а, значить, і умови діяльності підприємства постійно змінюються, стратегічний план регулярно коригується.

Загалом у формуванні стратегії розвитку підприємства можна виділити два основні етапи:

- 1) етап розроблення (базовий);
- 2) апробаційний етап.

Обидва етапи за своєю значущістю не можуть бути рівноцінними. Більшу увагу варто зосередити саме на базовому етапі формування стратегії розвитку підприємства, оскільки ретельно обґрунтована стратегія розвитку значно може спрощувати процедуру її реалізації на підприємстві, а також не потребуватиме частого коригування. Водночас розроблена стратегія розвитку підприємства повинна бути досить гнучкою, щоб підприємство мало змогу вчасно пристосовуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Етап розроблення стратегії розвитку необхідно розпочинати зі встановлення мети, яка б мала підтримувати основну стратегічну позицію у діяльності підприємства. Залежно від масштабності стратегії основну мету можна розділити на декілька окремих цілей, які потрібно поступово досягнути у відповідні терміни.

Значну увагу потрібно приділити аналізу зовнішнього середовища, використовуючи, зокрема, такі матричні підходи, як SWOT-аналіз, PEST-аналіз тощо. Такий аналіз дасть змогу підприємству оцінити власну конкурентну позицію за показниками частки ринку, якості продукції, ширини і глибини асортименту, цінової політики, рівнем контролю за каналами розподілу продукції та постачання сировини, а також сформує потенційний рівень конкуренції, на який орієнтуватиметься підприємство [6, с. 98]. Аналіз внутрішнього середовища підприємства сприятиме виявленню резервів для збільшення потужностей, розширення видів діяльності, надання нових сервісних послуг тощо.

Формування аналітичної бази для прийняття рішення про вибір стратегії розвитку передбачає кількісне оцінювання стратегії розвитку підприємства на підставі розрахунку відповідних фінансово-економічних показників. Остаточний вибір однієї зі стратегій розвитку підприємства можна здійснювати на підставі розрахунку інтегрального показника, який дає змогу

брати до уваги велику кількість факторів, як кількісних, так і якісних [2, с. 40]. Загалом інтегральний показник відображатиме розвиток підприємства і може включати у себе такі групи показників, як:

- 1) показники продукції;
- 2) показники фінансової стійкості;
- 3) показники виробничої стійкості;
- 4) техніко-технологічні показники;
- 5) показники рентабельності;
- 6) показники соціальної стійкості;
- 7) показники забезпечення інформацією

Апробаційний етап передбачає безпосередньо реалізацію стратегії розвитку підприємства. Цей етап потребує постійного моніторингу за процесом реалізації стратегії з метою вчасного виявлення негативних чинників, які можуть бути перешкодою для досягнення відповідних цілей і, як наслідок, зменшуватимуть прибутки підприємства. Саме тому моніторинг стратегії повинен відбуватися паралельно із коригуванням стратегії та оперативним внесенням змін у процес реалізації базової стратегії розвитку. На цьому етапі необхідно поступово зіставляти між собою отримані результати із поставленими цілями та метою стратегії та адаптувати стратегію до тих умов, які складаються на ринку [5, с. 24].

Формування стратегії розвитку підприємства не слід вважати завершеним процесом. Результатом сформованої та належно обґрунтованої стратегії розвитку є формулювання фронтальних напрямів діяльності підприємства, які повинні забезпечувати його розвиток у перспективі та зміцнювати ринкові позиції. Розроблена стратегія розвитку повинна використовуватися для відбору таких стратегічних проектів, які найбільшою мірою відповідають меті діяльності підприємства.

Прийнята підприємством конкретна стратегія розвитку обов'язково повинна бути гнучкою та коригуватися у тих ситуаціях, коли цілі, визначені підприємством, не є досягнутими. Сучасні умови господарювання характеризуються негативним впливом кризових явищ, дефіцитом власних інвестиційних ресурсів, високим рівнем інфляції, фінансового ризику, високими відсотковими ставками за банківськими кредитами, низьким рівнем ліквідності, платоспроможності. На початкових етапах розроблення стратегії розвитку підприємства неможливо спрогнозувати усі можливості, котрі можуть появитися у процесі конкретизації цілей та способів і засобів їх досягнення [6, с. 171]. Саме тому за появи більш повної та точної інформації може виникнути потреба перегляду прийнятої стратегії.

Досягнення визначених підприємством цілей підвищення результативності діяльності найефективнішим із можливих засобів забезпечує правильно обрана та розроблена стратегія, що базується на виявленні найприбутковіших напрямів діяльності та формуванні високого рівня попиту на його продукт.

Головною метою стратегії є забезпечення прибутковості підприємства з позитивним трендом.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 280 с.
2. Бурденюк Т. Г. Стратегічний аналіз критеріїв конкурентоспроможності підприємств. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. № 1 (28). С. 39-50.
3. Головня Ю. І. Організація стратегічного управління на підприємствах по переробленню сільськогосподарської продукції. Агросвіт. 2014. № 6. С. 32–36.
4. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз: навч. посіб. К.: Алерта, 2006. 404 с.
5. Стельмащук А. М., Стратегічний пріоритет розвитку аграрного сектора економіки. Агроінком. 2015. № 7. С. 23-27.
6. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. К.: КНЕУ, 1999. 384 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

*Дячков Д.В., к.е.н. доцент,
Потапюк І.П., к.е.н. доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

Annotation. *In the article the necessity of formation and development of information and communication technologies in different regions of the world was substantiated. The components of the ICT Index on the basis of data of the International Telecommunication Union were analyzed. Positive and negative tendencies of the use of information and communication technologies of the countries of the world and informatization of society were determined.*

Key words: *fixed telephony, index of development of information and communication technologies, information and communication technologies, informatization of society, Internet, mobile broadband, mobile communication.*

Загальносвітовою тенденцією є трансформація суспільства, яка відбувається в умовах посилення глобалізаційних процесів, зростання сфери послуг і нематеріального виробництва, впливу інформаційно-комунікаційних технологій на процеси розвитку науково-технічного прогресу, у тому числі масштабного, глибинного й динамічного проникнення інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності особи, суспільства, суб'єктів господарювання й держави.

Передові інформаційно-комунікаційні технології покликані вирішувати

важливі проблеми цифрових розривів наступних поколінь, оскільки оператори мереж та користувачі змушені адаптувати свої бізнес-моделі для використання можливостей цифрової трансформації. Тому нагальними питаннями є аналіз тенденцій розгортання і використання передових інформаційно-комунікаційних технологій [1, 2, 4,10].

Позитивні тенденції в сфері інформатизації суспільства, аналізу великих об'ємів даних, хмарних обчислень і штучного інтелекту робить можливим здійснення інновацій та зміну концепції господарської діяльності, державного управління та суспільства, сприяючи поліпшенню життя людей всього світу.

Позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій визначається на основі рейтингових досліджень, зокрема за рахунок визначення індексних значень. Існує декілька всесвітньо визнаних індексів, що розраховуються організаціями за різними методиками, проте найбільш доцільним для аналізу та об'єктивності результатів є індекс визначений Міжнародним союзом електрозв'язку – Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій країн світу (ICT Development Index) [4]. Це складний індекс, що визначає рейтинг країн за показниками, які належать до інфраструктури інформаційних технологій (має 11 показників, що становлять одне контрольне значення за шкалою від 0 до 10). Індекс IDI призначений для моніторингу розвитку інформаційних технологій у країнах, їх позиціонування на світовому ринку інформаційно-комунікаційних технологій. За даним індексом визначається рейтинг країн за показниками розвитку, впровадження та використання інформаційно-комунікаційних технологій [9].

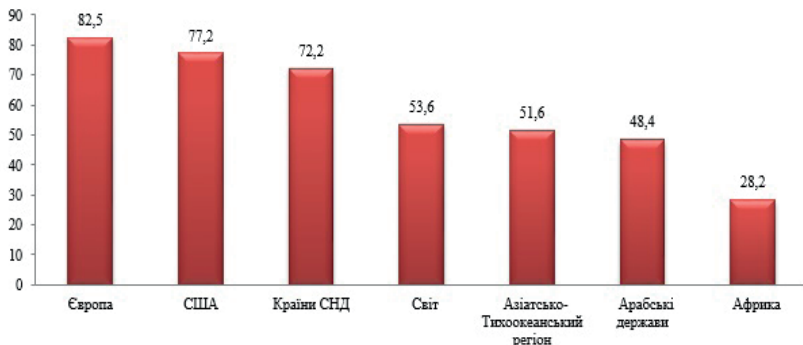


Рис. 1. Особи, які користуються Інтернетом на 100 жителів по регіонах світу у 2019 р. [розроблено на основі 4, 8, 10]

Серед позитивних тенденцій використання інформаційно-комунікативних технологій відповідно до досліджень проведених Міжнародним союзом електрозв'язку слід виокремити:

- в даний час підключення до Інтернету мають понад половини жителів

світу. За станом на кінець 2019 року Інтернетом користувалися 53,6 % фізичних осіб або 3,7 мільярда людей. Це значний крок до більш відкритого для всіх глобального інформаційного суспільства (рис. 1).

- зберігається загальна тенденція до розширення доступу до інформаційно-комунікаційних технологій та їх використання. За останнє десятиліття всі показники, за винятком фіксованого телефонного зв'язку, мали стійку тенденцію до зростання. Проте в останні роки сповільнюється зростання більшої частини показників, що стосуються доступу, особливо в країнах, в яких значна частина населення вже має підключення. У 2019 році світовий показник становив 12,1 користувачів на 100 жителів (рис. 2).

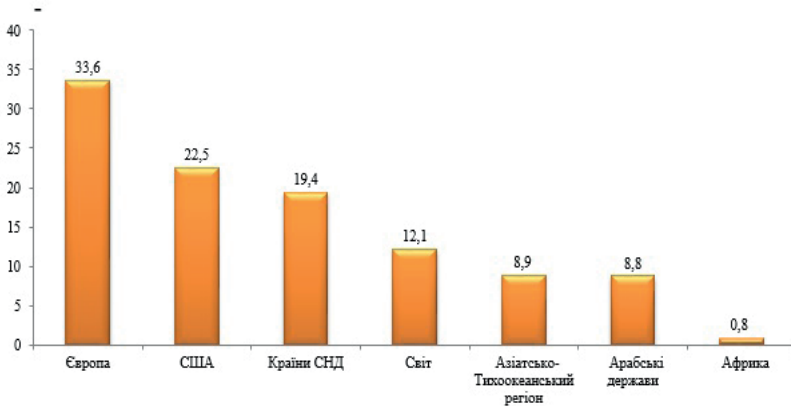


Рис. 2. Підписка на фіксований телефонний зв'язок на 100 жителів по регіонах світу у 2019 р. [розроблено на основі 4, 8, 10]

- зміцнив свої позиції мобільний доступ до базових послуг електровз'язку. Зберігається довгострокова тенденція до зниження числа абонентів фіксованого телефонного зв'язку, тоді як число абонентів рухомого мобільного зв'язку продовжує зростати. Водночас, число контрактів на рухомий мобільний зв'язок перевищує чисельність населення світу, ця тенденція спостерігається не для всіх регіонів. У зв'язку з цим можна очікувати, що країни, які розвиваються, будуть поступово скорочувати відставання від решти світу. Значення даного показника у 2019 році відображено на рис. 3.

- доступ до ширококутного зв'язку продовжує демонструвати стійке зростання. Постійно зростає число абонентів послуг фіксованого ширококутного зв'язку, однак темпи цього зростання сповільнюються. Крім того, практично всі контракти на послуги фіксованого ширококутного зв'язку припускають швидкість завантаження не менше 2 Мбіт/с, при цьому в рекламі значної частини з них вказується швидкість понад 10 Мбіт/с. Значно збільшилися темпи зростання кількості активних контрактів на рухому

широкосмуговому зв'язку, при цьому рівень використання зріс з 4,0 контрактів на 100 жителів в 2007 році до 69,3 контрактів на 100 жителів в 2019 році.

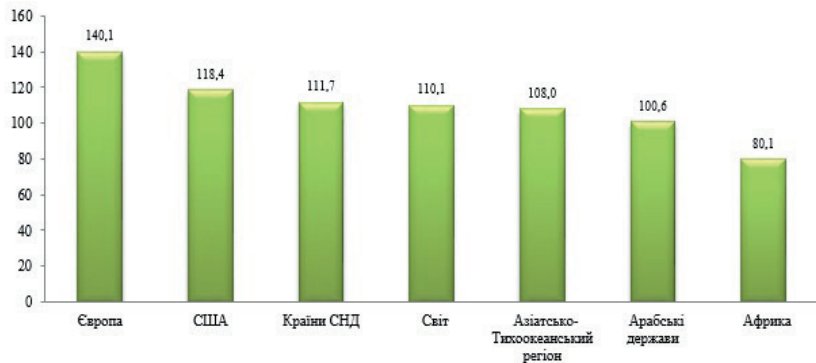


Рис. 3. Абонементи мобільного зв'язку на 100 жителів по регіонах світу у 2019 р. [розроблено на основі 4, 5, 8, 10]

В даний час майже все населення світу проживає в зоні прийому сигналу мережі рухомого мобільного зв'язку. Крім того, більшість людей можуть отримати доступ до Інтернету через мережі 3G або мережі більш високої якості. Разом з тим, розвиток мереж рухомого зв'язку відбувається швидше, ніж зростання частки населення, що використовує Інтернет, що демонструють дані за 2019 рік (рис. 4).

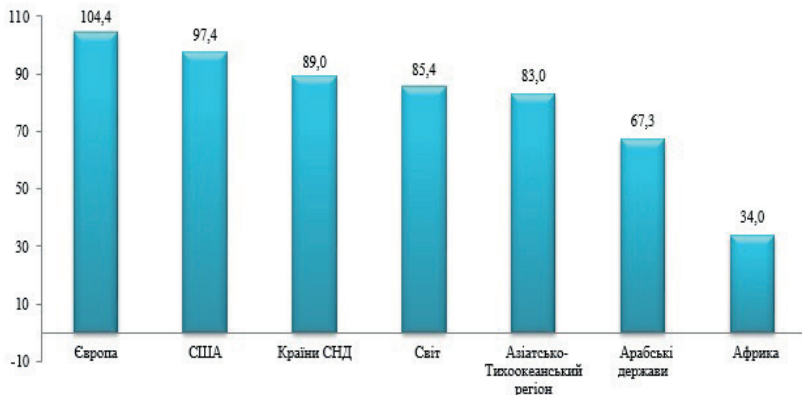


Рис. 4. Активні передплати на мобільний широкосмуговий зв'язок на 100 жителів по регіонах світу у 2019 р. [розроблено на основі 3, 4, 8, 10]

- все більшої популярності набуває доступ в Інтернет з дому. У 2018 року майже 60 відсотків домашніх господарств мали доступ в Інтернет вдома,

що набагато більше, ніж в 2015 році, коли їх було менше 20 %. Менше половини домашніх господарств мають вдома комп'ютер, при цьому значне число домашніх господарств мають доступ в Інтернет за допомогою інших гаджетів, в першу чергу за допомогою мобільних пристроїв, найчастіше використовуючи при цьому пакет даних контракту на послуги рухомого широкосмугового зв'язку.

У 2017 році мобільний телефон був у $\frac{3}{4}$ населення світу, відповідно цей показник значно зріс у 2019 році (рис. 5).

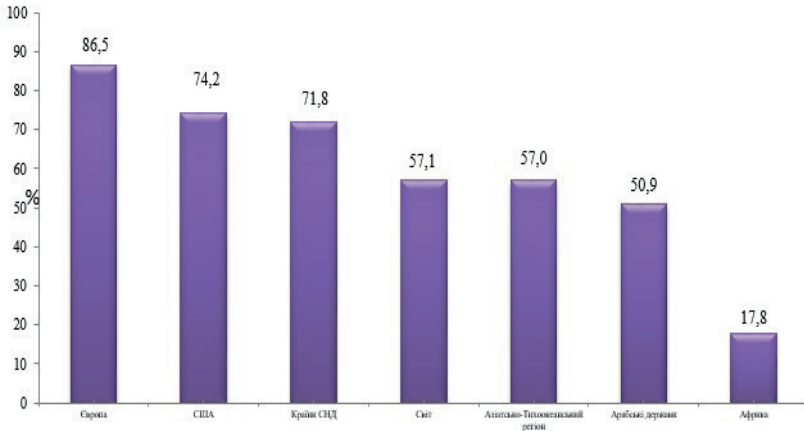


Рис. 5. Відсоток домогосподарств з доступом до Інтернету по регіонах світу у 2019 р. [розроблено на основі 3, 4, 7, 8, 10]

Сектор інформаційно-комунікаційного зв'язку відіграє важливу роль в глобальній економіці, а доходи від роздрібних послуг в глобальному масштабі в 2018 році досягли 1,7 трлн. дол. США, що становить 2,3 % від глобального ВВП. На регіональному рівні значення сектора в стимулюванні економічного зростання чітко простежується. Доходи в області інформаційно-комунікаційного зв'язку в 2018 році становили в середньому 3 % ВВП в Африці та арабських державах, тоді як в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні і в Північній і Південній Америці (не враховуючи Сполучені Штати Америки і Канаду) вони становили 2 %, а в Східній Європі – менше 2 % [10].

Разом з тим у зв'язку з підвищенням рівнів розвитку ринків в секторі інформаційно-комунікаційного зв'язку відзначалася зниження показників з 2014 по 2018 роки. На глобальному рівні, доходи від роздрібних послуг інформаційно-комунікаційного зв'язку за цей період знизилися на 5 %, у зв'язку з тим, що проникнення рухомого мобільного зв'язку в 2019 році перевищило позначку в 100 відсотків. Водночас, чисельність співробітників в еквівалентах повної зайнятості, які працюють у операторів інформаційно-комунікаційного

зв'язку, з 2014 по 2018 роки скоротилася на глобальному рівні на 6 %.

Дохід від ліній фіксованого зв'язку в 2018 році склав у всьому світі половину доходів від інформаційно-комунікаційного зв'язку. На зрілих ринках, де зростання числа контрактів і доходів сповільнюється, зростає значення конвергенції фіксованого та рухомого інформаційно-комунікаційного зв'язку, комплексних послуг.

У всьому світі ціни на інформаційно-комунікаційні технології знизилися за останнє десятиліття, при одночасному збільшенні доступу до послуг інформаційно-комунікаційного зв'язку і їх використання. Удосконалення регулювання та розробка політики в сфері інформаційно-комунікаційного зв'язку мали вирішальну роль у створенні умов для зниження ціни, що спостерігалася в період 2008-2018 років, забезпечивши підвищення ефективності, внаслідок розширення сприйняття інформаційно-комунікаційного зв'язку споживачами.

У країнах СНД, Азіатсько-Тихоокеанському регіону і арабських державах більш ніж в одній з кожних чотирьох країн ціна базового тарифного плану на послуги фіксованого ширококутного зв'язку становить менше 2 % ВВП на душу населення. У Європі в трьох з чотирьох країн ціни на послуги фіксованого ширококутного зв'язку відповідають цільовому показнику в 2 %, встановленому Комісією з ширококутного зв'язку на 2025 рік. Ціни на фіксований ширококутний зв'язок найменш доступні в Африці, хоча такі країни як Ботсвана, Кабо-Верде, Габон, Маврикій, Сейшельські Острови і Південна Африка досягли рівня цін нижче 5 % значення, встановленого на 2015 рік Комісією з ширококутного зв'язку [4, 6, 8, 10].

Проте, глобальна інформатизація суспільства має і низку загроз та негативних тенденцій:

- відсутність навичок інформаційно-комунікаційного зв'язку є серйозною перешкодою для доступу людей до Інтернету. Дані показують, що чим складніше стає діяльність, тим менше людей нею займаються. Більш того, користувачі комп'ютерів в розвинених країнах, очевидно, мають більші навичками користування засобами інформаційно-комунікаційного зв'язку, ніж користувачі в країнах, що розвиваються, що є серйозним обмеженням потенціалу розвитку країн, які розвиваються і найменш розвинених країн;

- зростання показників розширення пропускної здатності міжнародних каналів та Інтернет-трафіку був вище, ніж показник збільшення доступу до інформаційно-комунікаційного зв'язку частки населення, що використовує Інтернет. Це пояснюється тим, що люди стали проводити більше часу в Інтернеті, і все частіше, цей час витрачається на діяльність, пов'язану з інтенсивним використанням даних, таких як перегляд відеороликів або інтерактивних ігор;

- зростає потреба у володінні комунікативними навичками, крім технічних навичок та навичок орієнтування. Володіння значним спектром навичок,

включаючи технічні та експлуатаційні навички, навички обробки інформації, соціальної взаємодії та створення контенту будуть мати найважливіше значення для досягнення позитивних результатів, та відповідно запобігання негативним. Крім того, алгоритми, поширення ботів та перехід до Інтернету речей і штучного інтелекту збільшують потребу в критичному значенні інформації й розвинених навичках створення контенту. З підвищенням складності систем інформаційно-комунікаційного зв'язку та зростанням обсягу зібраних даних стає неможливим обходження без передачі цифрових навичок та навчання протягом усього життя [4, 7, 8].

Дані Міжнародного союзу електров'язку та інших джерел порівнянних даних різних регіонів світу показують наявність у всіх сферах значного дефіциту необхідних на всіх рівнях навичок. Одна третина людей не володіє базовими цифровими навичками, такими як копіювання файлів або папок, або використання інструментів копіювання і вставки; лише 41 % людей володіє стандартними навичками, такими як установка або конфігурація програмного забезпечення або використання базових формул в електронних таблицях, і всього 4 % використовують спеціальні мови для написання комп'ютерних програм. Дефіцит даних призводить до того, що країни, які розвиваються виявляються в особливо несприятливому становищі з точки зору цифрових навичок. У країнах світу, що розвиваються існує дефіцит даних щодо навичок, проте, за наявними даними можна зробити висновок, що така нерівність відображає інші форми нерівності між різними країнами та навіть регіонами світу, особливо в тому, що стосується базових навичок.

Незважаючи на стрімке поширення інформаційно-комунікаційного зв'язку, існують значні цифрові розриви між країнами та регіонами. Разом з тим, відзначається прогрес у зростанні інформаційно-комунікаційного зв'язку в найменш розвинених країнах, як можливості використання інформаційно-комунікаційних технологій, так і використання Інтернету. В даний час більше половини домашніх господарств світу мають доступ до Інтернету, хоча, як виявилось, темпи зростання знизилися і становлять менше 5 % на рік. Також спостерігається істотний прогрес в подоланні цифрового гендерного розриву в різних регіонах світу [4, 8].

Ефективне й обґрунтоване формування, подальша реалізація державної політики з розвитку інформаційного суспільства й інформатизації передбачають виявлення і врахування зазначених тенденцій розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, максимальне використання виявлених позитивних факторів та мінімізацію дії негативних факторів.

Література:

1. Beniaer I. R. The control revolution: Technologic and economical origins of the information society. Cambridge (Massachusetts): L., 1986

2. Bovens M., Zouridis St. From Street-level to System-level bureaucracies: how information and communication technology is transforming administrative discretion and constitutional control // Public Administration Review. 2002. Vol. 6. № 2. P. 25- 46.
3. Committed to connecting the world. URL : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (дата звернення 21.11.2019)
4. Measuring the Information Society Report 2018. URL : <https://www.itu.int/en/ITUD/Statistics/Documents> (дата звернення 18.11.2019)
5. Алекперов И.Д. Информационно-коммуникационный этап развития цивилизации. Гуманитарные и социальные науки. № 6. 2007.
6. Архіпова Т. Л. Інтелектуальні інформаційні системи в економіці. Інформаційні технології в освіті. 2015. №2. С. 8-12.
7. Голобуцький О. П., Шевичук О.Б. E-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути. К. : Атлант UMS, 2001. 180 с.
8. Индекс развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира (ICT Development Index). URL : <http://www.euroosvita.net/index.php/?category=1&id=5445> (дата звернення 21.11.2019)
9. Мачуга Р.І., Борух О.С. Сучасний стан ринку інформаційно-комунікаційних технологій України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 3. С. 260-264.
10. Отчет измерение информационного общества : краткий обзор. 2018 URL : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR2018-ES-PDF-R.pdf> (дата звернення 19.11.2019)

ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Осташова В. О., к.ю.н., доцент,

Сазонова Т. О., к.е.н., доцент,

Полтавська державна аграрна академія

***Annotation.** Conditions and factors of influence that contribute to and hinder the formation of the personnel's legal culture of the modern organization are considered. The necessity to pay attention to the improvement of the managers' legal culture is justified, given that the legal component is present in the list of their competences and forms the level of professionalism.*

***Key words:** legal culture, personnel, managers, competences, modern organization, legal self-education.*

Сукупність різноманітних видів і форм діяльності персоналу в межах організації (та поза нею), його поведінки (індивідуальної та групової) у сфері

дії права, спрямованих на забезпечення правових умов та засобів реалізації особистих, колективних, організаційних інтересів становить правове життя колективу організації. Правове життя колективу організації є системним поняттям (рис. 1).

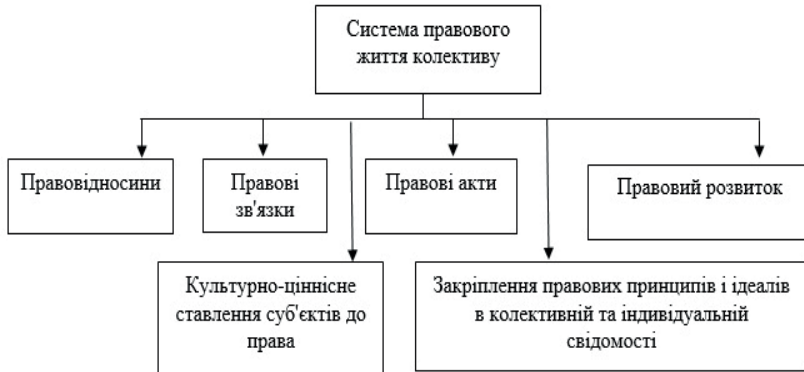


Рис. 1. Елементи системи правового життя колективу організації

Правова культура персоналу створює передумови для зміцнення законності в сфері діяльності організації, розвитку демократичних відносин, реалізації прав та свобод людини, дотримання працівниками вектору ефективного виконання власних посадових обов'язків, а отже – підвищує їх дисциплінованість, організованість та самомотивацію.

Узагальнюючи підходи до інтерпретації поняття «правова культура», Л. О. Макаренко визначає їх як: сукупність правових явищ, які існують у суспільстві; відповідно до суб'єктів; відповідно до правових систем і сімей країн і народів; як правову спадщину [1, с. 85]. Контекст нашого дослідження передбачає визначення правової культури як ідей, цінностей, очікувань і ставлення до права і юридичних інститутів, яких дотримуватиметься певне суспільство або його окрема частина. Також нам імпонує думка О. В. Орлової про те, що правова культура – це не лише і не стільки знання своїх прав і обов'язків, скільки вміння і бажання скористатися ними. Саме вона породжує культуру демократії, високу громадянськість, відповідальність, забезпечує реальну участь людини в усіх сферах державного і громадського життя [2, с. 93]. Відповідно, правову культуру персоналу організації можемо визначити як різновид загальної правової культури, що характеризує існуючу систему корпоративних цінностей у галузі права, сформованих у певній організації, та відображає її правову реальність.

З точки зору критерію глибини (рівня) пізнання правових явищ, оволодіння юридичними знаннями і вміннями виділяють звичайний, професійний і теоретичний види правової культури [3] (табл. 1).

Таким чином, ведучи мову про правову культуру персоналу сучасної організації, ми маємо на увазі всі три перераховані рівні. Але ступінь прояву того чи іншого виду правової культури залежить від індивідуальних та професійних особливостей, відмінностей індивідів, що об'єднані в колектив організації.

Таблиця 1

Види правової культури

Вид	Характеристика
Повсякденна правова культура	Проявляється в повсякденному житті людей, коли індивід стикається з тими чи іншими правовідносинами. Як правило, неглибока за рівнем, во-на являє собою поверхневий рівень, побутове відображення правових явищ. У повсякденних життєвих практиках вона виявляє себе в ситуаціях реалізації прав, обов'язків і свобод індивіда, сприяючи належному дотриманню вимог норм закону, більш повного втілення їх в життя.
Професійна правова культура	Формується у тих фахівців, які безпосередньо займаються правотворчою, правозастосовною і правоохоронною діяльністю. Вона передбачає досить високий рівень знання і розуміння права, законодавства в конкретній галузі професійної юридичної практики, характеризується деякою специфікою в залежності від сфери правозастосування. Носями професійної правової культури природно є юристи спеціалісти.
Теоретична правова культура	Змістовно включає наукові знання, вміння, навички в області теоретико-правового дискурсу; уявлення про сутність, характер і специфіку певних правових явищ, процесів і методів; бачення механізмів взаємодії правової системи з політичної і економічної, з суспільством в цілому; здатність до розуміння розвитку окремих соціоправових тенденцій і процесів.

Джерело: складено авторами з використанням [3]

З огляду на зазначене, можемо констатувати важливість управління правовою культурою менеджерами сучасної організації, адже, зокрема, простежується кореляція між рівнем правового виховання, культури, свідомості та ефективністю менеджменту персоналу в цілому.

Формуючи правову культуру персоналу, менеджери мають визначитися з головною метою, завданнями та задачами даного процесу, факторами, що впливають / перешкоджають налагодженню зазначеного управлінського процесу, результатами, методами та інструментарієм.

Основною метою формування правової культури може бути формування правосвідомості колективу організації.

Головним завданням – вироблення міцних навичок правомірної поведінки, зокрема, при реалізації власних обов'язків.

Головні задачі формування правової культури персоналу:

- дифузії в колективі організації нормативно-правових знань, які виступають в якості необхідних умов дотримання законності та реалізації прав і обов'язків;

- формування безапеляційного ставлення до правових вимог;

- прищеплюються усвідомлені дії, які особистість реалізує відповідно до норм права і сприймає як належне.

Фактори, що впливають на формування правової культури персоналу:

- правова система держави;

- наявний рівень правової свідомості, правової поведінки персоналу організації;

- поінформованість персоналу (залежить не лише від зовнішнього джерела розповсюдження – керівної системи, але й від окремого індивіда – його інтелектуального, освітнього розвитку, досвіду, соціальної активності, психологічної зрілості тощо);

- якість правової інформації. Дана інформація може бути отримана з різних джерел, але головною умовою, на наш погляд, є її доступність, зрозумілість, прозорість та однозначність. Ситуація із незрозумілістю, неповнотою тощо правової інформації має бути вирішена за участі керівництва організації (його сприяння), зокрема шляхом консультування, навчання, роз'яснення;

- соціалізація персоналу. Під соціалізацією слід розуміти процес засвоєння та відтворення людиною культурних цінностей і соціальних норм, а також саморозвитку і самореалізації в тому суспільстві, у якому вона проживає [4, с. 69];

- механізми правового регулювання (це здійснюване державою за допомогою права і сукупності правових засобів упорядкування суспільних відносин, їх юридичне закріплення, охорона і розвиток [5]);

- законність правових дій, правочинів, їх результатів, юридичної документації в межах організації та поза ними;

- юридична практика, традиції правовідносин;

- правовий режим в організації (правила і стандарти підприємницької, професійної діяльності, які є обов'язковими для виконання всіма членами організації, а також передбачають механізм відшкодування збитків, завданих неналежними діями членів організації, що, наприклад, можуть виражатися у виробництві / наданні товарів / послуг неналежної якості) і складові його юридичні засоби (пільги, заохочення, дозволи, заборони, покарання, обов'язки тощо);

- розвиток юридичної науки та освіти (на державному рівні та організаційному рівнях);

- стиль керівництва в організації (переважання демократичного стилю лідерства сприяє формуванню правової культури персоналу, налагодження юридичної просвітницької діяльності в організації, надання правової допомоги, або сприяння в її отриманні);

- місія та стратегічні цілі організації – вони задають тон всім видам активності в організації;

- рівень професіоналізму керуючої системи, який, зокрема, передбачає наявність розвиненої правової компетентності та управлінської (яка включає

виховну та просвітницьку складові);

- ступінь розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Так як корпоративна соціальна відповідальність передбачає сукупність зобов'язань організації перед стейкхолдерами, які крім того, що є добровільно сформованими, ще й адміністративно закріплені. Договірні відносини, в які вступає організація з різними стейкхолдерами, в процесі власної виробничої, управлінської, соціальної тощо діяльності, покладають на неї визначену відповідальність в економічній, екологічній та соціальних сферах.

Щодо факторів, які спричиняють наявність негативних тенденцій в процесі формування правової культури персоналу організації, перешкоджають йому, то це всі перелічені вище, за умови їх негативного прояву, а також:

- наявність звичайної практики скоєння злочинів, правопорушень (всіх видів тяжкості);

- наявність серед членів організації суб'єктів протиправної поведінки, кримінальних структур;

- деформована правосвідомість;

- захоплення та процвітання популізму, правового нігілізму;

- наявність проявів корупції та свідоме / несвідоме сприяння її укоріненню в організації, діяльності персоналу;

- зловживання власними правами (як з боку керованої, так і керуючої систем);

- рівень освіти, розвитку персоналу організації;

- відсутність професійних юристів в організації. Наявність фахівців з юридичною освітою ще не гарантує сприяння розвитку правової культури персоналу організації. У таких фахівців до того ж має бути яскраво виражена самомотивація та прагнення до самоосвіти, професійна діяльність має базуватися в значній мірі на принципах корпоративної соціальної відповідальності.

Результатами процесу формування правової культури персоналу мають бути, на наш погляд:

- наявність в організації ефективного механізму правового виховання персоналу;

- створення банку правових знань, правової інформації;

- правомірна поведінка персоналу;

- усвідомлені та чітко аргументовані правові переконання;

- високий рівень правової культури персоналу.

У структурі правової культури персоналу слід виділити наступні компоненти: когнітивний, діяльнісний та особистісно-рефлексивний. Отже, когнітивний компонент включає знання трудового законодавства, основ господарського права щодо функціонування організації, в якій працює особа, а також особливих правових знань, пов'язаних з напрямом діяльності суб'єкта господарювання (наприклад, норми медичного, торговельного, освітнього

права тощо). Крім того до когнітивного компоненту ми відносимо правове мислення, що базується на правових знаннях.

Діяльнісний компонент передбачає сформованість компетенції щодо прийняття правових рішень, застосування знань у сфері права для ефективної професійної діяльності, здійснення останньої у відповідності до чинного законодавства тощо.

Особистісно-рефлексивний компонент передбачає розвиток важливих особистісних, психофізіологічних та емоційно-вольових якостей персоналу. Рефлексія дозволяє працівнику «подивитися на себе зі сторони» (здійснювати самоаналіз, самооцінку, самоконтроль, застосовувати інші методи правового смовиховання).

На рис. 2 представлено компоненти правової культури персоналу організації та умови їх формування.

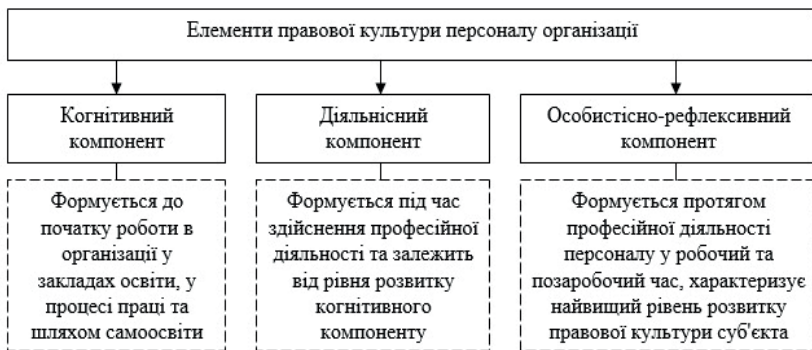


Рис. 2. Формування елементів правової культури персоналу організації
Джерело: складено авторами з використанням [6, с. 81]

Формування правової культури персоналу сучасної організації у першу чергу передбачає застосування новітніх освітніх методик та інноваційних технологій. При цьому можна виділити вплив Інтернету на правову культуру: 1) паралельне формування культури інформаційного суспільства; 2) змінюються формат відносин між державою і суспільством; 3) продукує появу нових суспільних відносин; 4) змінює способи зберігання, передачі та використання правової інформації; 5) обумовлює зміни у сфері правової освіти [7, с. 112]. В залежності від специфіки діяльності організації працівники можуть потребувати формування правових компетентностей з пошуку, систематизації, обробки інформації через Інтернет; спілкування з органами влади, органами місцевого самоврядування, іншими організаціями, в тому числі, встановлення договірних відносин через засоби електронного зв'язку; надання звітності у межах правової компетентності тощо.

Правові цінності персоналу організації, які є базисом його правової

культури, формуються на основі юридичних знань, трансформованих через свідомість у систему власних цінностей кожного працівника. Правова освіта, на нашу думку, може відбуватися у наступні способи: формальна освіта (здобуття знань за освітніми програмами встановлених законодавством рівнів освіти), неформальна освіта (є доповненням або альтернативою формальній освіті; здійснюється через участь персоналу у тренінгах, майстер-класах, семінарах, воркшопах), самонавчання. Остання може бути втілена через самоосвіту та самопросвіту, зорієнтовану на поглиблене вивчення правової сфери окремого напрямку професійної діяльності.

Практика сучасних організацій свідчить, що формування і розвиток правничих компетентностей персоналу часто залишаються поза увагою керівництва. Це у свою чергу гальмує підвищення рівня правосвідомості та правової культури працівників, суб'єктів господарювання, населення країни в цілому. У такому випадку правове самовиховання стає єдиним можливим способом формування правової культури особи. Щоправда, далеко не всі працівники вмотивовані до такого виду діяльності та не завжди мають уявлення про форми і методи роботи над собою. У той же час без сумніву правове самовиховання є найвищим рівнем розвитку правової культури персоналу організації.

Література:

1. Макаренко Л. О. До питання про інтерпретацію поняття «правова культура». Правова держава. 2018. Вип. 29. С. 80-87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PrDe_2018_29_12 (дата звернення: 13.11.2019).
2. Орлова О. В. Гражданское общество и личность: политико-правовые аспекты. Москва : МЗ-Пресс, 2005. 118 с.
3. Панов Н. И., Герасина Л. Н. Правовая культура социума и её реализация в правовой жизни государства. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/1204/1/Gerasina_kult.pdf (дата звернення: 13.11.2019).
4. Галус О. М. Соціалізація особистості: сутність, концептуальні підходи у наукових теоріях, напрямках, школах. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Znpkhist_2010_2_19.pdf (дата звернення: 13.11.2019).
5. Скакун О. Ф. Теорія держави і права: підруч. Харків : Консум, 2001. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-51.html> (дата звернення: 13.11.2019).
6. Довгий О. Формування правової культури курсантів льотних навчальних закладів у процесі професійної підготовки. Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Сер. : Педагогічні науки. 2014. Вип. 131. С. 79-81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2014_131_22 (дата звернення: 13.11.2019).
7. Кравцов Р. В. Правовое воспитание личности в контексте аксиологии права: дис. ... кандидата юрид. наук : 12.00.01. Челябинск, 2006. 168 с.

INSUFFICIENT STATE FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITIES IN UKRAINE AS A CAUSE OF ECONOMIC STAGNATION

Yuvkovetska Y.,

Candidate of Philosophy, Associate Professor,

Tonkonoh I.,

Ph.D., Associate Professor of Foreign Philology and Translation Department,

Levadna V.,

Student, Faculty of International Trade and Law,

Kyiv National University of Trade and Economics

Annotation. *With the expansion and development of technologies, the role of innovations for the country's economy is priceless. This article tells about the peculiarities of Ukrainian innovation strategy, factors that influence the technological policy of our country, bright examples of advantages and disadvantages of national technological industries, and some pieces of advice how to make innovations a key factor of economic growth.*

Key words: *innovations, technologies, development, business, rules.*

Introduction. Global economic trends show that the main drivers of social progress are innovations. Nowadays, the state must keep up with the world's technological development and innovations, otherwise, the country's economy and its overall development could stagnate or even collapse. Only innovative national producers can start an innovative path of development in the country, but they need to have the stable and long-term support of the government.

Main part of researchers. The innovation processes in Ukraine do not correspond to global trends. A striking example is that the indicators of technological progress in the Ukrainian industry are pulling up the rear within the EU indicators: an indicator of high-tech products in export is lower in 7 times, of energy efficiency even in 10 times. Ukrainian GDP growth through innovation and technologies is 0.7% versus 60-90% in developed countries [1].

The knowledge-intensity of the Ukrainian industry does not exceed 0.3%, which is 20 times less than in developed countries. The amount of investments in domestic science does not exceed 1% of GDP, which prevents it from realizing its function of effective scientific support to innovative economic development.

In the Global Innovation Index in 2019, Ukraine ranked 47th (among 110 countries), losing 6 positions compared to 2018 [2]. Ukraine remains among the countries that are undeveloped in terms of innovations, our country is behind such countries as Montenegro and Qatar. Ukraine's main competitive advantage is human capital, and its effective implementation provides such indicators.

Ukraine has a long history in science and technology. One positive legacy from the country's Soviet history is a talented and technically qualified workforce

that persists even today. Eighty percent of 19-25-year-old Ukrainians are enrolled in universities, the country has one of the largest pools of IT developers and programmers in the world – 90,000 strong – and its high-skilled diaspora has spread through Europe and North America. As a result, the country has a booming ICT sector, estimated at \$2.5 billion in exports in 2015, and is home to globally competitive startups such as Lookstery, which was bought by Snapchat for \$150 million in 2015, PetCube, and others [3]. On the surface, Ukraine has all the chances and resources to be an innovation-driven country.

The stagnant innovation processes in Ukraine are largely driven by insufficient government funding and an imperfect budget allocation system. In the 2017 budget, just over 4 billion dollars were invested in science. This is 0.16% of the country's GDP. Whereas in developed countries, this figure is 1.5-3% of the country's GDP [4].

Usually, the innovation process is focused on enterprises because entrepreneurs implement practical innovations to reduce costs and increase profit. If we talk about financing innovative activity of Ukrainian enterprises in 2016, the share of the state budget funds amounted to only 5%, mainly enterprises relied on their own resources since the share of enterprises' own funds was 86%. In 2019, these statistics did not change significantly.

Ukraine has all the opportunities for the development and implementation of innovations - strong basic technical education, an army of smart developers and their experience in developing IT solutions. However, our specialists prepare IT products mainly for export, and successful startups do not grow into leading Ukrainian companies. They have registered abroad, only R&D centers that develop IT products for foreign markets are located in Ukraine. For example, in Ukraine, there are R&D centers of technological giants Oracle, Boeing, Siemens, Samsung, Ericsson.

Startups are more flexible, faster, more creative and far less expensive than traditional market players: big brands or system integrators. Venture investments in startups, according to a Deloitte report, are only growing rapidly in the 4.0 industry. From \$ 600 million in 2013, investments in startups of Industry 4.0 grew to \$ 2.3 billion in 2016, which is 40% of annual growth [7].

The Fourth Industrial Revolution is based on three technologies: the Internet of Things (IoT, which allows information to be shared not only between humans but also between machines, devices, and sensors), digital ecosystems and platforms (monitoring and managing physical processes using technology) IIoT), big data analytics (Data-Driven Decision - complex information systems open for use by clients and partners). Blockchain, virtual and augmented reality technologies will also be widely used.

According to the World Economic Forum, most of these technologies will become a part of our routine by 2027. This means that not only smart homes but smart cities, drones on the streets and artificial intelligence in offices will appear.

According to Roland Berger, the EU economy may lose \$ 605 billion in the coming years if it ignores the demands of the Fourth Industrial Revolution. Instead,

meeting these requirements could bring in \$ 1.25 trillion.

It is the EU and the USA that are the biggest importers of Ukrainian talents who develop innovative solutions for them. Thus, according to the rating of DOU.ua, the five largest Ukrainian IT companies - Ciklum, LuxSoft, GlobalLogic, SofrServe, and EPAM - work for outsourcing. McKinsey estimates that the combined economic impact of cutting edge technology will be \$ 14-33 trillion by 2025 [7].

The lack of state interest in the innovative development of national enterprises causes one of the key problems for the Ukrainian economy at the present stage - the «brain drain», it means the loss of a significant part of the country's intellectual potential. According to a study conducted by the National Academy of Sciences of Ukraine in 2016, 42.2% of respondents (including scientists) would like to work abroad [5]. This problem causes a decrease in labor productivity and as a consequence - a decrease in the country's competitiveness.

Ukraine is not the first country to go through such transformation and will not be the last. Neighboring Poland to the east, Lithuania to the north, and many others have already made strides and are building capacity at their public institutions to design, monitor, and evaluate their innovation policies and programs. Some efforts succeeded where the others failed. Ukraine has a unique opportunity to learn from these successes, avoid pitfalls, and leverage the support and expertise of its partners, supporters, and the private sector [3].

The current state of innovative development of Ukraine indicates that it is necessary to change the approach to financing innovative activities. According to a new wording of the Law «On Scientific and Scientific and Technical Activities», which came into force in January 2016, it is stipulated that the salary of scientists should gradually increase from 2017, and in 2020 the funding of science should be at least 1.7 % of GDP, and by 2025 - 3% [6]. The implementation of this law could bring the innovative development of Ukraine closer to the level of highly developed countries.

In addition to all the above-mentioned aspects, it is possible to distinguish the main factors that impede the development of innovative activity in the country, they are:

- insufficient funding from the state;
- lack of own funds of enterprises;
- the imperfection of the legal framework;
- the inability of domestic enterprises to switch to high-tech equipment through an outdated technological base;
- the long payback period for innovations;

Most of these factors depend on sufficient funding, coordination and support of innovations in the country.

It should be remembered that enterprises with a sufficient level of innovation are the key factors to the country's high level of competitiveness and sustainable development.

Priority tasks in the field of innovative development of Ukraine include deepening

of public-private partnership, popularization of science among young people, effective protection of intellectual property, creation of information platforms between business and science, as well as providing the national manufacturer with the latest technologies. These tasks form Ukraine's top priority in changing the state's development strategy. The focus should be on innovation. This approach will bring about positive changes in the economy and will allow Ukraine to become one of the leading countries in the world.

References:

1. Zhmeneretskyi O. Innovation or death: how business can survive on the sinking ship «Ukraine». URL: <https://vesti-ua.net/novosti/proisshestiya/43156-nnovacyi-abo-smert-yak-bznesu-vizhiti-na-tonuchomu-korabl-ukrayina.html> [in Ukrainian]
2. Global Innovation Index 2019 Report. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report> [in English]
3. Aridi A. Can Ukraine transform itself into an innovation-driven economy? URL: <https://blogs.worldbank.org/psd/can-ukraine-transform-itself-innovation-driven-economy> [in English]
4. Stets T. Ukrainian Science: Work and Pay. URL: <http://asn.in.ua/ua/news/publishing/69775-ukrainskaja-nauka-kak-rabotajut-tak-i-platjat.html> [in Ukrainian]
5. National Academy of Sciences of Ukraine. URL: <http://www.nas.gov.ua/> [in Ukrainian]
6. The Law of Ukraine «On Scientific and Technical Activities». URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/848-19> [in Ukrainian]
7. Be quick or die. The Fourth Industrial Revolution. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/techiia/2019/10/7/651957/>

MARKETIZATION OF UNIVERSITIES - ADVOCATES AND Oponents OF ARGUMENTS

*Hanna Hall, Ph.D.,
Rzeszow University of Technology*

Introduction. Since the late 1970s, the culture of academic life in Western countries has undergone some changes. The growing competition in the higher education sector and the fight for students, staff, and financial re-sources have become a determinant of the marketization process, which is reflected in imitation of business models, an adaptation of market terminology, activity and even aggression in marketing practices (Williams, 1995, pp. 170-193; Judson & Taylor, 2014, p.51) of universities as well as in the changing roles of students and the importance of

their satisfaction. In Poland this process started much later, which was connected with the development of the market economy in the 1990s.

The marketisation of higher education is the process of application of the economic theory of the market to the provision of higher education. The process seems to be unstoppable (Jones-Devitt & Samiei, 2011, p.87). The manifestations of the process of marketization in higher education include the adoption to this sector of relationships and reactions to changes in the environment - typical for companies operating in competitive, market conditions.

The aim of this article is to present the arguments and opinions of supporters and opponents of the process of marketization of higher education with a particular emphasis on changes in students roles at nowadays universities. In the article the results of desk research will be used .

Advocates and oponents arguments of higher education marketization. In academia there is no full acceptance for the process of university marketization and the development of marketing in this sector.

Young (2002) defines a modern university as a bureaucratic machine where there are no teachers and students but «suppliers» and «consumers». As a result, researchers may feel anxious and alienated from students (Gibbs, 2011, s. 52).

Gibbs (2011, p.52) and Norris (2006, p.459) are opposed to the growing influence of government and corporations on the higher education sector and the functioning of education under the dictation of the market, conditioned by an economic growth as well as by the expansion of advertising and marketing.

Marketization of university education is also referred to as an «epidemic» an „ethical dilemma” (Natale & Doran, 2012, pp. 187-196) and as a «paradigm shift» in the area of higher education throughout the western world (Newman & Jahdi, 2009, pp. 1-11). One of the reasons for the criticism of marketization is the fact that the educational outcomes of students as a result of this process are not improving (Arum & Roska, 2011). And Moelswoth Nixon and Scullion (2009) focus on replacing students’ transformations as academics and critical thinkers into students as consumers (Judson & Taylor, 2014, p.52).

In general, according to Judson & Taylor (2014, p.52), there is little evidence of the benefits of higher education marketization and the emphasis on student satisfaction except from the short-term financial benefits for universities.

According to Furedi (2011, p.2), in principle there is no objection to universities that compete for funds and sell the results of their research. This is not the root cause of the anxiety associated with the marketization of education.

The anti-marketers vehemently deny that markets and higher education can happily co-exist. For them, the conjunction of higher education and markets are anathema on two grounds - pedagogical and social (Barnett, 2011, p.43-45). Furedi (2011, p.2) adds (in addition to pedagogical) the cultural and intellectual effects of marketization.

The expression of the process is the accompanying adoption of a market-specific terminology, including the controversial use of the educational service term to

define the learning process, the suppliers for academic teachers, or the customer (but also the consumer or the product) - to identify the student.

The most anxious effect of marketization is an ability to transform the relationship between researchers and learners into the relationship between a service provider and a customer. The concept of customer, derived from TQM, in relation to a student has even become a kind of a development symbol of higher education market (Furedi, 2011, p.2). So, that the student may take on some of the characteristics of a customer is not in itself problematic. The point turns on what it means for the student to become a customer. Especially danger is the situation when the student comes to the view that his or her higher education can be bought like any other product or service (Barnett, 2011, p.46), when the student adopts a 'commodified' view of his or her learning with an eye to the short term (Gibbs, 2008, pp. 269–78), and absolves him or herself from much, if any, involvement in the character of the experience. Nowadays changes of higher education leads to a denial of responsibility on the part of the student (Barnett, 2011, p.46). According to McMillan and Cheney (1996), a metaphor for student as a customer distracts learners from the role of co-producers of knowledge (Gajda, 2009). It is also not the right approach to focus on a customer satisfaction as the primary goal of the educational process (Molesworth et al., 2011, pp.149-151).

The student model as a customer, with its striving for customer satisfaction, despite its critique in literature, is a source of numerous benefits to the university. In HE, as in business generally, the relationship between student satisfaction and student retention, progression and graduation has been established (Kara & de Shields, 2004; Molesworth, et al., 2011, p.145).

Many universities have adopted the student model as a customer, e.g. The 1994 Group has adopted the business idea that «the customer is always right» and that flattering customers is the right path (Furedi, 2011, p.3). The presence of a market may lead to a student taking a heightened interest in his or her learning. A market situation might also lead, to a heightened attention to the teaching function on the part of the student's lecturers and tutors (Barnett, 2011, pp.46-47).

Conclusions. On the basis of the analysis of secondary sources related to the subject, it can be stated that there is multi-market marketization of higher education. This process is constantly growing and the activities connected with it and the tools applied are increasingly widespread. Despite opposition and criticism of some academic community associated with its negative consequences, there is certainly no retreat from it. The only possible action is mitigation and prevention of negative effects, including: changing the relationship between students and academic teachers based on the relationship between recipients and business donors, or the unreflective pursuit of students satisfaction with didactic classes conditioned by their high grades, their relationship with students or their personality. The pursuit of student satisfaction and its measurement should not raise doubts when taking into account the amount of benefits this phenomenon brings to a university, with

particular emphasis on the image of the university and the key role played by students and university graduates in its selection by the candidates for the studies. In the United States, student satisfaction is now the main content of university marketing communications, and is also their main marketing promise. However, one should agree with Mills (2007) that simultaneously maintaining academic standards and striving for customer satisfaction is an extremely difficult requirement. This satisfaction should be provided and measured but in selected areas, not including, for example, the necessary time or engagement to obtain the appropriate level of knowledge and skills or the thematic scope of the implemented modules.

References:

1. Arum, R., & Roksa, J. (2011). *Academically adrift: Limited learning on college campuses*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
2. Barnett, R. (2011). The marketised university: defending the indefensible. In: M. Molesworth, R. Scullion, & E. Nixon (Eds.). *The marketisation of higher education and the student as consumer*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.
3. Furedi, F. (2011). Introduction to the marketisation of higher education and the student as consumer. In M. Molesworth, R. Scullion, & E. Nixon (Eds.). *The marketisation of higher education and the student as consumer*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.
4. Gajda, A. (2009). *The Trials of Academe The New Era of Campus Litigation*. New York: Harvard University Press.
5. Gibbs, P. T. (2008). Marketeers and educationalists – two communities divided by time? *International Journal of Educational Management*, 22(3).
6. Gibbs, P., (2011). Adopting consumer time and the marketing of higher education. In M. Molesworth, R. Scullion, & E. Nixon (Eds.). *The marketisation of higher education and the student as consumer*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.
7. Jones-Devitt, S., & Samiei, C. (2011). From Accrington Stanley to academia? The use of league tables and student surveys to determine „quality” in higher education. In M. Molesworth, R. Scullion, & E. Nixon (Ed.). *The marketisation of higher education and the student as consumer*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.
8. Judson, K. M., & Taylor, S.A. Moving from Marketization to Marketing of Higher Education: The Co-Creation of Value in Higher Education. *Higher Education Studies*, Vol. 4, No. 1. doi:10.5539/hes.v4n1p51 2014, p.51.
9. Kara, A., & Shields, O. W. (2004). Business student satisfaction, intentions and retention in higher education: an empirical investigation. *MEQ* (Fall 2004), 3. Retrieved from: http://www.marketingpower.com/Community/ARC/gated/Documents/Teaching/MEO/student_satisfaction.pdf (10 March 2017).
10. Mills, M. (2007). Universities torn between two masters. *Times Higher*, 14

September.

11. Molesworth, M., Nixon, E., & Scullion, R. (2009). Having, being and higher education: The marketisation of the university and the transformation of the student into consumer. *Teaching in Higher Education*, 14(3), DOI: 10.1080/13562510902898841.

12. Natale, S. M., & Doran, C. (2012). Marketization of education: An ethical dilemma. *Journal of Business Ethics*, 105. DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-011-0958-y>

13. Newman, S., & Jahdi, K. (2009). Marketization of education: Marketing, rhetoric, and reality. *Journal of Further and Higher Education*, 33(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/03098770802638226>

14. Norris, T. (2006). Hannah Arendt and Jean Baudrillard: pedagogy in the consumer society, *Studies in Philosophy and Education*, 24.

15. Williams, G. L. (1995). The marketization of higher education: Reforms and potential reforms in higher Education finance. In D. D. Dill, & B. Sporn (Ed.). *Emerging patterns of social demand and University reform: Through a glass darkly*. Oxford: Pergamon Press.

16. Young, J. (2002). *Heidegger's Later Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.

ВИЗНАЧЕННЯ ХАРАКТЕРИСТИК СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ТА СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ПРИ ОЦІНЮВАННІ ЯКОСТІ ЖИТТЯ У ПОЛІЕТНІЧНОМУ РЕГІОНІ

Чубарь О.Г.,

*кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник,
Закарпатський регіональний центр соціально-економічних і гуманітарних
досліджень НАН України, м Ужгород*

***Annotation.** Overview of quality of life defining methods is presented, in relation to the evaluation of social interaction and social environment in particular. it's shown that they lack the indicators of ethno-demographic factors' impact on various parameters of quality of life in a poli-ethnic region. The list of specific indicators was offered, based on which one can analyse the level of social interaction and communication activity on certain levels (family, social cooperation, ethnic minority).*

***Key words:** quality of life, poli-ethnic region, social interaction, social environment.*

У вимірюванні рівня якості життя важливе місце посідає оцінка соціального середовища та соціальної взаємодії членів громади (національної меншини,

родини), адже у процесі цієї взаємодії можна вирішувати особистісні та соціально-економічні проблеми, долати бар'єри в стосунках, формувати та реалізовувати соціальну активність і соціальну відповідальність. Ефективний і перманентний процес соціальних комунікацій сприяє взаємному пристосуванню дій кожного з членів, досягненню однаковості у розумінні ситуації, знаходженню шляхів вирішення проблем і конфліктів, певному ступеню солідарності тощо. Соціальна взаємодія і стан соціального середовища охоплюють ті параметри життя суспільства (громади, родини), які виходять за межі суто кількісного статистичного оцінювання (добробут, матеріальний, фінансовий стан, розвиток інфраструктури), проте відображають якість родинних і соціальних комунікацій, участь населення в громадському та суспільному житті, активну життєву позицію (вплив на ухвалення рішень місцевою владою, залучення до вирішення локальних проблем соціальної сфери та побуту, участь у виборах, представництво різних категорій і верств населення у виборних органах), намір брати певну частину відповідальності за родину та громаду в свої руки.

Оцінка соціальної взаємодії та соціального середовища передбачена в багатьох методиках оцінювання якості життя, хоча перелік і різноманітність показників (індикаторів) цієї оцінки суттєво відрізняється. Найбільша кількість індикаторів включена до методики (EQLS) [1], відповідний розділ якої передбачає оцінювання задоволеності суспільним життям, спілкування із сусідами та друзями, соціальної згуртованості, напруженості у відносинах між різними етнічними групами, етнокультурну дискримінацію. Окремий блок компонентів оцінки стосується членства та діяльності у політичних, благодійних, громадських, релігійних організаціях, а також у виборчому процесі.

Інші методики оцінюють напруженість у відносинах між різними етнічними групами, етнокультурну дискримінацію, гендерну рівність [2], різницю у зайнятості між національностями [3], напруженість у відносинах між різними соціальними групами [1].

Варто наголосити та відзначити, що в системі показників якості життя населення в Україні [4] досить розгорнуто представлена група індикаторів соціального середовища та взаємодії, серед яких показники задоволеності особистим і суспільним життям, соціальної згуртованості, членства в благодійних, громадських, політичних організаціях. Окремо виділено питання довіри до органів влади, релігійних організацій та ЗМІ, задоволеність роботою уряду та органів місцевої влади, а також певні демографічні індикатори.

У контексті визначення та оцінювання впливу етно-демографічного фактору на різні параметри та характеристики якості життя населення слід вказати, що практично в усіх існуючих методиках оцінки якості життя безпосередніх індикаторів/показників, за якими можна було б робити узагальнюючі висновки, немає. Регіональні дослідження та статистичні зведення в Україні

здебільшого подають загальну картину соціально-економічного рівня розвитку регіонів (регіону), роблячи наголос лише на структурі національного складу населення. Для прикладу, в дослідженні якості життя населення України [5] регіональний аспект ґрунтовно висвітлений, репрезентовано інтегральну оцінку якості життя населення в регіонах країни, проте жодного наголосу на етнічних (національних) особливостях як факторах впливу на параметри якості життя мешканців не зроблено.

У монографії [6], присвяченій оцінці якості життя населення на мезорівні (проведено розрахунки рівня якості життя мешканців Причорноморського регіону (Крим, Миколаївська, Одеська та Херсонська області) за період 1999-2008рр.), також не представлені характеристики відповідних показників (індикаторів) у розрізі етносів чи національних меншин, незважаючи на те, що вказані області, а особливо мірою Одеська, є поліетнічними.

Попри те, що в комплексному оцінюванні рівня та якості життя населення країни чи її регіонів практично відсутні індикатори, націлені на вияв впливу етнічних компонентів на різні сфери життя, в інших вузькоспеціалізованих форматах досліджень суспільно-політичних та економічних процесів ці явища досить розлого вивчаються та висвітлюються. Зокрема, в аналітичній записці НІСД [7] йдеться про необхідність врахування етнічної структури компактних поселень національних меншин при створенні ОТГ як особливо актуального завдання для поліетнічних регіонів із компактним проживанням національних меншин, зокрема – Чернівецької, Одеської та Закарпатської областей. За висновками дослідників та експертів, розвиток локальної культурної ідентичності є передумовою становлення відповідальних та спроможних громад як активних суб'єктів місцевого самоврядування [7].

Активні дослідження етно-демографічної проблематики в культурно-соціологічній площині здійснюються в Закарпатській області, адже для цього регіону притаманна виражена поліетнічність із суттєвим домінуванням угорського населення - угорці є найчисельнішою національною меншиною Закарпаття. Варто виділити публікації [8, 9], в яких проведено ретроспективний аналіз суспільно-політичного та культурного розвитку угорської національної меншини Закарпаття в 1991-2008 рр. Зроблено висновок про те, що досвід державності України виявився плідним для оптимізації етнокультурного життя угорців Закарпаття, які розбудували національну систему освіти та виховання, створили численні національно-культурні товариства, володіють угорськомовними засобами масової інформації (преса, радіо, телебачення) тощо.

З урахуванням складності перебігу подій та врегулювання взаємовідносин між Україною та Угорщиною впродовж останніх років у 2018 р. окремий номер наукового журналу Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД) «Стратегічні пріоритети» було присвячено комплексу проблем взаємовідносин Угорщини та України, зокрема, в частині питань розвитку угорської національної меншини, угорського чинника в етнопатриотичній

політиці України, активізації діяльності Угорщини у регіоні тощо [10].

Також заслуговують на увагу соціологічні дослідження фахівців Ужгородського національного університету [11], в яких висвітлюються питання визначальних рис гетеростереотипів національних меншин Закарпаття як факторів етнічної толерантності, схильності до конфліктів на етнічному ґрунті тощо.

Аналогічні дослідження проваджуються в Одеській [12], Чернівецькій [13] областях. Розвиток цих досліджень представлено в матеріалах НІСД [14], де, зокрема, висвітлено напрями забезпечення культурно-освітніх та інформаційних потреб румунської та молдовської національних меншин в Україні.

Таким чином, «точкові» дослідження соціо-культурних та суспільно-політичних процесів у різних групах етноменшин в Україні здійснюються, що дозволяє виявляти як їх характерні особливості та визначальні детермінанти, так і проблеми й суперечності, зокрема, у взаємодії з владними структурами, іншими етносами, титульною нацією, в тому числі в контексті ідентифікації себе як українських громадян.

Проте чітких та однозначних даних, які б комплексно відображали диференціацію (чи відсутність такої) рівня та якості життя різних етносів країни чи регіону немає. Отже існує потреба в додаткових наукових пошуках, в розробці методичних підходів і практичних рекомендацій, зокрема з проведення соціологічних опитувань та інших форм комунікацій з представниками етноменшин, з метою напрацювання фактичного матеріалу, соціологічних та аналітичних даних, які є важливими для функцій управління як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні.

У межах виконання Закарпатським регіональним центром соціально-економічних і гуманітарних досліджень НАН України (м. Ужгород) прикладної наукової теми, присвяченої вивченню рівня та якості життя населення в поліетнічному регіоні, сформовано групу індикаторів, що включають загальні характеристики соціального середовища та соціальної взаємодії (табл. 1).

Вибір запропонованих критеріїв корелює з методичними розробками як світового, так і національного рівня [4], а набір конкретних індикаторів (показників) відображає частоту спілкування в родині (сім'ї), спілкування з друзями та сусідами, громадську та суспільну активність респондентів, на основі чого можна робити висновки про рівень соціальної взаємодії та активність комунікацій на відповідному рівні (сім'я, громада). Окремим блоком виділено загальну оцінку соціального середовища та суспільного життя респондентів, яка передбачає їхнє суб'єктивне бачення соціального напруження та власного задоволення життям (суспільним життям). Запропоновані індикатори трансформовано у відповідні питання анкети соціологічного опитування, яке проводиться серед представників національних меншин Закарпатської області (угорської, словацької, румунської, німецької, ромської), а також серед українських мешканців.

Індикатори складових «Соціальна взаємодія та соціальне середовище» при визначенні рівня якості життя в поліетнічному регіоні

Критерії	Індикатор (кількість і сутнісна характеристика)
Спілкування в сім'ї	3 індикатора, що характеризують частоту спілкування з членами сім'ї, які проживають окремо
	Частка респондентів, які спілкуються з членами сім'ї, що проживають окремо, кожен день чи майже кожен день
	Частка респондентів, які спілкуються з членами сім'ї, що проживають окремо, 1-3 рази на місяць
	Частка респондентів, які ніколи не спілкуються з членами сім'ї, що проживають окремо
Спілкування з друзями та сусідами	4 індикатора, що характеризують частоту спілкування з друзями та сусідами
	Частка респондентів, які спілкуються з друзями чи сусідами кожен день чи майже кожен день
	Частка респондентів, які спілкуються з друзями чи сусідами хоча б один раз на тиждень
	Частка респондентів, які спілкуються з друзями чи сусідами 1-3 рази на місяць
Громадська та суспільна активність	6 індикаторів, що відображають участь респондентів у громадських (політичних, релігійних, національних, етнічних об'єднаннях тощо)
	Частка респондентів, які є членами громадських, політичних об'єднань, організацій
	Частка респондентів, які є членами національних, етнічних об'єднань
	Частка респондентів, які є членами об'єднань фермерів
	Частка респондентів, які є членами релігійних об'єднань
	Частка респондентів, що бере участь у політичному, громадському, суспільному житті
	Кількість і частка ГО соціального (політичного) спрямування відповідної етноменшини
Захист прав і підтримка етноменшин	4 індикатора, що відображають суб'єктивне бачення респондентами захисту своїх прав, прав національних меншин
	Частка респондентів, що відчуває утиски своїх прав
	Частка респондентів, які вважають, що українська держава достатньо піклується про національні меншини
	Частка респондентів, які вважають, що українська держава мало піклується про національні меншини
	Частка респондентів, яких підтримує етнічна батьківщина

Загальна оцінка соціального середовища та суспільного життя	11 індикаторів, що відображають суб'єктивне бачення респондентами рівня задоволеності своїм життям (суспільним життям) та соціальної напруженості
	Частка респондентів, які у повсякденному житті зустрічають-ся з прикладами хабарництва
	Частка респондентів, які високо оцінюють задоволеність своїм життям (8-10 балів)
	Частка респондентів, які дуже не задоволені своїм життям (1 бал)
	Частка респондентів, які високо оцінюють задоволеність своїм суспільним життям (8-10 балів)
	Частка респондентів, які дуже не задоволені своїм суспільним життям (1 бал)
	Середній бал задоволеності респондентів своїм життям (суспільним життям)
	Частка респондентів, які, оцінюючи соціальну напруженість, вважають, що не все погано і жити можна
	Частка респондентів, які, оцінюючи соціальну напруженість, вважають, що терпіти важке становище неможливо
	Частка респондентів, які вважають, що більшості людей можна довіряти (10 балів)
	Частка респондентів, які вважають, що в спілкуванні з людьми слід бути дуже обачними (1 бал)
Середній бал довіри респондентів у спілкуванні з людьми	

Література:

1. European Quality of Life Survey 2016. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2017/fourth-european-quality-of-life-survey-overview-report>.
2. The Canadian Index of Wellbeing //University of Waterloo. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://uwaterloo.ca/canadian-index-wellbeing/what-we-do/domains-and-indicators>.
3. Final report of the expert group on quality of life indicators. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/7960327/KS-FT-17-004-EN-N.pdf/f29171db-e1a9-4af6-9e96-730e7e11e02f>.
4. Вимірювання якості життя в Україні. Аналітична доповідь, Лібанова Е.М., Гладун О.М., Лісогор Л.С. та ін. – К.: 2013. – 50с.
5. Гукалова І.В. Якість життя населення України: суспільно-географічна концептуалізація/ монографія, Київ, 2009. – 346с.
6. Якість життя населення регіону: аналіз, прогнозування, соціальна політика Монографія /За ред В.Г. Ніфоренка. - МОНМС України. Одеський

нац. економічний унів-тет. – Одеса, 2012. – 316 с.

7. Бакальчук В.О. Основні тенденції громадської активності національних меншин в Україні у контексті реформи децентралізації. Аналітична записка. Серія «Громадянське суспільство» // Національний інститут стратегічних досліджень. - 2019. - № 1. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-08/ANALIT%20BAKALCHUK%20CIVIL%20SOCIETY%20%23%201%202019.pdf>.

8. Бабинець І., Остапець Ю. Суспільно-політичний та культурний розвиток угорської національної меншини Закарпаття (1991–2004 рр.) // Наукові записки. Курасівські читання – 2005. - 2005. – Випуск 30, книга 1. – С. 56–68.

9. Остапець Ю., Скиба І. Суспільно-політичний та культурний розвиток угорців Закарпаття (1991–2008 рр.) // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2009. – Вип. 2. – С. 63–69.

10. Стратегічні пріоритети. Фахове видання з економічних, філософських та політичних наук. – 2018. – №1(46). - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://niss-priority.com/index.php/journal/issue/view/2/1-2008-pdf>.

11. Пелін О. В. Визначальні риси гетеростереотипів національних меншин Закарпаття // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2014. - Вип. 64. - С. 6–13.

12. Кривошея Т., Сербіна Ю. Локальна ідентичність і міжетнічна взаємодія півдня Одеської області: проблеми і напрями трансформації, за ред. к.політ.н. Шелест Г. 2015. – Січень. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://pease.in.ua/lokalna-identychnist-i-mizhetnichna-vzajemodiya-pivdnyu-odeskoji-oblasti-problemy-i-napryamy-transformatsiji/>.

13. Балух В., Докаш В. Сучасний стан і специфіка міжнаціональних відносин у Чернівецькій області (на прикладі соціологічних досліджень 2015 р.) // Релігія та Соціум. - 2016. - №1-2(21-22). - С. 95–104.

14. Румунська та молдовська національні меншини в Україні: стан, тенденції та можливості співпраці : зб. наук.-експерт. матеріалів / [Ю. А. Тищенко, А. М. Круглашов, В. О. Бакальчук, С. В. Дубова, Н. В. Нечаєва-Юрійчук]; за наук. ред. Ю. А. Тищенко. – Київ: НІСД, 2019. – 112с. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-09/dopovid_rum_mold_menshyny_druk.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПОЗАШКІЛЬНОЮ ОСВІТОЮ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Шевченко Н.О.,

*доктор наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри публічного управління та права,*

Шабасєва Л.М.,

*аспірант кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради*

Постановка проблеми. В умовах проведення реформування системи національної освіти особливої актуальності набуває проблема ефективності позашкільної освіти через вдосконалення діючих та запровадження нових механізмів державного управління. Позашкільна освіта спільно з дошкільною, загальною середньою, професійною, вищою формує цілісний освітній простір. У європейському освітньому просторі і в Україні роль позашкільної освіти полягає в забезпеченні освітньої діяльності дітей та молоді у вільний час. В Україні ця система перебуває під патронатом держави, натомість у західному світі вона належить до компетенції неурядових організацій.

Однак в нормативно-правовій базі України відсутнє визначення поняття «механізм державного управління позашкільною освітою». В умовах правових, соціальних, економічних, політичних, ідеологічних та інших змін, які відбуваються в нашій країні, питання становлення та розвитку позашкільної освіти посідає вагомe місце в системі освіти. Серед численних соціальних проблем, які супроводжують процес інтеграції України у світовий та європейський освітній простір, однією з найактуальніших є проблема організації вільного часу дітей і молоді, їх соціальний захист та підтримання ініціатив, спрямованих на оптимальне облаштування у цій сфері. Саме тому питання, що стосується становлення та розвитку позашкільної освіти є досить актуальним та потребує подальшого дослідження.

Стан дослідження. Питання реформування систем освіти в Україні та в зарубіжних країнах, державного управління освітою, приведення національних систем освіти у відповідність до міжнародних вимог знайшли відображення в працях відомих вчених: О.В.Биковської, В.Г.Кременя, С.О.Кравченка, М.М.Білинської, В.В.Сиченка, Т.В.Іванової, ВД..Бакумнека, О.Ю.Оболєнського, О.І.Шапоренко та ін.

У публікаціях звернуто увагу на сучасні підходи державного управління до організації освіти, розкриваються її потужні можливості у розвитку творчого потенціалу особистості. Зроблено висновки, що нові умови суспільного розвитку роблять необхідним оновлення і кардинальні зміни в системі освіти

України, розроблення наукового супроводу її реформування. Але, проведений аналіз публікацій у галузі державного управління дає підстави стверджувати, що на сьогодні майже не існує вітчизняного дослідження, в якому приділялась би увага вивченню аспектів державного управління позашкільною освітою. Лише останнім часом з'явилися наукові праці Р. Науменка, в яких розкрито важливість і необхідність дослідження теоретико-методологічних основ державного регулювання сучасної вітчизняної системи позашкільної освіти.

А також слід зазначити, що в освітянській літературі та дослідженнях у галузі державного управління немає системного комплексного дослідження та теоретичного обґрунтування механізмів реалізації цього завдання, насамперед, зіставлення реалій практики вітчизняної системи управління позашкільною освітою та досвіду зарубіжних країн. Саме цими обставинами зумовлена необхідність подальших наукових досліджень змісту позашкільної освіти.

Мета статті – дослідити зміст позашкільної освіти, особливості її правового регулювання, виділити її характерні ознаки, здійснити узагальнення особливостей і тенденцій розвитку державного управління позашкільною освітою та визначити можливі напрями застосування досвіду зарубіжних країн.

Виклад основного матеріалу. Нові вимоги до рівня знань і вмінь, норм поведінки людини потребують переосмислення парадигми позашкільної освіти. Процес реформування системи освіти в Україні зумовлює необхідність переходу до якісно нового стану всіх її складових, зокрема позашкільної, і потребує удосконалення державного регулювання цієї галузі. Першочергового значення набувають питання розроблення державної стратегії розвитку й збереження мережі позашкільних навчальних закладів різних типів. Позашкільна освіта є невід'ємним складником системи освіти, визначеної Конституцією України, законами України «Про освіту», «Про позашкільну освіту», і спрямована на розвиток здібностей дітей та молоді у сфері освіти, науки, культури, фізичної культури і спорту, технічної та іншої творчості, здобуття ними первинних професійних знань, вмінь і навичок, необхідних для їх соціалізації, подальшої самореалізації та професійної діяльності[1].

У філософському розумінні освіта – багатозначне поняття, що означає і сферу соціально-культурної практики, і галузеву систему, і спеціально організований процес, і визначений результат діяльності. Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями, зацікавлення людини культурними цінностями науки, мистецтва, моральності, права, перетворення природної людини в культурну особистість.

Визначення механізмів державного управління, їх ідентифікація та

розроблення належать до актуальних наукових проблем та здійснюються дослідниками за багатьма підставами: «структурний» і «системний» підходи, аспектний підхід (адміністративні, економічні, інформаційно-психологічні), і в різних наукових галузях – у суспільствознавчих науках, у теорії управління організаційними системами (механізми функціонування, управління, управління проектами), в економічній теорії (механізм як стратегічна гра між суб'єктами і центром), в організаційному дизайні(координаційні механізми), в економіко-технічних дисциплінах (механізми управління як процедури прийняття управлінських рішень). Ці наукові галузі постачають теорії державного управління науково-методологічні та організаційно-правові основи формування і функціонування механізмів державного управління позашкільною освітою, які потребують свого використання в практиці державного управління [3]

Поняття «механізми державного управління» визначається у найширшому розумінні як «способи розв'язання суперечностей явища чи процесу в державному управлінні, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй форм і методів управління», що зафіксовано в «Енциклопедичному словнику з державного управління, 2010» [2].

Для сучасного стану державного управління системою освіти характерний процес децентралізації. Він полягає в тому, що державні органи розробляють стратегічні напрями розвитку, а регіональні й місцеві органи вирішують конкретні організаційні, фінансові, кадрові, матеріальні проблеми. Утім зазначений поділ відповідальності характерний для державних структур управління. Однією з нагальних проблем функціонування системи ПНЗ різних типів та форм підпорядкування є пошук ефективних механізмів модернізації державного регулювання розвитку позашкільної освіти[5].

Освіта радянського зразка, яку адаптували під незалежну Україну, не відповідає часу. Про це давно кажуть педагоги, батьки і випускники шкіл та закладів позашкільної освіти. Хоча за вікном XXI століття – ера цифрових технологій та інформації, ще кілька років тому освітяни працювали на старих засадах, а неодмінною реальністю освітньої системи залишались паперові плани та журнали. Українську освіту кілька років тому вирішили реформувати та перетворити на інноваційне середовище, в якому учні й студенти отримують навички та вміння самостійно здобувати знання і застосовувати їх у практичній діяльності. Так прописано в концепції реформи. Реформа передбачає впровадження нового стандарту освіти, покращення матеріально-технічної бази, створення прозорої системи фінансування навчальних закладів та підвищення престижу професії педагога. Окрім того, Міністерство освіти і науки України пропонує 5 ключових змін позашкільної освіти – від створення нової моделі фінансування до модернізації змісту[11].

В Законі України «Про освіту» визначено мету освіти. Нею є «всебічний

розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору[1]. Для досягнення мети цим Законом виокремлено ключові компетентності, необхідні сучасній людині для успішної життєдіяльності. Компетентності тісно пов'язані зі знаннями, уміннями і навичками.

З огляду на це, у закладах позашкільної освіти будуть започатковані нові методики викладання, запроваджені проектна робота та навчання через діяльність, змінений формат спілкування вихованців, педагогів та батьків. Тому слід звернути увагу на наступні методичні рекомендації щодо реалізації ключової реформи Міністерства освіти і науки України «Нова українська школа» в позашкільлі:

1. «Замість тисяч закладів позашкільної освіти незабаром буде 5-7 українських платформ».

2. «Предметно-урочна система застаріла. Набирають оберти кейсові технології».

3. «Гіпермаркет знань».

4. Трек для профорієнтації.

5. «На заняттях 80 % часу мають говорити вихованці».

6. Маркетинг в освіті. [13]

Докладніше розглянемо поняття «позашкільна освіта» як сукупність знань, умінь та навичок, що отримують вихованці, учні і слухачі в позашкільних навчальних закладах у вільний час від навчання в загальноосвітніх та інших навчальних закладах. Розглянемо ці компоненти:

Знання – це упорядкована, певним способом одержана, у відповідності з будь-яким критерієм (нормами) оформлена інформація, яка має соціальне значення і визнається як отримане визначеними соціальними суб'єктами і суспільством загалом. Залежно від рівня функціонування одержана інформація може бути поділена на два типи: звичайно отримана повсякденна інформація та спеціалізовано отримана інформація (наукова, релігійна, філософська).

Поняття «уміння» означає елементи діяльності, що дозволяють що-небудь робити з високою якістю, наприклад, точно і правильно виконувати якусь дію, операцію, серію дій або операцій. Уміння звичайно містять автоматично виконувані частини, названі навичками, але загалом являють собою свідомо контрольовані частини діяльності, принаймні в основних проміжних пунктах і кінцевій меті.

Під терміном «навички» слід розуміти автоматизовані, інстинкто-подібні

компоненти умінь, реалізовані на рівні несвідомого контролю. Якщо під дією розуміти частину діяльності, що має чітко поставлену свідому мету, то навичкою також можна назвати автоматизований компонент дії. При автоматизації дій і операцій, перетворенні в навички у структурі діяльності відбувається ряд перетворень. Автоматизовані дії й операції зливаються в єдиний цілісно виконуваний акт, іменованій умінням (наприклад, складна система рухів людини, яка читає лекцію). При цьому зайві, непотрібні рухи зникають, а кількість помилкових різко зменшується.

Важливе значення для розуміння процесу формування навичок має їх перенесення, тобто поширення і використання навичок, сформованих у результаті виконання одних дій і видів діяльності, на інші.

Для того, щоб таке перенесення відбулося нормально, необхідно, щоб навичка стала узагальненою, універсальною, узгодженою з іншими навичками, діями і видами діяльності, доведеною до автоматизму. Уміння утворюються в результаті координації навичок, їх поєднання в системи за допомогою дій, що перебувають під свідомим контролем. Через регуляцію таких дій здійснюється оптимальне керування уміннями. Воно полягає в тому, щоб забезпечити безпомилковість і гнучкість виконання дії, тобто одержання насамкінець надійного результату дії.

Суб'єктами, які отримують позашкільну освіту, є вихованці, учні та слухачі. Так, вихованці – це особи, які відвідують гуртки, клуби, творчі об'єднання, секції позашкільного навчального закладу за інтересами, здібностями та нахилами, отримують допрофесійну підготовку; учні – це особи, які відвідують класи та інші творчі об'єднання позашкільного навчального закладу, навчально-виховна робота в яких організована у формі класно-урочної або іншої системи; слухачі – це особи, які проводять дослідницьку, пошукову та експериментальну роботу з різних проблем науки, техніки, мистецтва. [8]

Позашкільна освіта України наділена певними ознаками. Вона, по-перше, є підсистемою системи освіти України; по-друге, розглядається як цілеспрямований процес навчання, виховання і розвитку особистості, що відбувається у час, вільний від навчання; по-третє, здійснюється лише у позашкільних початкових закладах (наприклад, у гуртках, секціях, клубних, культурно-освітніх, спортивно-оздоровчих установах, науково-пошукових об'єднаннях на базі загальноосвітніх навчальних закладів); по-четверте, проводиться за особистим бажанням суб'єкта; по-п'яте, задовольняє потреби осіб, які прагнуть розширити свій світогляд більшим обсягом інформації, яку не можуть отримати в навчальній установі; по-шосте, допомагає отримати певний результат у вигляді додаткових (нових) знань, умінь чи навичок; по-сьоме, сприяє соціалізації особистості [10].

Демократичному суспільству потрібні політично свідомі, професійно компетентні керівники та педагоги, керівники гуртків. Зміни підходів до формування державного замовлення на підготовку фахівців з вищою

освітою, зокрема й для управління позашкільною освітою з питань інноваційної діяльності (менеджменту, маркетингу, трансферу технологій, фінансів, комерціалізації), потребують також створення єдиного наукового та навчально-методичного механізму підготовки керівників з метою здійснення інноваційної діяльності у позашкільних навчальних закладах. Зараз майже у кожної людини є смартфон. І є п'ять-сім їх основних брендів. Така сама ситуація з соціальними мережами. Світ переходить до того, щоб замість точкових речей використовувати глобальні платформи. Заклади позашкільної освіти – не виняток. Замість тисяч закладів позашкільної освіти незабаром буде п'ять – сім українських платформ, кожна з яких включатиме у себе повний набір знань з певним нахилом, наприклад, із природничим, технічним чи гуманітарним. І кожен зможе обирати платформу, на якій вчитиметься, переважно онлайн [13].

Отже, оновлення суспільства потребує від керівників та колективу позашкільних освітніх закладів усіх рівнів і типів зміни свого менталітету, саморозвитку (самоменеджменту тощо), становлення духовної культури особистості, яка тільки і зможе забезпечити адекватну професійну діяльність. Позашкільна освіта України перебуває на важливому сучасному етапі оновлення, пошуку шляхів подальшого розвитку та вдосконалення.

Література:

1. Закон України про освіту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
2. Закон України про позашкільну освіту // Освіта України: нормат.-прав. документи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
3. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад. : Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін. ; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. – К.: НАДУ, 2010. – 820 с.
4. Національна доктрина розвитку освіти України // Нормативно-правове забезпечення освіти: у 4 ч. – Х., 2004. – Ч.1. – С. 5-24.
5. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/>.
6. Сиченко В.В. Механізми регулювання системи освіти: сучасний стан та перспективи розвитку: [монографія] / В.В. Сиченко – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 400 с.
7. Конституція України: офіційний текст. Коментар законодавства України про права та свободи людини і громадянина: навч. посібник / авт-уклад. М.І. Хавронюк. – [2-ге вид., переробл. і допов.]. – К.: А.С.К., 2003. – 384 с.
8. Андрейчук С.К. Державне управління розвитком вищої освіти України в умовах інтеграції в європейський освітній простір / С.К. Андрейчук // Наукові

студії Львівського соціологічного форуму “Багатомірні простори сучасних соціальних змін”. – Львів, 2008. – С. 469-472.

9.Бакуменко В.Д., Бондар І.С., Горник В.Г., Шпачук В.В. Особливості публічного управління та адміністрування: навч. посіб.-Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. – 256с.

10. Якайтис І.Б. Стратегічні вектори реалізації державних механізмів управління в сфері науки та освіти. «Україна–Болгарія–Європейський Союз: сучасний стан та перспективи»: збірник з доповідями VI Міжнародної науково- практичної конференції 15-22 вересня 2018 р. Варна: Видавництво «Наука та економіка», 2018. – С. 175-178.

11.<http://pedpresa.ua/193645-mon-proponuye-5-klyuchovyh-zmin-pozashkilnoyiosvity.html>

12. <http://refob.edufuture.biz/7w.html>

13.<https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/zz-1-yakoyu-bude-osvita-maybutnogovoyim-bachennyam-dilytsya-ekonomist-i>

ТЕЗИ НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПРОФЕСІЙНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ

Лутай Л.А.,

доктор економічних наук, професор,

Помінчук С.Г.,

заступник начальника відділу надання соціальних послуг

Новобузького РЦЗ,

ІПК ДСЗУ

Для обґрунтування організаційно-економічного механізму необхідно визначити концептуальні засади професійної орієнтації населення взагалі та, учнівської молоді, зокрема. Серед них: забезпечення запиту особистості на повну та достовірну інформацію про світ професій, види економічної діяльності; врегулювання невідповідності якості та напрямів професійної підготовки вимогам ринку праці; підвищення рівня престижності робітничих професій; задоволення потреб особистості у професійній реалізації та навчанні впродовж життя; системний моніторинг ринку праці та оперативне реагування на його потреби; створення системи соціального партнерства з метою забезпечення ринку праці кваліфікованими працівниками. Необхідно сформулювати абсолютно новий імідж системи професійної орієнтації населення як інституту, що базується на наукових досягненнях в галузі психології, філософії, педагогіки та економіки та сприятиме професійній самореалізації та неперервного професійного розвитку особистості упродовж життя.

В умовах реформування економіки, державну службу зайнятості переведено в Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. В цих умовах державна служба зайнятості повинна налагодити взаємодію з: роботодавцями щодо узгодження навчальних програм для підготовки кваліфікованих кадрів, умов гарантованого працевлаштування; загальноосвітніми начальними закладами щодо проведення професійної орієнтації учнівської молоді; закладами професійної (професійно – технічної) та вищої освіти щодо професійної орієнтації в умовах різних форм отримання освіти: інституційною, індивідуальною, на робочому місці (на виробництві); дуальною, що поєднує навчання осіб у закладах освіти з навчанням на робочих місцях для здобуття певної кваліфікації; соціальними партнерами та засобами масової інформації щодо популяризації професійної орієнтації.

Компетентнісними траєкторіями професійної орієнтації учнівської молоді в системі регулювання ринку праці є: рівні професійної освіти: від робітничої

професії до другого (магістерського) рівня вищої освіти; місце отримання професійної орієнтації: загальноосвітній навчальний заклад, державна служба зайнятості, виробництво, заклади освіти; види професійної орієнтації освіти: формальна, неформальна, інформальна (самоосвіта); професійна орієнтація під час отримання освіти за різними формами для здобуття певної кваліфікації.

Взявши за основу регіонально-галузевий принцип планування потреби в підготовці робітників і фахівців у закладах початкової, середньої та вищої професійної освіти, теоретичні доробки щодо впровадження концепції професійної орієнтації населення протягом життя в державній службі зайнятості, було організовано та проведено експеримент в ряді загальноосвітніх шкіл м. Новий Буг, Миколаївської області.

Головна мета експерименту полягала в перевірці можливості організації професійної орієнтації на засадах інтегрованої моделі професійної орієнтації, яка передбачає ознайомлення учнівської молоді із корельованими професіями та спеціальностями галузей регіону та професіями малого і середнього підприємства.

Для формування організаційно-економічного механізму професійної орієнтації учнівської молоді використано дослідно-експериментальний метод - для визначення ефективності механізму; метод статистичної обробки результатів – для математичної обробки отриманих даних для кількісного і якісного аналізу результатів дослідження з метою узагальнення даних експериментальної роботи.

Опитування показало, що лише 21,9 % учнів визначилися з подальшим професійним вибором, з них 14,3 % назвали професію і галузі її застосування, наводили приклади навчальних закладів, у яких можна отримати обрану професію. 4,2 % опитаних учнів знають лише назву професії, не володіють знаннями про види навчальних закладів. 2,6 % респондентів визначились із видом діяльності, але назву професії не називають. 79,2 % опитаних учнів не визначились з обраною професією, 84,3 % не цікавилися потребами свого регіону в кадрах.

Порівнявши галузі перспективного розвитку регіону та вибір учнів, можна відзначити відсутність у виборі таких галузей як залізничний, річковий, автомобільний, авіаційний та трубопровідний транспорт, галузі суднобудування, низький відсоток обраних професій у морському транспорті; у виборі відсутня готельно-ресторанна галузь, а значить, можливість започаткування власної справи.

Організаційно – економічний механізм професійної орієнтації учнівської молоді в системі регулювання ринку праці побудований відповідно позиції «вид економічної діяльності», яка містить в собі професії, що є пріоритетними у розвитку сільських територій, приморських регіонів, монофункціональних шахтарських територій, в урбаністичному напрямку.

Суб'єктами впровадження організаційно-економічного механізму є:

учнівська молодь, батьки, заклади освіти, державна служба зайнятості, громадськість, роботодавці (представники великого, середнього, малого та мікробізнесу). Ресурсне забезпечення даного механізму складають такі види: законодавче - укладання Угоди з Міністерством освіти та науки щодо обов'язкового включення в профорієнтаційну роботу закладів освіти профорієнтаційних уроків державної служби зайнятості; фінансове - забезпечення впровадження моделі; кадрове - впровадження процедури

професійного відбору фахівців з професійної орієнтації; організаційне - створення в базових центрах зайнятості та філіях нового сервісного підрозділу з професійної орієнтації населення. Рівневий розподіл повноважень щодо впровадження організаційно-економічного механізму професійної орієнтації учнівської молоді включає державний, регіональний рівні та рівень навчального закладу.

Реалізація організаційно-економічного механізму професійної орієнтації учнівської молоді здійснюється за такими етапами: затвердження Концепції професійної орієнтації учнівської молоді та відповідних підзаконних актів; розробка та затвердження плану дій щодо модернізації професійної орієнтації населення; створення нових закладів професійної орієнтації населення; затвердження оновлених методик та інструментарію; створення регіональних центрів професійної досконалості профконсультантів, сертифікація профконсультантів з професійної орієнтації населення; визначення пілотних навчальних закладів та базових центрів зайнятості (філій).

Результатом впровадження є: систематизація роботи фахівців з професійної орієнтації державної служби зайнятості, що сприятиме розширенню спектра знань учнів про світ професій, перспективні напрямки розвитку ринку праці, конкретних регіонів, збалансування попиту та пропозиції на ринку праці.

Таким чином, організаційно-економічний механізм професійної орієнтації учнівської молоді конче потрібен зараз, в умовах проведення соціально-економічних реформ. Перспективи подальших розвідок полягають в створенні єдиної науково обґрунтованої системи професійної орієнтації учнівської молоді в державній службі зайнятості, формування економічних знань про стан та перспективи розвитку ринку праці, усвідомленого вибору професії, попередження молодіжного безробіття.

Література:

1. Ільч Л.М. Взаємодія ринків праці та освіти: сутність, характерні риси та модель функціонування / Л.М. Ільч // Економіка та держава. – 2017. – №4. – С.69 – 74.

2. Дробиш Л.В. Профорієнтація як орієнтир формування пропозиції праці у регіоні / Л. В. Дробиш // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – № 5 (67). – С. 38-43.

3. Згалат-Лозинська Л.О. Удосконалення професійної орієнтації на основі прогнозування тенденцій ринків праці та освітніх послуг / Л.О. Згалат-Лозинська // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 9. - С. 313-323.
4. Маршавін Ю. М. Регулювання ринку праці України: теорія і практика системного підходу: моногр. / Ю. М. Маршавін. – К. : Альтерпрес, 2011. – 396с.
5. Ортікова Н.В. Мотиваційна готовність випускників ВНЗ до праці / Н.В. Ортікова // Ринок праці та зайнятість населення – 2009.- № 3. – С. 13-17.
6. Стан та перспективи розвитку інфраструктури регіонів України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua>.
7. Помінчук С.Г. Удосконалення напрямів профорієнтаційної роботи з молоддю в регіонах / С.Г. Помінчук // Регіональна економіка. – 2017. – №3 (85). – С.65 – 69.

ПРОГНОЗУВАННЯ ЗМІН ВІКОВОЇ СТРУКТУРИ НАСЕЛЕННЯ ДЛЯ ПРОСТОРОВОГО ПЛАНУВАННЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Матвійшин Є.Г.,

д.е.н., доцент,

*Львівський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президенті України,*

Матвійшин В.Є.,

магістр архітектури,

ПП «Патронат» (м. Львів)

Просторове планування полягає у визначенні територій для розселення, місць застосування праці, відпочинку, інженерно-транспортної інфраструктури та інших об'єктів. Результатом такої діяльності є текстова та графічна документація, дотримання якої забезпечить у майбутньому раціональне використання територій, зокрема спорудження там необхідних для жителів об'єктів (житлових, виробничих і громадських будівель, доріг, транспортних вузлів, інженерних комунікацій тощо). Наприклад, польські дослідниці звернули увагу на врахування духовних потреб населення у процесі просторового планування сільських територій [1]. Існують дослідження проблем просторового розвитку як на рівні Європейського Союзу [2], так і на рівні окремих областей України. Вітчизняні вчені обґрунтували поняття «поселенський потенціал» як спроможність до відтворення населення, розвитку місцевої економіки та збереження довкілля [3, с. 5]. Території областей України мають свої особливості просторового розташування. Наприклад, сільські поселення Полтавської області формувалися на рівнинній території у

межах лісостепової та степової природних зон, завдяки чому мають рівномірне поширення [4, с. 45]. Області відрізняються також соціально-економічними умовами, які впливають на демографічні процеси.

Таблиця 1

**Результати прогнозування змін вікової структури
сільського населення в областях України**

Області України	Прогнозна чисельність населення у 2038 р. (осіб)			Відносні зміни чисельно-сті вікових груп за 20 ро-ків (%)		
	віком до 15 років	віком 15-70 років	віком понад 70 років	віком до 15 років	віком 15-70 років	віком понад 70 років
Вінницька	105367	462667	98304	-11%	-15%	-26%
Волинська	100604	338664	52514	-4%	0%	-6%
Дніпропетровська	72909	320967	68475	-15%	-15%	-8%
Донецька	39247	215940	53366	-31%	-25%	-9%
Житомирська	77028	304018	58753	-11%	-14%	-27%
Закарпатська	145981	563654	89587	-7%	-2%	45%
Запорізька	52103	235830	51427	-18%	-18%	-4%
Івано-Франківська	128878	527235	103153	-7%	-5%	16%
Київська	101688	436177	80716	0%	-5%	-20%
Кіровоградська	44620	193179	39069	-21%	-24%	-29%
Луганська	25256	154158	41265	-31%	-28%	-4%
Львівська	158319	660923	133591	-7%	-6%	13%
Миколаївська	55307	218271	42219	-15%	-18%	0%
Одеська	147523	540523	85194	-4%	-5%	10%
Полтавська	61232	307781	71499	-21%	-22%	-17%
Рівненська	150381	433550	64750	9%	6%	2%
Сумська	33542	182085	44822	-25%	-28%	-26%
Тернопільська	81998	371537	77754	-12%	-11%	-7%
Харківська	56446	305155	68202	-25%	-21%	-10%
Херсонська	57258	250195	50114	-18%	-18%	16%
Хмельницька	74132	311826	71115	-14%	-20%	-29%
Черкаська	63642	309306	68274	-15%	-18%	-25%
Чернівецька	87451	343785	62646	-9%	-6%	7%
Чернігівська	36715	177102	46850	-23%	-29%	-42%

Для якісного просторового планування сільських територій необхідно брати до уваги довгострокові прогнози щодо чисельності і структури населення. Це важливо, зокрема з погляду забезпечення надання освітніх і медичних послуг.

Окремої уваги заслуговує питання прогностичного періоду. Вважаємо, що такий період повинен становити принаймні 20 років, що зумовлено, зокрема, тим, що державні будівельні норми України передбачають, що для формування завдань на розробку генеральних планів населених пунктів необхідно вказати дані про населення на етап 15-20 років [5, с. 4]. Деякі проекти, наприклад, будівництво шкіл, вимагають значних затрат часу на виготовлення проектної документації та на їх спорудження, а отже – повинні опиратися на обґрунтовані розрахунки потреби в послугах на тривалий період.

Для прогнозування змін вікової структури населення проаналізовано зміни чисельності населення в суміжних 5-річних вікових групах, які відбулися за попередні п'ять років. Статистичні дані про сільське населення (чисельність, статевий і віковий склад, народжуваність тощо) у 2018 році отримані з веб-сайтів Державної служби статистики України. Зроблено припущення, що рівень народжуваності, смертності і міграції в областях залишиться незмінним. Завдяки використанню розробленої комп'ютерної моделі виконано прогнозування змін чисельності вікових груп, які відбуваються кожних 5 років. Через відсутність інформації не виконано розрахунків для Автономної Республіки Крим. Області України суттєво відрізняються за величиною прогностичних змін вікової структури сільського населення (табл. 1).

Отримані результати засвідчили, що лише у Рівненській області чисельність сільського населення до 2038 року збільшиться, зокрема на 9% зросте чисельність дітей віком до 15 років. З погляду просторового планування в цій області доцільно приділити увагу проектуванню і будівництву або розширенню сільських шкіл і дитячих дошкільних закладів. В інших областях (особливо в тих, де прогнозується значне зменшення чисельності дітей) необхідно передбачити заходи щодо оптимізації закладів освіти. У Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Одеській, Херсонській і Чернівецькій областях до 2038 року в сільській місцевості суттєво зросте чисельність осіб, старших за 70 років. Отже, в цих областях підвищиться потреба у громадських об'єктах, орієнтованих на надання послуг особам старечого віку. Зміни чисельності сільського населення віком 15-70 років потрібно брати до уваги, плануючи розміщення в областях виробничих об'єктів та розвиток місцевих галузей економіки.

У більшості областей України зменшиться чисельність усіх вікових груп сільського населення. Така ситуація зумовить виклики, пов'язані з повноцінним наданням освітніх послуг, належним медичним обслуговуванням, наданням різноманітних адміністративних послуг. Прогнозування дає змогу заздалегідь виявити проблеми, зумовлені депопуляцією населення, та розробити заходи для їх вирішення під час просторового планування сільських територій.

Література:

1. Pawlowicz, Joanna & Szafranko, Elzbieta. (2017). Concept of rural spatial planning in line with social expectations. DOI: 10.22616/ERDev2017.16.N255.
2. ESDP European Spatial Development Perspective. Towards Balanced and Sustainable Development of the Territory of the EU. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/pdf/sum_en.pdf.
3. Трансформація сільського розселення в Україні: кол. моногр. / за ред. Т. А. Заяць ; Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – Київ, 2017. – 298 с.
4. Федій О. А. Територіальна структура сільського розселення Полтавської області // Український географічний журнал. – 2016. – №3. – С. 44-49.
5. ДБН Б.1.1-15:2012. Склад та зміст генерального плану населеного пункту. – Київ: Мінрегіон, 2012. – 22 с.

INTEGRATION OF UKRAINIAN SMALL ENTREPRENEURSHIP INTO THE EUROPEAN AND WORLD SPACE

Piatnytska G.T.,

Doctor of Economic Sciences, Professor;

Lukashova L.V.,

*Ph.D. in Economic Sciences, Associate Professor,
doctoral student of the Department of Management,
Kyiv National University of Trade and Economics*

Small business entities in Ukraine represent the widest range of businesses. At the end of 2018, their number represented 99,1% of all business entities, which in absolute terms equals 1822671 units. The vast majority (96.8%) of small business entities are micro-business entities. The share of sold products by small business entities in the years 2010 - 2018 fluctuates within 19,2 – 25,1% (Fig. 1).

One of the important issues of entrepreneurship development in Ukraine is the integration of national small business entities into the European and world space in order to increase their efficiency, increase the number of jobs and increase their added value. The prerequisites for the internationalization of national small business are stabilization of the macroeconomic situation since 2014, a certain increase of Ukraine's positions in international ratings (for example, Ukraine has risen in the ranking of investment attractiveness Doing Business-2020 by 7 points and ranked 64th among 190 countries due to improvement of the clearance procedure on construction, simplification of electricity generation, improvement of reliability

of electricity supply, facilitating access to credit information, strengthening of protection of minorities investors, simplification of international trade conditions [3]), reform of the tax system, improvement of legal support, availability of relatively cheap and highly skilled labor, etc. The internationalization of entrepreneurship should be considered more broadly than export, due to the three main forms: trade, cooperative and investment. At the same time, the share of small and medium-sized enterprises in the export of Ukraine is only 30%, and the number of entities of these two groups, which have international capital, reaches only 3%. The above facts indicate the low level of internationalization and integration of small business into the European and world space.

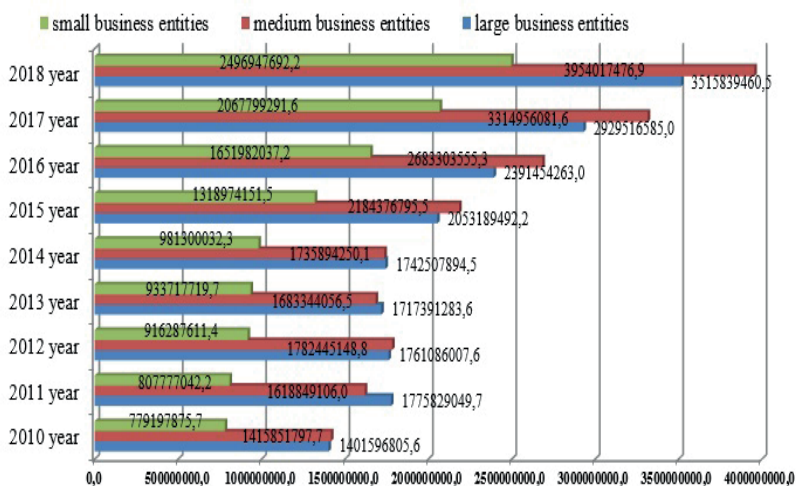


Fig. 1. Volume of sold products (goods, services) of large, medium and small business entities in Ukraine in 2010-2018, thousand UAH

Source: developed by the authors on the basis of [1]

According to the report of the analytical center of the NGO EasyBusiness within the project «Integration of Ukrainian SMEs into the EU value chain within the Association Agreement», by 2020, Ukraine has a chance to take 3rd place among European countries in the internationalization of small and medium-sized enterprises [4]. It should be noted that the current level of internationalization of small business is the worst among the OECD SME Policy Index [5], which is explained by the existence of regulatory and non-regulatory barriers that limit the export activities of small businesses. The low level of involvement of Ukrainian small business entities in the EU value chains has a negative impact on business profitability, labor efficiency, and capacity-building. According to the authors, the possibility of involving national small business entities in the European and world

space should be considered, first of all, in the context of the effective use of their potential.

Assessment of the regulatory environment in Ukraine and foreign experience of internationalization of small business in such European countries as Germany, Portugal, Lithuania, Estonia, Latvia allow to determine the list of measures that will facilitate the integration of domestic small businesses into the European and world space. Most of them relate to the regulatory environment, namely: simplifying permitting procedures, reducing the number of permitting documents, removing administrative barriers to export; strengthening the protection of intellectual property rights and authorial rights; simplification of customs procedures, their automation, reduction of influence of human factor, improvement of processes of determination of customs value of goods and certification; optimization of tax administration procedures, in particular, value added tax and income tax, improvement of the mechanism of automatic reimbursement of the value added tax, reform of the tax system in the direction of tax administration, revision of the rates of individual taxes and fees applicable to small and medium enterprises; improvement of the mechanism of international settlements: formation of a more liberal system of currency regulation in Ukraine, reduction of the number of legal acts, which is the basis for making international settlements, reduction of terms of making international payments, removal of restrictions on the choice of banks in the process of international settlements. Measures that can be attributed to the non-regulatory environment include the facilitation of access to financial and credit resources, simplification of access and process of acquiring professional knowledge and information, ensuring equal conditions of access to the latest technologies and innovations of large, medium and small businesses.

The authors consider that the mandatory conditions for integration of domestic small business into the international space are: reduction of pressure from the state oversight and control bodies, ensuring its transparency and risk orientation; guaranteeing the protection of property rights of small business entities; enhance motivation to increase volumes and improve the efficiency of entrepreneurial activity; implementation of a special program for the facilitation of small business entities in the conditions of their entering into the international market.

References:

1. Website of State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part: current document 984_011 in the actual version of 30.11.2015. Available at: https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
3. DOING BUSINESS 2020. Available at: <https://openknowledge.worldbank>.

org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf.

4. Website of Public Synergy. Project «Integration of Ukrainian SMEs into EU Value Added Circuits within the Association Agreement». Available at:

<https://www.civic-synergy.org.ua/grant-projects/integratsiya-ukrayinskogo-msb-u-lantsyugy-dodanoyi-vartosti-yes-v-mezhah-ugody-pro-asotsiatsiyu/>.

5. Website of OECD. SME Policy Index. Available at: https://www.oecd-ilibrary.org/development/sme-policy-index_24136883/

ВИТРАТИ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ КОМПАНІЙ

Гринчуцький В.І., д.е.н., професор,

Куц Л.Л., к.е.н., доцент,

Тернопільський національний економічний університет

Краудфандинг є інновацією у фінансуванні проектів й розширює коло сучасних джерел залучення капіталу для їх реалізації. Він дозволяє шляхом використання можливостей Інтернет отримувати на реалізацію проектів/ідей невеликі суми грошей від багатьох інвесторів. Розвиток ІТ-технологій у світі й в Україні відіграє вагомую роль у можливостях застосування краудфандингу, відкриваючи нові перспективи для залучення необхідних фінансових ресурсів для реалізації як стартапів, так і проектів малих та середніх компаній. Підприємцям чи малим та середнім підприємствам краудфандинг дозволяє використовувати власні соціальні мережі для фінансування бізнесу або ідей. Також потенційні інвестори зацікавлені в краудфандингових платформах, бо це полегшує їм пошук хороших та перспективних ідей з великим потенціалом.

Засвідчує зростання активності використання краудфандингу бізнес-структурами для фінансування своїх проектів той факт, що з 2014 р. на лідируючі позиції в світі (перше місце) з поміж різних категорій краудфандингу вийшли саме „бізнес і підприємництво”, зайнявши 41,3 % (\$6,7 млрд.), потіснивши соціальні проекти (18,9 %), фільми й акторське мистецтво (12,2%).

Для прийняття виважених рішень щодо залучення краудфандингового капіталу розробникам проектів потрібно ретельно врахувати всі можливі витрати краудфандингу, які значною мірою детермінуються тією чи іншою моделлю краудфандингу щодо способів виплати винагороди, які нами детально описано в [1]. Так, широко розповсюдженими моделями краудфандингу є:

- кредитування – вкладникам повертають кредитні кошти з відсотками (ця модель займає найбільшу частку ринку краудфандингу, понад 50%);
- благодійність – фінансування відбувається на основі безоплатних пожертв, інвестори нічого не очікують навзаєм окрім морального задоволення;
- нефінансова винагорода – фінансова допомога в обмін на продукцію

компанії (найчастіше це модель попереднього замовлення інноваційної продукції);

- краудінвестинг – отримання інвесторами частки в компанії;

- роялті – окрім нефінансової винагороди між засновниками проекту та інвесторами передбачено майбутній розподіл доходів чи прибутку від реалізації проекту;

- змішані (гібридні) моделі краудфандингу.

Проведений аналіз різних джерел показав, що краудфандингові платформи, зазвичай, спеціалізуються на певній моделі краудфандингу, рідше – поєднують кілька моделей, що представлено нами в табл. 1.

Таблиця 1

Застосовувані платформи моделі краудфандингу

Модель краудфандингу	Популярні у світі платформи	Українські платформи
кредитування	LendingClub (США); Prosper (США); Zora (Великобританія); Lendinvest (Великобританія); Yooli (Китай); Smava (Німеччина) Crowdfunder (США); Kiva;	КУБ
благодійність	Justgiving (Великобританія); GoFundMe (США); Indiegogo (США); Fundly (США); Betterplace (Німеччина)	Українська біржа благодійності; GoFundEd
нефінансова винагорода	GoFundMe (США); Kickstarter (США); Indiegogo (США); Ulule (Франція); Fundrazr (Канада); Boomerang (Данія)	Спільнокошт; Na-start
краудінвестинг	EquityNet (США); Fundable (США); Angelist (США); Crowdfunder (США); CrowdCube (Великобританія)	
роялті	SonicAngel; LookArtMy; Slated	
гібридні	Crowdfunder (США)	

Розроблено з використанням [4, 5]

Вкладники, внісши в проект загальну суму краудфандингового капіталу, очікують отримати винагороду (окрім моделі благодійності), яка у відсотковому вираженні до суми вкладу називається дохідністю капіталу. Дохідність капіталу для тих, хто його дає в користування, з іншого боку – це рівень витрат для компанії, яка його залучає у свій проект. Зауважимо, що ця ставка відсотка формує базовий рівень витрат, оскільки окрім цих витрат виникатимуть ще специфічні, притаманні власне краудфандингу.

Аналіз витрат на залучення краудфандингового капіталу, які у своїх дослідженнях наводять різні автори, зокрема [2, 3], дав змогу виділити такі їх види:

- комісія краудплатформі. Комісію краудфандингова платформа бере на розвиток веб-ресурсу й популяризацію платформи;
- збір платіжної системи.

Зауважимо, що відсоток від зібраної суми на комісію й збір платіжної системи дає уяву про „монетизацію платформи”. Рівень плати за розміщення проекту на краудфандинговій платформі України складає 8-10%, за кордоном – 3-5%;

- єдиний внесок за перевірку проекту краудплатформою (адміністративний збір). Деякі платформи можуть брати ще плату за відповідність нормативним вимогам (витрати на оцінку компанії платформою або зовнішніми консультантами);

- вартість винагороди вкладникам у матеріальній формі (інноваційний товар, пам’ятний сувенір, подарунок тощо) чи нематеріальній (репутаційна вигода, офіційна подяка на веб-сайті тощо). Часто це набирає форми попереднього замовлення інноваційного товару, який потім отримують ті, хто в нього „вклався”. Винагорода може залежати від рівня вкладеного капіталу;

- вартість доставки матеріальної винагороди. Якщо модель краудфандингу передбачає доставку винагороди, то цей вид витрат рекомендовано врахувати при формуванні загальної суми краудфандингового капіталу на платформі;

- фінансова винагорода у формі відсотка за кредит. Крауд-кредитування практично не відрізняється від банківського кредитування. Автор проекту сплачує позичальникам обіцяний відсоток;

- дивіденди учасникам (за акціями/ паями); збільшення вартості акцій.

Автор проекту співвласникам виплачує обумовлену винагороду відповідно до отриманої ними частки в компанії;

- роялті. Роялті передбачає майбутній розподіл доходів чи прибутку від реалізації проекту між інвесторами і його засновниками;

- податки. Платформа виступає податковим агентом;

- витрати на підготовку та запуск краудфандингової кампанії. Вони можуть охоплювати витрати на оплату додаткових послуг посередників у організації і реалізації краудфандингової угоди, включаючи рекламу проекту (за необхідності).

Отож, краудфандинговий капітал акумулюється за посередництвом краудфандингової платформи. Залежно від специфіки платформи зібрані на проєкт кошти перераховуються автору проєкту або ж повертаються вкладникам.

Зауважимо, що краудфандингового капіталу на проєкт потрібно зібрати на платформі стільки, щоб після сплати комісії платформі, збору платіжної системи та інших можливих вищерозглянутих витрат коштів вистарчило на реалізацію проєкту та сплату й доставку обіцяної вкладникам винагороди.

Література:

1. Куц Л. Л. Краудфандинг як інноваційний спосіб акумулювання інвестиційних

ресурсів. Сталый розвиток економіки. 2016. № 2 [31]. С. 181-188. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/10573>

2. Некрасова Т. П., Шумейко Е. В. Экономическая оценка краудфандинга как метода привлечения инвестиций Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т.10, № 5. С. 114-124.

3. Отливанская Г. А. Теоретические аспекты применения краудфандинга на предприятии. Економіка та держава. 2017. No11. С. 39–43.

4. 2015CF – Crowdfunding Industry Report. URL: <http://www.smv.gov.pe/Biblioteca/temp/catalogacion/C8789.pdf> (дата звернення 21.11.2019).

5. Шевченко О. М., Казак О. О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України. Ефективна економіка. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6957> (дата звернення 21.11.2019).

ВИКОРИСТАННЯ ПРОЕКТНОГО МЕТОДУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЩОДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Шпуртько Г.Ю.,

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,*

Аніщенко Л.О.,

старший викладач кафедри менеджменту,

Луговий М.Д.,

магістрант МН03-14м, ФЕМ,

Національної металургійної академії України (Дніпро)

Все більше організацій розуміють роль та важливість методів Проектного управління в різних проектах, — в тому числі і при розробці-реалізації стратегій. Однак, повнота та глибина цього використання є вкрай недостатньою, а в ряді випадків таке використання є надто формальним, майже вихолощеним.

Стратегія є найважливішим елементом самовизначення підприємства чи організації. Стратегія — це довгостроковий якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей.

В сучасних умовах складність стратегічного управління зумовлена нестабільністю та невизначеністю зовнішнього середовища. Для підвищення ефективності стратегічного управління застосовують проектний підхід, який передбачає обережне та адаптоване перенесення чужого досвіду та корпоративних стандартів інших країн, врахування всіх внутрішніх обмежень та очікувань від замовника, створення ефективної команди від самого початку,

а також розуміння, формулювання, виставлення пріоритетів інших важливих проектів розвитку організації, які, як наслідок, неодмінно впливають із головної стратегії [3].

При розробці ідеї стратегічного планування і управління ясно, що можливості переходу до нових видів діяльності залежать від того, наскільки організація у змозі успішно в них функціонувати.

Стратегічне планування — це адаптивний процес, за допомогою якого здійснюються регулярна розробка та корекція системи досить формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їхнього виконання на основі безперервного контролю та оцінки змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства.

Виходячи з різноманітності характеристик підприємств, можливі різні підходи до організації системи стратегічного управління загалом та стратегічного планування зокрема.

Однією з головних причин низької ефективності по створенню та змінам в стратегіях є ігнорування менеджерами саме проектного підходу. Головною особливістю проектного методу є те, що він краще враховує та стимулює холістичне мислення, тобто дозволяє не тільки добре адаптуватись до конкретних ситуацій, а й враховує складність та багатофакторність впливу на ситуації розвитку, можливість різних сценаріїв і, таким чином, забезпечує гнучкість в підходах щодо вироблення стратегії [4]. Це відбувається завдяки повному визначенню контексту стратегічного проекту, поєднанню різних підходів виконання стратегічного плану, управлінню портфелем стратегічних програм і проектів, управлінню змінами, що надає оперативності реагування відповідно до ситуації.

Проектний метод, як ніякий інший, працює з сукупністю суперважливих понять для ефективної розробки — таких, як невизначеність середовища, цілі, ефективна команда, розподілення ролей та функцій, управління часом та бюджетом.

Використання навіть деяких методів проектного управління допомагає — РМІ вказує на можливість часткового застосування окремих інструментів у відповідності до технологічної зрілості організації.

Суттєвою перевагою застосування проектного підходу є те, що він створює можливість для роботи зі всім життєвим циклом продукту від розробки до впровадження, що є вкрай важливим для великих холдингових структур, де некероване «нагромадження планів» із часом призводить просто до деградації, замість очікуваного росту та розвитку.

При розробці проектного підходу підприємство повинно враховувати ряд факторів, які ускладнюють його впровадження та функціонування: невизначеність ринкових умов, складність встановлення балансу між інтересами зацікавлених сторін і формування ефективної команди з належним рівнем бізнес-культури [4].

Етапами проекту є Ініціація, Планування, Виконання, Завершення.

Виходячи зі всього контексту проекту, вважається, проект по формулюванню стратегії варто поетапно розділити на відповідність таким завданням та критеріям якості. Чітко сформульовані, ці елементи є базовим блоком Стратегії, який необхідно далі комунікувати, обговорювати та затверджувати, а потім і деталізувати на рівні проектів для всієї організації.

Разом із тим, необхідно не забувати про обмеження — проектний підхід, як і кожна методика, має свої власні обмеження. Головними є необхідність відповідної культури та зрілості організації, додаткові документи та додаткова формалізація, які неодмінно супроводжують проект. Окремо можна говорити про вартість консалтингу та вартість організації проектного офісу у випадку великих організацій. Навряд чи все це потрібно малому чи навіть середньому бізнесу, які тільки визначають свій стратегічний довгостроковий шлях у бізнесі, але з іншого боку, використання навіть деяких методів проектного управління допомагає підприємству розвиватися в ринковій економіці.

Література:

1. Осовська Г. В Менеджмент організацій: Навчальний посібник / Г. В.Осовська, О. А.Осовський. — К.: Кондор, 2007. — 676 с.
2. Сладкевич В. П. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. — 3-е изд., стереотип. / В. П. Сладкевич, А. Д. Чернявський. — К.: МАУП, 2003. — 152 с.
3. Юрчак О. В. Сучасний стан розробки стратегій в Україні: Стратегія як проект Частина 1 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.management.com.ua/strategy/str197.html>
4. Юрчак О. В., Старинська А. Сучасний стан розробки стратегій в Україні: Стратегія як проект Частина 2. Формулювання та реалізація стратегій: використання проектного підходу [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.management.com.ua/strategy/str202.html>
5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: Підручник. / М. Г.Саєнко. — Тернопіль: «Економічна думка», 2006. — 390 с.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Бондар Н.М.,

*доктор економічних наук, доцент,
Національний транспортний університет*

Одним з важливим рушіїв науково-технічного розвитку суспільства завжди була і залишається технічна освіта молоді. В той же час, сьогодні в Україні має місце ситуація, коли все більше випускників як технічних, так й гуманітарних університетів мають проблеми на ринку праці. Спричинено це, насамперед, явищами системної кризи, яка зараз відбувається в економіці країни: зниженням обсягів виробництва та скороченням робочих місць, відсутністю інвестицій в проекти розвитку, високим податковим навантаженням, зменшенням державної підтримки суспільно важливих сфер: науки, освіти, медицини, спорту і культури. Все частіше молодь приймає рішення щодо пошуку кращої долі за кордоном.

Як зупинити відтік молодих і талановитих молодих людей з України? Насамперед, необхідно створити умови для можливості розкриття й реалізації їх творчого потенціалу. По друге, студентів треба навчити представляти свої ідеї, втілювати їх у життя й перетворювати на Стартапи, а останні – на готові продукти та просувати їх на ринку.

Слід відзначити, що в Україні вже є низка університетів, які сформували підприємницьку інфраструктуру для своїх студентів та випускників (Національний технічний університету «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського, Національний авіаційний університет, Національний університет «Львівська політехніка» тощо). Однак, навіть ці університети недостатньо уваги приділяють розвитку підприємницьких компетентностей, що дозволили б студентам впевнено почувати себе на ринку, не тільки реалізуючи власні ідеї, а й створюючи робочі місця для себе та членів своїх команд.

Сьогодні у багатьох країнах на рівні університетів робляться спроби стимулювання студентів до здійснення підприємницької діяльності. Цікаво, що частка студентів з Нідерландів, які спробували реалізувати підприємницькі ідеї в життя набагато нижча, ніж частка студентів у пострадянських країнах, Сполучених Штатах Америки, Польщі, Чехії. Частково це можна пояснити особливостями національних культур, у тому числі прагнення уникати ризику та невизначеності, важке сприйняття невдач, а також історичним досвідом формування еліти народів. Також, серед низки інших чинників можна відмітити незадоволеність студентів своїм рівнем життя та прагненням його покращити [1].

Студентське, або, як зустрічається в зарубіжній літературі, академічне

підприємництво сьогодні є важливим елементом, що може вплинути на конкурентоспроможність економіки через тісну співпрацю наукових підрозділів університетів та суб'єктів господарювання. Підприємницькі бази можуть мати значний вплив на залучення студентів до виконання різних видів бізнес-діяльності [2]. Поседнання технічної освіти, що тісно пов'язана із розвитком інновацій, та знань у галузі підприємництва є дуже важливим для національної економіки. Сьогодні саме інновації розглядаються як ключ до забезпечення безперервного розвитку та стабільного функціонування компаній, а підприємництво відіграє ключову роль в зростанні економіки країни у цілому.

Підприємництво пов'язане із здатністю підприємця бачити можливості та трансформувати їх у цікаві для суспільства пропозиції. Інновації забезпечують матеріалізацію підприємницьких ідей у вигляді нових продуктів, послуг, організаційних змін або нового процесу. Інновації дозволяє компаніям оновлюватися та адаптуватися до змін оточуючого середовища, змінюючи при цьому свої процедури, структури і формуючи, таким чином, собі динамічне середовище функціонування. Відсутність інновацій зумовлює інертність компаній, що в кінцевому рахунку призводить до втрати ними місця на ринку [1].

Слід зазначити, що набути підприємницьких здібностей неможливо, однак можна розвинути підприємницькі компетентності – здатності формулювати мету бізнес-діяльності, складати план дій її досягнення, визначати потребу та планувати придбання необхідних ресурсів, налагоджувати зв'язки у зовнішньому та внутрішньому середовищі, будувати організаційну систему управління, формувати систему контролю за досягненням поставлених цілей, здійснювати моніторинг ефективності діяльності компанії.

Треба зазначити, що сьогодні не існує єдиного переліку підприємницьких компетентностей. Перші спроби їх формулювання були здійснені фахівцями Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) ще у 70 – 90 х роках ХХ століття. Результати цих досліджень представлені у [3, 4]. Науковці одними з перших сформулювали тезу, що успіх підприємницької діяльності залежить від того, наскільки повно підприємці володіють підприємницьким компетентностями. Ними був запропонований набір компетентностей, які гарантували успіх підприємцям, зокрема: 1) Компетентності досягнення (ініціатива, бачення та використання можливостей, наполегливість, пошук інформації, увага високій якості роботи, виконання зобов'язань в рамках контракту, орієнтація на ефективність); 2) Компетентності мислення та вирішення проблем (систематичне планування, вирішення проблем); 3) особистісна зрілість (впевненість у собі, експертиза, визнання меж своїх можливостей); 4) Компетентності впливу (переконання, використання стратегій, здійснення впливу); 5) Компетентності директивності і контролю (наполегливість, контроль); 6) Компетентності орієнтації на інших (надійність, чесність, щирість, турбота про добробут працівників, визнання важливості ділових взаємовідносин, забезпечення навчання працівників); 7) Додаткові

компетентності (збільшення капіталу, увага іміджу товарів та послуг).

Існують й інші погляди на підприємницькі компетентності. Зокрема, Трусова Л.А. підприємницькі компетентності поділяє на шість блоків: 1) Успіхи та досягнення; 2) Взаємодія та відносини; 3) Освіта; 4) Особистісні можливості; 5) Лідерство; 6) Підприємницьке мислення. Науковець звертає увагу, що формування зазначених компетентностей є складним та комплексним процесом, що залежить від різних факторів, ключовими з яких є професійні якості викладачів економічних дисциплін, психолого-педагогічна підтримка лідерських та ділових якостей, вміння працювати в команді, прагнення постійно вчитися та розвиватися [5].

Американський психолог І. Айзен з'ясував, що поведінка людини у майбутньому визначається його намірами. Серед основних мотиваційних факторів, які обумовлюють підприємницькі наміри науковець зазначив: 1) особистісне ставлення до відкриття бізнесу; 2) суб'єктивна норма (тиск кола «родина-друзі-колеги»); 3) прийнятний поведінковий контроль (самооцінка та очікування складнощів з веденням власного бізнесу) [6].

Підходів до розуміння підприємницьких компетентностей сьогодні існує дуже багато. Тільки сторінка Google сьогодні у пошуку дає 27 млн сторінок результатів на запит «Як розпочати вести свій бізнес?» та близько 120 сторінок пропозицій тестування підприємницьких здібностей. Однак це не замінить створення технічними університетами повноцінної освітньої складової навчальних програм студентів технічних спеціальностей, що буде передбачати отримання ними теоретичних знань та практичних навичок, необхідних у підприємницькій діяльності. Втім, як свідчить практика, тільки 10% населення мають підприємницькі здібності. Цю ж статистику можна розглядати й відносно студентів технічних спеціальностей, однак й ці 10% студентів повинні мати необхідні знання, що дозволять у подальшому успішно вести бізнес. Отже, студентам технічних спеціальностей важливо, поряд з професійними компетентностями, розвивати й підприємницькі. Отримання необхідних знань та вмінь дозволять таким студентам максимально швидко реалізувати підприємницькі здібності та запроваджувати інновації, створюючи нові робочі місця та покращуючи соціально-економічний стан території, країни.

Література:

1. Harkemaa, S., Popescu F. (2015). Entrepreneurship education for adults: a case-study. International conference «Education, Reflection, Development», ERD 2015, 3-4 July 2015, Cluj-Napoca, Romania. Procedia - Social and Behavioral Sciences 209 (2015) 213 – 220. <https://cyberleninka.org/article/n/329213>
2. Wyrwa, D., Sołtysiak, M. (2016) Przedsiębiorczość akademicka – postawy przedsiębiorcze studentów. Zeszyty Naukowe PWSZ w Płocku. Nauki

Ekonomiczne, t. XXIV, 2016. P.259-270.

3. Mansfield, R. S., McClelland, D.C., Spencer, L. M., and Santiago, J. (1987). The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries, Final Report: Project No. 936-5314, Entrepreneurship and Small Enterprise Development, Contract No. DAN-5314-C-00-3065-00. Washington, DC: United States Agency for International Development.

4. Лайл М. Спенсер-мл. и Сайн М. Спенсер. Компетенции на работе. Пер. с англ. М: ИПРО, 2005. – 384 с.

5. Трусова Л.А. Особенности формирования предпринимательских компетенций школьников в условиях социального партнерства // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 2; URL: www.science-education.ru/102-5757 (дата обращения: 02.05.2019)

6. Муравьева Е. Можно ли распознать предпринимательские качества при помощи тестов и опросов. <https://vc.ru/flood/41513-mozhno-li-raspoznat-predprinimatelskie-kachestva-pri-pomoshchi-testov-i-oprosov> (дата обращения: 01.05.2019)

КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Варксіна О. В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, докторант,

Полтавська державна аграрна академія

Кожне підприємство, навіть однієї галузі, є унікальним, оскільки залежить від позицій на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, поведінки конкурентів, особливостей продукції, що виробляється, стану економіки, соціального середовища та багатьох інших факторів.

Сьогодні, роль аграрного сектора як складової національної економіки є ваговою та важливою. Впродовж 2000 – 2018 років відбувалося поступове зростання обсягів виробництва продукції сільського господарства. Так, за останні роки найменш результативним за обсягами виробництва був 2000 рік, коли складні кліматичні умови спричинили різкий спад обсягів виробництва. У 2018 р. загальний обсяг виробництва продукції сільського господарства (у фактичних цінах) склав 847587 млн. грн., у т.ч. у сільськогосподарських підприємствах – 532683 млн. грн., господарствах населення – 314904 млн. грн. Порівняно з 2017 р. у сільському господарстві отримано 19,75% приросту загального обсягу продукції сільського господарства, у т.ч. в аграрних підприємствах – 24,34%, у господарствах населення – 12,71%.

Основними виробниками продукції сільського господарства залишаються сільськогосподарські підприємства, питома вага яких у вартості валової продукції становить 58,8%. Господарства населення виробляють 41,2% сільськогосподарської продукції, а фермерські господарства 9,3%. Проте, господарства населення надалі залишаються основними виробниками тваринницької продукції. Це пояснюється тим, що рівень доходів населення села доволі низький, виробництво продукції сільського господарства для нього є необхідним.

Функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища вимагає аналізу конкурентного потенціалу підприємства, який відображає наявність в нього можливостей щодо створення конкурентних переваг, що забезпечить у подальшій перспективі ефективну реалізацію конкурентної стратегії, сприятиме збереженню та збільшенню частки ринку, а також забезпечить його конкурентоспроможність [1] В сучасній літературі не існує єдиного уніфікованого визначення поняття «конкурентний потенціал» та отримує перспективу швидкого розвитку і актуальності питання.

Балабанова Л. В., конкурентний потенціал підприємства визначає як «... комплекс можливостей і ресурсів підприємства, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей» [2, с. 26].

Конкурентний потенціал – це здатність підприємства та його системи менеджменту формувати збалансований комплекс можливостей по задоволенню потреб споживачів з метою забезпечення сталого стратегічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності, завчасної адаптації до змін у зовнішньому середовищі, зазначає Гудзинський О. Д. [3, с.12].

Так, І.М. Кирчата [4] вважає, що під конкурентним потенціалом підприємства слід розуміти систематизований комплекс відповідних узгоджених між собою ресурсів та можливостей внутрішнього середовища підприємства, який спрямований на формування конкурентних переваг за умов постійної зміни зовнішнього середовища і обмеженості ресурсів з метою досягнення конкурентних цілей та їх раціонального використання в подальшому задля забезпечення високого конкурентного статусу підприємства [4].

В наукових працях, які присвячені проблематиці конкурентного потенціалу виділяють наступні його складові (рис. 1).

Пріоритетність управлінського потенціалу зумовлена особливістю його функцій. Зокрема, він здійснює управління формуванням потенціалу підприємства і в процесі діяльності – виконує координаційні, регулюючі, коригуючі функції щодо адаптації складових потенціалу до обраних моделей управління, стратегій розвитку. [6, с. 13].

Також, на думку Гриньова А. В., управління конкурентним потенціалом підприємства має включати наступну послідовність дій [7, с.854]:

- визначення і формування структури конкурентного потенціалу

підприємства;

- аналіз конкурентних переваг і можливостей підприємства;
- визначення методики аналізу та оцінювання локальних потенціалів у структурі конкурентного потенціалу;
- виявлення та оцінка синергетичного взаємовпливу кожного з елементів конкурентного потенціалу;
- інтегральна оцінка конкурентного потенціалу;
- розробка стратегії, спрямованої на укріплення і розвиток конкурентного потенціалу

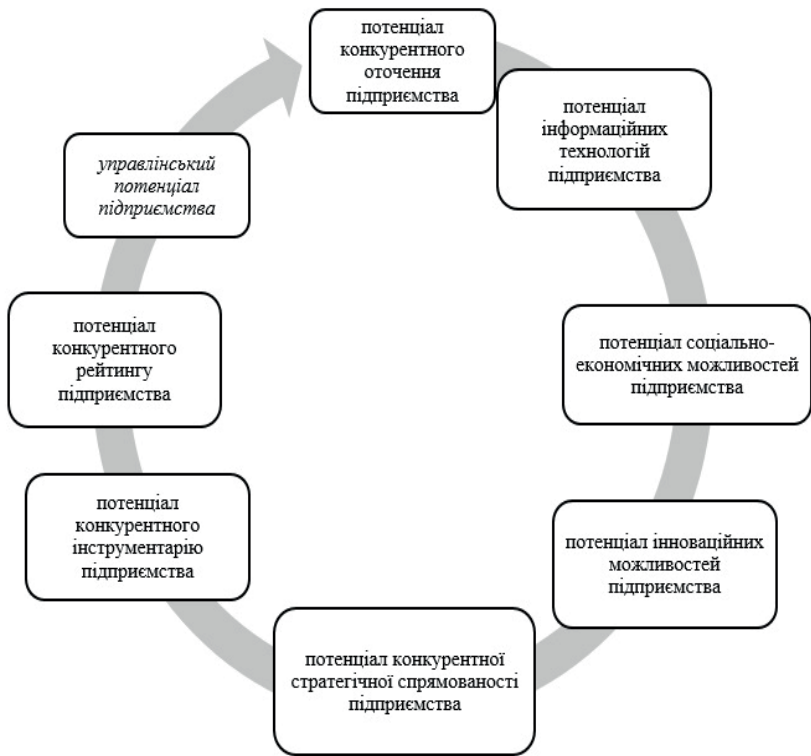


Рис. 1. .Види потенціалу підприємств національної економіки

Джерело: [5]

Таким чином, формування конкурентоспроможного аграрного сектора є вкрай важливим та пріоритетним завданням уряду країни. З розвитком євроінтеграційних процесів підвищується значимість конкурентних переваг вітчизняних аграрних підприємств. В сьгоднішніх умовах, вкрай актуальною є проблематика ресурсного потенціалу аграрного підприємства та виділення

трудового, земельного та маркетингового потенціалу у виняткову складову.

Література:

1. Селезньова О.В. Теоретичні основи системного управління конкурентним потенціалом підприємства. Бізнес Інформ. 2012. № 6. С. 209—213.
2. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. 294 с.
3. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія. К.: ІПК ДСЗУ, 2010. 212 с.
4. Кирчата І.М. Оцінка конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 Маріуполь, 2007. 20 с.
5. Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю: теорія і методологія : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.04 Донецьк, 2009. 40 с
6. Гудзинський О. Д., Судомир С. М. Методологічні аспекти формування потенціалу адекватного стратегічному розвитку підприємств. Вісник аграрної науки Причорномор'я. Випуск 1. 2007. С. 11 – 15
7. Гриньов А. В., Кирчата І. М. Методичний підхід до оцінки рівня конкурентного потенціалу підприємства. Економіка: проблеми теорії і практики : Зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2007. Випуск 223. Том III. С. 853 – 863.

ЯК ЗУПИНИТИ ЕКОЛОГІЧНУ КАТАСТРОФУ В УКРАЇНІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ПЕРЕРОБКИ ВІДХОДІВ

*Вороніна В. Л., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Вотінова О. С., Стрельнік С. В., магістранти,
Полтавська державна аграрна академія*

Ситуація, що склалася в Україні у сфері поводження з відходами є вкрай незадовільною та досягла своєї критичної точки. Зокрема це стосується сфери забезпечення їх збирання, перероблення та утилізації, а також залучення у господарський обіг. Дана проблема наразі дуже актуальна і вимагає якнайшвидшого вирішення.

Питання відвернення глобальної екологічної кризи об'єднують всі наукові знання та галузі практичної діяльності на єдиній науковій основі. Дослідженнями в цій області займаються ряд вітчизняних і зарубіжних

вчених: Э. Байер, Г. Сапожнікова, У. Рис, С. Юфіт, П. Коннетт, Р. Мюррей, М. Джессен, В. Доскіч, Т. Харченко, Ю. Сагайдак, Ю. Кутовая та ін.

В Україні діє Закон «Про відходи», в якому зазначені загальні аспекти поводження з відходами та визначено правові, організаційні та економічні засади діяльності, пов'язаної із запобіганням або зменшенням обсягів утворення відходів, їх збиранням, перевезенням, зберіганням, сортуванням, обробленням, утилізацією та видаленням, знешкодженням та захороненням, а також з відверненням негативного впливу відходів на навколишнє природне середовище та здоров'я людини на території України [1]. Проте, нажаль, Закон не діє в повній мірі.

За статистичними даними, кожна людина Землі створює, в середньому, приблизно 1 кг побутових відходів щодобово. В Україні щорічно утворюється 35 млн. м³ побутових відходів, тобто близько 0,8 м³ на одного жителя. Ці відходи складаються на звалищах, що складає понад 7 тис. га землі. Загальна площа звалищ становить майже 5% території країни, що порівняно з розмірами Чернівецької області. За підрахунками екологів, Україна накопичила 54 млрд. м³ відходів; щороку сміттєві полігони поповнюються приблизно на 15-17 млн. т [2].

Встановлено, що для задоволення: потреб однієї людини в їжі, одязі та житлі за рік витрачається близько 20 т різної сировини, але тільки 5-10% сировини переходить в кінцевий продукт, а 90-95% моментально йде у відходи [3].

На сміттєзвалищах знаходяться різні види відходів, що руйнують навколишнє середовище: промислові, до складу яких входять залишки напівфабрикатів, матеріалів та сировини, що утворилися при виробництві продукції або втратили повністю чи частково свої споживчі властивості; тверді та рідкі відходи, які утворюються в результаті життєдіяльності людей та амортизації предметів побуту; відходи, що утворилися внаслідок сільськогосподарського виробництва тощо [4]. На протязі багатьох років кількість побутових відходів постійно зростала. На це впливає цілий ряд факторів, в т.ч. зміна способу життя людей, які використовують все більше пакувальних і обгорткових матеріалів.

У розвинутих країнах світу давно працює система роздільного збирання та переробки відходів, коли сортують не лише скляну і пластикову тару, як це роблять в Україні, а й папір, відходи від їжі, поліетилен тощо. Однак, українцям до цього ще далеко, бо не кожен може відсортувати навіть щось одне, наприклад, ту ж саму тару.

В країнах Європи частка роздільного сміття становить приблизно 85%; 15% що залишилися спалюють екологічно чистим способом, або ж переробляють за допомогою інноваційних енергозберігаючих технологій.

У таблиці 1 розглянуто шляхи вирішення проблеми з утилізації сміття в деяких країнах світу.

Шляхи вирішення проблеми з утилізації сміття в країнах світу [2-5]

Країна	Шляхи вирішення проблеми
Австрія	Впроваджено концепцію «циркулярної економіки», за якою сміття стає сировиною для виробництва нових речей. Застосовується біотехнологія, що дозволяє розщепляти пластик. Для цього використовується особливий гриб-ковий фермент, який здатен розщеплювати полімери на прості мономерні елементи. Так забезпечується «колообіг пластику» – відхід від одного продукту використовується для створення іншого
Британія	Застосовується «анаеробне розщеплення» (використання бактерій для переробки харчових відходів і отримання біогазу та біодобрива)
Німеччина	Усі виробники зобов'язані стягувати 0,2 євро за бланшані банки і невеликі пляшки і близько 0,37 євро за більш велику тару. Покупцям відшкодовують гроші після того, як вони повернуть використаний посуд. Кошти від цієї заставної ціни розподіляються так: 85% – на організацію збору тари, 15% – на переробку
Польща	Побудовано більше 100 об'єктів, що займаються обробкою відходів. Спеціальний закон поклав край нелегальним сміттєзвалищам, а люди почали сортувати відходи
Фінляндії	Житлові будинки, магазини та підприємства мають зручні точки збору відходів. Практикується система заставної вартості упаковки (при купівлі продукту покупець платить ще й за упаковку)
Франція	Кожне звалище оснащено спеціальними баками: для скла, паперу та іншого сміття. На кожному баку є мікрочіп, який автоматично фіксує час наповнення і час вивезення сміття. Сміттєвози обладнані зчитувальними пристроями та бортовими комп'ютерами, які автоматично зчитують цю інформацію та відправляють її на центральний комп'ютер диспетчерської. Логістики, аналізуючи наповнення смітників, розраховують оптимальні маршрути машин і робочі зміни
Швеція	Використовується технологія «енергія-зі-сміття». Приблизно 2,5 млн. т сміття щороку спалюється для вироблення електрики та тепла. 99% сміття використовується як паливо для електростанцій та як сировина для виробництва
Японія	100%-й результат у вторинному промисловому використанні алюмінієвих банок. Утилізації підлягає кожен чек та будь-який проїзний квиток

У Швеції, Норвегії, Данії, Нідерландах та інших країнах, в яких сфера поводження зі сміттям доведена до максимальної ефективності, на звалища потрапляє менше 5% сміття, з якого «вичавлюють» все, що тільки можна. В Україні ж на звалища потрапляє більше 93%. При цьому закон «Про відходи» забороняє з 1 січня 2018 року захоронювати на полігонах не перероблені тверді побутові відходи [5].

В Україні відсутня політика поводження з відходами. Це, в свою чергу, щороку призводить до втрати мільйонів тонн ресурсоцінних матеріалів, які потенційно могли б бути введені у господарський обіг. За підрахунками екологів, в твердих побутових відходах в середньому може міститися до 40% цінних матеріалів. Враховуючи, що в Україні в більшості збирають відходи в «загальні» контейнери, потенційна вторсировина псується і забруднюється, і

кількість цінних ресурсів знижується до 5-10%.

Вважаємо, що сучасна система потребує нової моделі врегулювання цих відносин: розподіл відповідальності за утворені відходи; стимулювання громадян до екологічної свідомості та поведінки. Але, перейняти досвід провідних країн світу для вирішення цієї проблеми, на наш погляд, досить складно, враховуючи політичні, економічні, соціальні та інші особливості країни. На даному етапі розвитку українського суспільства найефективнішим, інструментом на шляху до вирішення проблеми глобального скупчення сміття є поділ відходів.

Ми впевнені, що основним фактором, що впливає на стан навколишнього середовища є екологічна свідомість суспільства і рівень виховання населення. Використовуючи досвід інших країн, Україна може обрати свій шлях по переробці та утилізації відходів, враховуючи особливості стану та розвитку країни.

Література:

1. Про відходи: Закон України від 05.03.1998 р. № 187/98-ВР (зі змінами) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/187/98-%D0%B2%D1%80>

2. Смітєва революція: як відвернути екологічну катастрофу в Україні // Українська правда – липень 2017. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/07/3/626665/>.

3. Офіційний сайт «УКРВТОРМА». [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrvtorma.com.ua/history.html>

4. Доскіч В. Сортування сміття в Україні: вийти на новий рівень [Електронний ресурс] / В. Доскіч // Інформаційне агенство УНІАН – 2016. - Режим доступу: <http://ecology.unian.ua/1327494-sortuvannya-smittya-v-ukrajini-viyti-na-noviy-riven.html>

5. Сміття у світі та Україні. – [Електронний ресурс] – Режим <https://sites.google.com/site/smittausvititaukraieni/system/app/pages/sitemap/hierarchy>

ДО ПИТАННЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Добрянська О.М.,

*аспірант кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР»*

Сучасному суспільству притаманні швидкі і глибокі зміни, зумовлені глобалізаційними процесами. Утворення нових держав, виникнення

нових цінностей, швидкий розвиток науки і технологій суттєво розширили можливості людини в індивідуальному, особистому розвитку.

З огляду на оновлені положення вітчизняного законодавства, на підставі якого відбувається регулювання суспільних відносин у сфері освіти, остання визнана та визначена державою як одна з пріоритетних сфер.

Доцільність дослідження державної політики в галузі освіти в Україні зумовлена тим, що освіта має значний вплив на всі аспекти життя і діяльності країни, соціуму, людської цивілізації загалом. Незважаючи на те, що Україна успадкувала досить розвинену радянську освітянську інфраструктуру, під час розбудови самостійної незалежної держави виникли певні проблеми в галузі освіти.

Теоретичні основи державної політики, її інституціональні засади, відповідність державної політики практиці державного управління активно розробляються зарубіжними дослідниками, зокрема Г.Атаманчуком, П.Брауном, Е.Вайнінгом, Д.Веймером, А.Дегтярьовим, Л.Девідом, Р.Єдином, К.Вайсом, Б.Гурне, В.Данном, М.Квієком, Л.Палом, Г.Райтоном, Д.Стойном, Ю.Тихонравовим та ін.

В Україні опубліковано чимало праць щодо державної політики та її аналізу, зокрема Т.Брус, О.Кілієвича, С.Крисюка, О.Кучеренка, С.Майбороди, Л.Прокопенка, В.Рєбкала, В.Романова, О.Рудіка, В.Тертички, В.Цветкова та ін.

Над дослідженням теоретичних основ державної політики в галузі освіти, зокрема визначенням понять “державна політика в галузі освіти”, “державна освітня політика”, “національна освітня політика” активно працюють В.Андрущенко, О.Гальперіна, І.Жиляєв, В.Журавський, В.Кремень, В.Луговий, С.Ніколаєнко, Д.Табачник та ін.

Сьогодні назрів процес глибокої трансформації системи освіти України від режиму її закритого пострадянського функціонування до розвитку в глобальному конкурентному просторі.

Система освіти України, як і кожна суспільно-економічна система, базується на трьох основних складниках: інституційна складова (перш за все, нормативно-правове забезпечення); мережа закладів освіти, органи управління у сфері освіти, інші учасники освітньої діяльності, які забезпечують функціонування системи; механізми та інструментарій регулювання відносин між всіма зацікавленими сторонами.

Погоджуємося з думкою дослідника О. Кононенка в тому, що тривалий час освітня політика в Україні була відокремленою як від світових тенденцій на ринках праці, так і від проблем конкурентного суспільства. Такий ізольований стан освіти був спадком Радянського Союзу, коли всі галузі планового господарства існували в умовах закритого політичного устрою. Цілком виправданим було те, що якість освіти розглядалася під кутом відповідності навчальних програм засадам заідеологізованої політики держави [2].

Серед цілей, визначених у Стратегії національної безпеки України,

затвердженої у травні 2015 року, є «утвердження прав і свобод людини і громадянина, забезпечення нової якості економічного, соціального і гуманітарного розвитку, забезпечення інтеграції України до Європейського 277 Союзу та формування умов для вступу в НАТО» [4].

Одним із найважливіших завдань Стратегії є «зміцнення Української держави шляхом забезпечення поступального суспільно-політичного й соціально-економічного розвитку України», зміцнення гуманітарної безпеки, складовою якої є розвиток вітчизняної системи освіти [4].

Дедалі поширенішим на сьогодні стає розуміння того, що освіта є основою економічного і суспільного добробуту суспільства в цілому і кожної людини зокрема. В Україні існує розрив між якістю, яку може забезпечити наявна система освіти, та вимогами, які постають перед освітою. У нинішніх умовах активізації євроінтеграційних процесів важливим є реформування освітньої галузі як основного фактору забезпечення конкурентоспроможності України у світовому просторі. Тому формування відповідної освітньої політики, яка передбачає осучаснення форм і методів управління освітою, набуває особливого значення.

Погоджуємося з думкою дослідниці В. Філіпової [5] в тому, що реформування освіти в Україні є частиною процесів оновлення освітніх систем, що відбуваються останні роки у європейських країнах і пов'язані з визнанням значущості знань як рушія суспільного добробуту та прогресу. Європейські країни сьогодні розпочали ґрунтовну дискусію навколо того, як озброїти людину необхідними вміннями та знаннями для забезпечення її гармонійної взаємодії з технологічним суспільством, що швидко розвивається. Саме тому важливим є усвідомлення того, що подальший розвиток системи освіти потребує як розроблення відповідної освітньої політики, так і пошуку ефективних державних механізмів її реалізації.

Якісна освіта є необхідною умовою забезпечення сталого демократичного розвитку суспільства, консолідації усіх його інституцій, гуманізації суспільно-економічних відносин, формування нових життєвих орієнтирів особистості. Така позиція вимагає від держави особливо серйозних реформаційних кроків до оновлення змісту освіти та до застосування нових методів модернізації процесу розвитку суспільства.

З огляду на положення Національної стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року [3], яка на основі аналізу сучасного стану розвитку освіти визначає мету, стратегічні напрями та основні завдання, на виконання яких має бути спрямована реалізація державної політики у сфері освіти, необхідно звернути увагу на проблеми та перспективи розвитку державної політики у сфері освіти.

Державна політика у сфері освіти – це передбачена законодавством сукупність дій органів державної влади щодо формування й реалізації стратегічних завдань сфери освіти, удосконалення та розвитку системи освіти

з метою задоволення потреб людини й суспільства.

Активними суб'єктами освітньої політики повинні стати держава, її державні та регіональні інститути, органи місцевого самоврядування, професійно-педагогічне співтовариство, наукові, культурні, комерційні та суспільні інститути – всі зацікавлені у розвитку освіти.

Мета модернізації державної політики в галузі освіти полягає у створенні механізму сталого розвитку системи освіти, забезпечення її відповідності викликам ХХІ століття, соціальним і економічним потребам розвитку країни, запитам особистості, суспільства, держави [1].

Формування державної політики в галузі освіти зумовлене змінами соціально-економічного стану, характером суспільства та його особливостями. Зокрема, стан системи освіти залежить від виваженої освітньої політики, компетентності державницьких рішень та правильно розставлених акцентів у визначенні стратегічних пріоритетів. На даному етапі розвитку, освітня політика має розвиватися на вітчизняному досвіді освітньо-педагогічної діяльності з урахуванням досягнень міжнародного співробітництва в освітній сфері.

Література:

1. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 2017. № 38–39. Ст. 380.
2. Кононенко О. Б. Сучасний стан і тенденції розвитку державної освітньої політики в Україні [електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol7\(17\)/35.pdf](http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol7(17)/35.pdf)
3. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року: Указ Президента України від 25 червня 2013 р. № 344/2013 / Президент України. Офіційний вісник Президента України. 2013. № 17. Ст. 31
4. Стратегія національної безпеки України : Указ Президента України від 6 травня 2015 року [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/287/2015#n14>
5. Філіпова В. Д. Модернізація державної політики в галузі освіти України [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://official.chdu.edu.ua/article/viewFile/95404/91055>

УРАХУВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В МЕЖАХ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Дорофєєв О.В.,

д.е.н., доцент,

*професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Полтавської державної аграрної академії*

Методологічна основа системного підходу формувалася в межах теорії систем, засновником якої вважається Л. фон Берталанфі і якому належить спостереження про те, що «системи скрізь» і, що соціальні процеси також є системами [1]. Управління розвитком підприємств з виробництва аграрної продукції включає в себе різноманітні процеси, зокрема аналіз виробничої діяльності та моделювання майбутньої поведінки підприємства на основі прогнозів. І аналіз, і моделювання, без використання системного підходу, не можуть дати чіткого уявлення про отримані результати та досягти узгодження взаємопов'язаних (але досить часто суперечливих) цілей. Сукупність підприємств з аграрного виробництва і їх взаємозв'язків є підсистемою гранично складної системи, усі елементи якої взаємодіють на основі принципів ієрархії та підпорядкування. За такого підходу знімаються серйозні протиріччя між екологічними вимогами та соціально-економічними інтересами.

В управлінні розвитком аграрної системи, крім суперечливих цілей, треба ще мати на увазі наявність внутрішньосистемних іманентних протиріччя, джерела яких приховуються у функціонуванні механізмів самоорганізації та саморозвитку. Стосовно аграрної сфери самоорганізація означає виконання елементами системи сукупності дій, які надають їй стійкості (стаціонарності). Наприклад, це може бути послідовна зміна погодних умов, яка обумовлює терміни виконання сільськогосподарських робіт; фізіологічні процеси в організмі тварин, які забезпечують стійкість форм організації тваринництва; виконання землею функції основного засобу виробництва в сільському господарстві, що обумовлює певний консерватизм цієї системи [2]. У процесі функціонування системи аграрного виробництва між її елементами виникають невідворотні протиріччя, які викликають необхідність її трансформації (мінливості). Мінливість, насамперед, дозволяє синхронізувати процеси та обсяги виробництва продукції сільського господарства з природними явищами і потребою в продуктах харчування.

Опираючись на наукові здобутки цих та інших учених, можна сформулювати декілька загальних положень щодо врахування в межах системного підходу особливостей розвитку аграрного виробництва на сучасному етапі:

- природний потенціал планети є єдиним матеріальним джерелом

створення життєвих благ. Поступове усвідомлення людиною неможливості відтворення і відшкодування компонентів природного середовища обумовлює зростання ролі кількісного аналізу факторів, залучених до господарського використання, а також прогнозування можливих впливів управлінських рішень на різні складові системи аграрного виробництва. Йдеться як про встановлення міри вилучених із природного середовища ресурсів, так і про встановлення співвідношення між обсягом вилучених ресурсів і кількісними результатами їх трансформації, що лежать в основі визначення ефективності господарської діяльності;

– невідтворювальний характер використання природних компонентів продуктивних сил аграрної системи є причиною зменшення різноманіття природного середовища і зменшення, унаслідок цього, стійкості самої системи. Тому діяльність людини, пов'язана з виробництвом продуктів харчування, протягом усього періоду розвитку цивілізації була спрямована на створення штучних елементів аграрної системи (біологічних і хімічних з'єднань, які не існують в природі; способів вилучення корисних властивостей біологічних об'єктів; способів збільшення корисних властивостей біологічних об'єктів тощо), які, змінюючи структуру системи, усе ж таки зберігали її стійкість. Звідси важливим є знаходження таких параметрів співвідношень між окремими елементами системи, які б сприяли збереженню її сутнісної цілісності. А якщо бути більш точним, йдеться про приведення параметрів господарської діяльності до пропорцій, які обумовлюють стійкість (стаціонарність) системи аграрної економіки;

– присутня в природі, а відтак і перенесена в систему аграрного виробництва, різноманітність, разом із цим підпорядковується її функціональній єдності, що дозволило древнім філософам наполягати на доцільності використання принципу холізму (цілосності) у пізнанні світу, а при вивченні окремих наукових проблем, звертати увагу на співвимірність частин, що утворюють ціле [3]. В. С. Нерсесянц, відмічаючи глибину та новизну поглядів піфагорійців на влаштування людського життя, звертає увагу, що вони під поняттями «належна міра» і «співвимірність» «...розгледіли відому пропорцію (числову за своєю природою), тобто деяке пріврівнювання...» [там само, с. 401].

Таким чином, в управлінні економічним розвитком суб'єктів аграрного виробництва, побудованому на системному підході, має бути враховано, що аграрна економіка як система у своєму розвитку має справу з видозміною певних співвимірностей її частин, створених як природним, так і штучним шляхом. Ці співвимірності (пропорції) визначають узгоджену взаємодію структурних елементів, тобто об'єднують їх в єдине ціле, що виконує певну функцію.

Література:

1. Bertalanfy Von L. Modern Theories of Development: An introduction to

Theoretical Biology / L. Von Bertalanfy. – Oxford: Oxford University Press, N. Milford, 1933. – 204 p.

2. Дорофеев А.В. Методологические основы управления гармоничным развитием аграрного сектора экономики / А.В. Дорофеев // Научные труды Азербайджанского государственного аграрно-го университета. – Гянджа: РИО АГАУ. – 2013. – № 2. – С. 132-138.

3. Нерсесянц В.С. Философия права: [учебн. для вузов] / В.С. Нерсесянц. – М.: Изд-во «Норма», 2003. – 652 с.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Дунайчук С.М.,

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,*

Батюта А.Р.,

магістрант МН03-14м, ФЕМ,

Льницький Д.Ю.,

магістрант МН903-13м, ФЕМ,

Національної металургійної академії України (Дніпро)

В умовах ринкових відносин в економіці праці вимагають удосконалення механізму формування і розвитку кадрового потенціалу в контексті роботи конкретних підприємств, так як проблема стратегії розвитку кадрового потенціалу для практичної роботи кадрових служб є досить складною. Зважаючи на сучасний стан економіки України важливим є подальше опрацювання теоретичних засад та розробка підходів щодо підвищення кадрового потенціалу підприємства в умовах кризи.

В силу своїх характерних особливостей, термін «кадровий потенціал» вживається у стратегічних документах, зокрема Стратегії розвитку України – 2020.

За результатами проведеного дослідження теоретико-методологічних кадрового потенціалу можна зробити наступні висновки.

Нині основними напрямками діяльності структур підприємства при реалізації кадрової політики є: здійснення системної, цілеспрямованої роботи з підготовки, підбору кадрів та формування кадрового резерву; систематичний та об'єктивний моніторинг й оцінка трудового та професійного потенціалу співробітників; посилення мотивації роботи і стимулювання зростання професіоналізму кадрів; консолідація і підвищення ефективності використання фінансових коштів для реалізації кадрової політики підприємства [1].

До методологічних принципів формування кадрового потенціалу Ю. С. Наумко відносить: визначальне місце керівників та їх незамінність у системі виробничих відносин; відповідальність керівників; компетентність управлінців; орієнтація на новітні досягнення вітчизняних та зарубіжних технологій; освоєння, сприяння та вміння реалізації новітніх соціально-економічних процесів і явищ, притаманних сучасному становищу; стратегічність мислення; вміння керівників формувати команду; прогнозування соціально-економічних наслідків виробничої діяльності.

Предметом оцінки кадрового потенціалу є:

- його відповідність завданням підприємства;
- відповідність чисельності професійно-кваліфікаційного складу, середнього розряду, продуктивності та інших кількісних показників необхідному значенню або значенню, що проектується;
- вплив професійних та особистісних якостей окремих працівників (керівників та спеціалістів) на рівень кадрового потенціалу й оцінку підприємства в цілому;
- витрати на реструктуризацію з метою приведення у відповідність з необхідними перелічених показників, у тому числі на вивільнення, перепідготовку, працевлаштування [2].

Сьогодні найбільш поширеною оцінкою кадрового потенціалу є рейтингова, за допомогою якої кадровий потенціал працівника визначається на підставі оцінювання його трудових якостей за оцінними шкалами, які розробляються оцінювачем за певними критеріями (залежно від мети аналізу).

Результативність діяльності трудового потенціалу безпосередньо пов'язана з динамікою соціально-економічного прогресу в країні та рівнем життя громадян. Така ситуація обумовлює необхідність розробки напрямів підвищення кадрового потенціалу підприємства в умовах кризи, яка склалась в Україні в останні роки. У зв'язку з цим особливого значення набуває інформація подібних практик в економічно розвинутих, успішних країнах.

Так, дослідження показали, що в Японії, країнах Європи та США в останні десятиріччя накопичено значний досвід підготовки висококваліфікованих працівників виробничої сфери, так і керівників.

Слід зазначити, що в Японії наявна специфіка управління персоналом, яка характеризується наступними особливостями:

- довгострокове залучення працівників;
- підвищення заробітної плати за вислугу років;
- участь працівників у профспілках, які створюються у межах підприємства (а не галузі, як у США).

Отже, система управління персоналом у Японії передбачає гарантію зайнятості, залучення нових працівників, їх підготовку, оплату праці у залежності від стажу роботи, гнучку систему заробітної плати [3].

Для сучасного етапу розвитку сфери управління персоналом в

американських компаніях властиво:

- розширення змісту, форм та методів роботи з персоналом фірми;
- поглиблення спеціалізації у різноманітних функціях управління персоналом;
- зростання професіоналізму співробітників;
- зростання витрат на діяльність;
- активізація використання інформаційних технологій [3].

Велику роль в сучасних європейських компаніях відіграє орієнтація на високі соціальні стандарти при роботі з персоналом.

В євро-американській моделі немає чіткого розподілу сфер діяльності професійної освіти і корпоративного навчання, тому передбачається, що випускник установ професійної освіти володіє таким рівнем сформованості професійних знань і умінь, який дозволяє йому входити у виробничий процес з мінімальним терміном адаптації. Тому в першу чергу оцінюються знання та вміння претендента на робоче місце і тільки після цього його професійно-важливі якості.

Слід зазначити, що на японських підприємствах не існує традиції розподілу працівників на кваліфікаційні категорії, яке здійснюється в залежності від рівня сформованості професійних знань, умінь працівника у момент надходження на роботу.

Аналіз міжнародного досвіду організації корпоративного навчання показує, що в країнах з розвинутою ринковою економікою організації корпоративного навчання і, в цілому, забезпечення рівня кваліфікації працівників приділяється найсерйозніша увага. З цією метою, в рамках забезпечення дій системи якості розроблений стандарт ISO 10015, який визначає основний рівень вимог до організації підготовки персоналу.

Вивчення досвіду розвинених країн у сфері підготовки кадрів показує, що більшість держав приділяють значну увагу підвищенню якості кадрового забезпечення національних економік, для цього створюються доступні умови для продовження навчання: фінансова підтримка системи професійного навчання. При цьому слід зазначити, що організація навчального процесу японської та євро-американської моделей корпоративного навчання схожі в багатьох аспектах. Зазвичай такі навчання організуються поза межами підприємства, для цього залучаються професійні школи, коледжі, вузі чи навчальні центри. Крім того, звичною практикою для великих промислових підприємств Японії, європейських країн і США є включення у свої штатні розписи професійних викладачів відповідного профілю. Корпоративне навчання дозволяє працівникам доповнити і розширити знання, отримані в навчальному закладі, пристосовуватися до виробничих потреб конкретного підприємства.

Література:

1. Михайлюк О. В. Модель управління розвитком кадрового потенціалу

підприємства / О. В. Михайлюк // Наукові праці МАУП. – 2014.– № 1(40). – С. 187–192

2. Писаревська Г. І. Оцінка кадрового потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Г.І. Писаревська. – Режим доступу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/18658-Ocinka_kadrovogo_potencial/1.html

3. Ткаченко А. М. Зарубіжний досвід формування кадрового / А. М.Ткаченко // Вісник економічної науки України. 2015. – №1. С. 141-146.

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Зось-Кіор М.В.,

д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,

Куркіна В.М.,

здобувач вищої освіти,

Полтавська державна аграрна академія

В природному середовищі, де існує реальна небезпека втрати родючості ґрунтів, близько 80 % господарюючих суб'єктів зорієнтовані насамперед на виживання в сучасних ринкових умовах. До їх пріоритетів не входить турбота про збереження ґрунтів для майбутніх поколінь. Близько 70 % господарників слабо володіють знаннями про ґрунтозахисні системи землеробства, навіть не усвідомлюють всієї небезпеки ерозії, не володіють інформацією про сучасні досягнення науки в цій сфері. Дослідження показують, що не в останню чергу це пов'язано з тим, що в сільському господарстві будь-яке нововведення в технологію або організацію виробництва приймається після усвідомлення його корисності організаторами та виконавцями. Практика показує, що в землеробстві та тваринництві нерідко науково обґрунтовані технології не набули широкого розповсюдження, тому що їх не прийняли як на управлінському рівні, так і на рівні безпосередніх виконавців [3, 4].

В аграрній економіці України, як і в інших галузях, місце в ієрархії пріоритетів визначається економічним результатом суб'єкта земельних відносин (підприємства, галузі, регіону, країни) – табл. 1.

Суб'єкти земельних відносин, що мають низькі доходи, охорону навколишнього середовища в переліку пріоритетів навіть не згадують. Вони турбуються передусім про власне виживання у найближчий час. Правомірний висновок про те, що господарюючі суб'єкти будуть вирішувати суспільно значимі перспективні завдання лише в тому випадку, якщо забезпечується їх прибуткова робота, і чим прибуток вищий, тим в більшому ступені суб'єкт земельних відносин зацікавлений і спроможний турбуватися про навколишнє

середовище, застосування ґрунтозахисних технологій [4, с. 107]. За цих умов навіть екологічні інвестиції держави здебільшого використовуватимуться не за цільовим призначенням.

Окрім позитивних наслідків щодо збереження біорозмаїття, вживання природоохоронних заходів, зокрема зі збільшення рівня лісистості, що вже фактично відбулося на 5 млн га посівів кормових культур і частці площ пасовищ і сіножатей, простежуються ще й елементи конкурентних відносин держави та мікро- і міні-агентів. Деякі з цих агентів виснажують землю до рівня економічно не вигідного господарювання, а потім консервують ці землі, отримуючи державні компенсації, тобто дохід від користування землею акумулюють у себе, а витрати на відтворення родючості ґрунтів перекладають на державу. Це посилює роль спільних агентів і зумовлює потребу враховувати в показниках екологічної ефективності управління земельними ресурсами аграрного сектора економіки інтереси всіх суб'єктів управління земельними ресурсами.

Таблиця 1

Ієрархія пріоритетів залежно від економічних результатів національного підприємства

Пріоритети	Місце в ієрархії пріоритетів			
	стала висока прибутковість виробництва	висока прибутковість виробництва	середня прибутковість виробництва	збитки (рівень виживання)
Виживання, розвиток підприємства, отримання прибутку	5	4	3	1
Задоволення потреб ринкових агентів	1	1	1	2
Задоволення запитів колективу підприємства	2	2	2	3
Охорона природних ресурсів	3	3	4	Немає серед пріоритетів
Задоволення запитів сільської громади	4	5	Немає серед пріоритетів	Немає серед пріоритетів

Водночас процес виведення з активного обробітку сільськогосподарських земель вступає в конфлікт із регіональними та глобальними агентами. Так, позиція багатьох науковців, практиків, державних і міжнародних діячів радикально протилежна попередній [1-2]. Суть її полягає в тому, що з огляду на загострення глобальної продовольчої кризи, обумовленої постійним зростанням населення планети та виснажливим використанням сільськогосподарських угідь в окремих країнах світу (надмірний екологічний слід), потрібно максимально залучити у виробничий оборот площ земель, виведених із обробітку через значний дисбаланс у відтворювальній структурі національних господарств, які традиційно були одними із основних виробників продовольства. До таких

країн належить Україна, де значні площі угідь активно використовувалися у відтворювальному процесі завдяки здійсненню масштабних меліорацій. Це посилює роль показників меліорованості не тільки для оцінки екологічної, а й інших видів ефективності управління земельними ресурсами.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у дослідженні впливу складових сталого розвитку на ефективність функціонування сільських територій, зокрема управління земельними ресурсами.

Література:

1. Голян В. Земельный вопрос в контексте возрождения сельских территорий. URL: <http://vgolian.com/zemelnyy-vopros-v-kontexte-vozrozhdeniya-selskih-territoriy.html>.

2. Петриченко В. Ф., Безуглий М. Д., Жук В. М., Іващенко О. О. Нова стратегія виробництва зернових та олійних культур в Україні. К.: Аграр. наука, 2012. 48 с.

3. Пугачов М. І., Мельник А. О. Інтеграційні альтернативи для АПК України в умовах світової економічної кризи. Економіка АПК. 2014. № 4 С. 28–32.

4. Стукач В. Ф. Механізми мотивації власників землі в сфері застосування ґрунтозахисних технологій. Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 3 (24). С. 106–114.

ЯКІСТЬ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ, ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Іськович А.А.,

аспірант,

Вараксіна О.В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Полтавська державна аграрна академія

Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу. Конкурентоспроможною можна вважати однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками [1, с.85].

Одним з ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних підприємств є гнучкість його виробничих систем, здатність адаптуватись до змін умов функціонування з меншими витратами і без втрат. Пошук своїх споживачів, розроблення нових видів продукції самі не можуть зберегти конкурентні переваги та стійкість підприємства, якщо якість

виготовлення продукції не відповідає світовим стандартам [2, с.37].

Соціально-економічне значення підвищення якості й конкурентоспроможності продукції полягає в тому, що заходи спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умов ринкових відносин. Соціально-економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності продукції, що виготовляють підприємствами полягає передусім у тому, що високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди повніше й ліпше задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній; підвищення якості продукції є специфічною формулою виявлення закону економії робочого часу; конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємства та сприяє покращенню кінцевих фінансових результатів діяльності підприємства [3, с.8].

Проте поняття якості є одним з найскладніших, серед тих, що досліджуються вченими-науковцями, тому досить важко однозначно сформулювати її визначення та значення, так як дане поняття можна віднести до різноманітних об'єктів.

Під якістю продукції найчастіше розуміють сукупність її властивостей, які зумовлюють рівень здатності задовольняти певні потреби споживачів відповідно до їх призначення. Також якість можна охарактеризувати як сукупність характерних форм, зовнішнього вигляду й умов застосування, якими повинні бути наділені товари відповідно до свого призначення. Вищеперелічені елементи визначають вимоги до якості виробу, які конкретно закладені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації, в технічних умовах, що передбачають якість сировини, розміри тощо [4, с.6].

Фактори залежності якості сільськогосподарської продукції зазначені на рисунку 1.

Основними причинами, що визначають необхідність забезпечення і підвищення якості є:

- безперервне і кількісне зростання потреб (особистих, суспільних, виробничих), їх якісний розвиток і видозміна;
- зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки;
- удосконалення і ускладнення конструкцій виробів, що випускаються, підвищення значущості функцій, які виконуються ними; наслідок, можливе зростання вартості браку;
- посилення вимог до інтенсифікації виробництва і підвищення його ефективності;
- посилення конкуренції на внутрішніх і світових ринках [6, с.39].

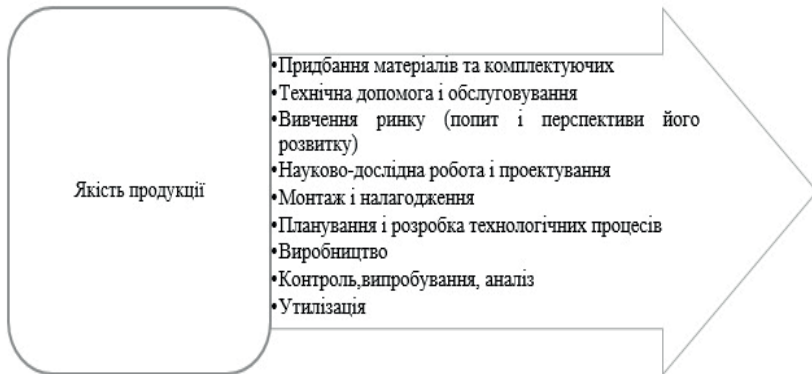


Рис. 1. Фактори залежності якості сільськогосподарської продукції
Джерело [3,4,5].

Більшість підприємств розглядають якість як високоефективний засіб обійти конкурентів за допомогою постійної пропозиції на ринок товарів та послуг, що за допомогою вищих якісних характеристик краще задовольняють потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів.

У сфері виробництва якісної й безпечної сільськогосподарської продукції стандарти найефективніше сприяють активному впровадженню інноваційних технологій, економному використанню сировини і матеріалів, продовженню строків зберігання продукції та збереженості у ній поживних речовин. У якості об'єкта може виступати конкурентоспроможність, інноваційний рівень або який-небудь інший показник, характеристика чи вся сукупність властивостей продукції або якась їх частина, група, окрема властивість [7].

Отже, якість є одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних та зарубіжних ринках. Тому підприємствам харчової промисловості необхідно приділяти велику увагу даному фактору, хоча він і потребує додаткових витрат. Проте ці витрати повністю компенсуються за рахунок отримання додаткових прибутків, так як існує високий попит на високоякісну та екологічно безпечну продукцію харчування. Високі стандарти якості допомагають вітчизняним підприємствам завоювати зарубіжні ринки, тому встановлення таких стандартів повинно бути першочерговою задачею державних органів управління.

Література:

1. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. К.: КНЕУ, 2001. 240с.
2. Конкурентна стійкість та ринок: оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства ринку. Легка промисловість. 2003.

№3. – С.37.

3. Пономарьова О. С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства. Економіка, фінанси, право. 2009. №5. - С. 8.

4. Gissin V. I. Upravlenie kachestvom produkcii. Rostov n/Donu : Feniks, 2000. P.6.

5. Малік М. Й., Нужна О. А. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія. К.: Інститут аграрної економіки, 2007. 270с.

6. Vandyak N. P. Znachennya pidvischennya yakosti produkcii na pidpriemstvax xarchovoi promislovosti. Strategiya resursozberigayuchogo vikoristannya agrarno-ekonomichnogo potencialu na osnovi aktivizacii innovaciino-investiciinoi diyal'nosti – ob'ektivna peredumova integracii kraini v svitove spivtovaristvo. Zbirnik tez dopovidei mizhnarodnoi naukovopraktichnoi konferencii 18 travnya 2007 r. Ternopil', 2007. P. 39

7. Капштик М. В. Особливості нормативно-правового забезпечення органічного виробництв. URL: [http:// elibrary.nubip.edu.ua/13333/1/11ina.pdf](http://elibrary.nubip.edu.ua/13333/1/11ina.pdf) (дата звернення: 15.11.2019).

УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ЗАГАЛЬНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

*Шимановська-Діанич Л.М., д.е.н., професор,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
Іщейкін Т.Є., к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

Феномен креативності цікавив і буде цікавити багатьох вчених, оскільки він є частиною мислення і також результатом взаємодії мотивів і стимулів, простежується в фізіологічних і психічних процесах. Якщо раніше креативність розглядалася як спосіб саморозвитку людини, то останнім часом увага приділяється прикладному аспекту проблеми: як використовувати креативність на благо організації, які повинні бути умови праці, способи мотивації, відносини між працівниками, крім того, як аналізувати і використовувати результати інтелектуальної діяльності працівників тощо.

Дослідження креативності пройшло низку етапів, короткий огляд яких [3] дає можливість зробити такі висновки:

- класичні теорії в галузі управління персоналом (1880-1930 рр.) засновані на положеннях, що матеріальне задоволення переважає над інтелектуальним;

невелика кількість співробітників, які можуть керувати творчістю в своїй роботі; з боку керівника - тотальний контроль за діяльністю підлеглих (Ф. Тейлор, А. Файоль, Т. Емерсон, Л. Урвік, М. Вебер, Г. Форд, А. К. Гаст, П.М. Керженцев);

- теорії людських відносин (поч. 1930-х рр.) засновані на положеннях причетності і визнання, значення яких долівнюється матеріальній винагороди; роль керівника - створювати атмосферу корисності, самостійності, ініціативності та самоконтролю (Е. Мейо, К. Арджеріс, Р. Лікарт, Р. Блейк);

- теорії людських ресурсів, є найбільш гуманними з усіх теорій, створених на даний момент (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор і ін.). Основні положення: високий рівень задоволеності роботою; кожен прагне зробити свій внесок в реалізацію цілей організації; прагнення до самостійності, творчості, самоконтролю навіть більше, ніж того вимагає займане індивідом по ієрархії місце; роль керівника - ефективно використання людських ресурсів шляхом створення в колективі обстановки, в якій кожен працівник може максимально проявити свої здібності;

- концепція управління персоналом - система теоретико-методологічних поглядів на розуміння і визначення сутності, змісту, цілей, завдань, критеріїв, принципів і методів управління персоналом, а також організаційно-практичних підходів до формування механізму її реалізації в конкретних умовах функціонування організації. Включає: розробку методології управління персоналом; формування системи управління персоналом; розробку технології управління персоналом;

- економічний тип концепції управління персоналом (кін. XIX серед. XX ст.) розглядає не людину у виробництві, а тільки її працю, яка вимірюється витратами робочого часу і заробітною платою; у фокусі - розвиток технологій, а не управління персоналом;

- органічний тип концепції управління персоналом (20-30-і рр. XX ст.) формалізує роль людини в організації (її посаду, функції); управління розглядається як механізм адміністративного впливу;

- гуманістична концепція базується на сучасних поняттях організаційної культури, цілей, цінностей, властивих організації. Організація в ній розглядається як гуманістичний центр; людина розглядається не як ресурс, а як особистість. Саме в таких умовах розвитку особистості, її інтелекту, таланту, здібностей, персонал стає креативним;

- 50-ті рр. XX століття - орієнтація на стандарти менеджменту (К.Нордстрем), Т. Пітерса і Р.Уотерман пропонують концепцію семи S (seven S framework), що включає в себе: стиль управління персоналом, стратегію, склад персоналу, структуру підприємства, систему навичок і умінь, систему організації внутрішніх процесів в організації, спільні цінності. Потреба в розвитку моделей ефективного менеджменту зростає, зразком для наслідування стає Японія - флагман світової економіки. Бізнес-лідер Японії XX ст.- Коносуке Мацусіта,

- запропонував концепцію «колективної мудрості» або, іншими словами - колективні інтелектуальні (і креативні) можливості команди управлінців. «Управлінський бум», який переживали тоді компанії, супроводжувався зростанням ролі персоналу в організації;

- кінець ХХ- початок ХХІ століття - орієнтація на нові ідеї та креативний персонал (К.Нордстрем). Індустріальна економіка перестає бути такою і перетворюється в економіку знань. В епоху «-ції» (глобалізації, інтелектуалізації, інформатизації ...) від 70 до 80% всіх вироблених людьми товарів і послуг, робиться за допомогою інтелекту. Засіб виробництва - людський мозок;

У наш час креативні співробітники ламають стереотипи в діяльності організації, часто демонструючи, якщо не епатижну, то ексцентричну поведінку, часовий режим їх роботи не регламентується, а тому навряд чи вписується в загальний тимчасовий порядок організації, їм потрібна незалежність, відчуття свободи, відсутність бюрократичних проявів, розуміння сенсу контролю за їх діяльністю. Тобто має бути створена адекватна та ефективна система управління креативним розвитком та креативною активністю персоналу.

Досліджуючи підходи щодо створення систем креативного менеджменту в організації, щодо управління креативним розвитком та креативною активністю персоналу в українських умовах варто звернути увагу на такі негативні моменти:

- в компаніях немає повноцінного соціального партнерства, немає бажання створювати загальноорганізаційний банк талантів, звідси - негативне ставлення до дійсно талановитих співробітників;

- топ-склад компаній міркує категоріями постіндустріалізму, мідл-менеджери працюють в умовах індустріалізму, а молодші менеджери функціонують за радянськими традиціям. Практично всі ідеї з залученням талановитих співробітників і створенням їм особливого морального мікроклімату сприймаються досить агресивно компанією в цілому. Що дає підстави вважати, що українські компанії та їх менеджмент ментально ще не готові до створення конкурентних переваг через нарощування «талановитого капіталу»;

- помітною є: відсутність системи тренінгів з розвитку креативності; труднощі щодо реалізації цікавих пропозицій та інновацій; складності у взаємодії стратегії компанії і креативних команд; відсутність досвіду роботи в межах «організацій що самонавчаються»; відсутність звички ділитися досвідом і ноу-хау (в умовах кризи) тощо.

У сучасних реаліях формування постіндустріальної економіки ключову роль відіграє персонал підприємства, і в першу чергу креативно-активні і талановиті співробітники, які є тим сполучним елементом і тим джерелом, що забезпечує розробку і реалізацію будь-якої стратегії формування конкурентної переваги підприємства. Саме тому останнім часом усе більше підприємств

звертає увагу на цю категорію працівників, формуючи відповідні системи та здійснюючи процес управління креативною активністю талановитих співробітників.

Література:

1. Басков А. Мера креативна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://plutin.live journal.com>.
2. Веретенко Д. Мотивация по-украински [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=910>.
3. Горелов Н.А. Креативный менеджмент (менеджмент интеллектуально-креативной деятельности), 2008, №5. С. 41-44.
4. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента : пер. з англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

ВПЛИВ СУЧАСНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Квасова Л.С.,

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,*

Березан Є.В., студентка,

Зінченко К.О., студентка,

Національна металургійна академія України (Дніпро)

Форми і методи управління, а також організаційні структури, спрямовані на розвиток ринкових відносин підприємств, які вводяться нині на підприємствах, часто є неефективними і не досягають поставлених цілей. Однією з основних причин цього є слабка забезпеченість проведених реформ необхідними кадрами. У вирішенні цієї проблеми повинна допомогти чітко розроблена кадрова політика організації.

Найбільш точне й об'єктивне визначення кадрової політики дано Т.Ю. Базаровим, Ю.Г. Одеговим, М.Г. Лабаджяном, в якому інтереси роботодавця досягаються з урахуванням інтересів працівників, що притаманно соціальному менеджменту. Узагальнюючи думку вчених щодо кадрової політики, можна сказати, що кадрова політика – це збалансована кадрова робота, спрямована на досягнення цілей і завдань організації, через: – формулювання високопродуктивного, згуртованого кадрового потенціалу, здатного своєчасно реагувати на мінливі вимоги ринку; – розробку програми

реалізації поставлених цілей з урахуванням мікро- і макрооточення.

Удосконалення системи і методів управління - одна з найбільш важливих умов забезпечення життєдіяльності підприємства і його прибуткового функціонування. Ринкові відносини впливають безпосередньо на структуру управління підприємством.

Структура організації - це спосіб побудови взаємозв'язку між рівнями управління та функціональними областями, забезпечує оптимальне за даних умов досягнення цілей організації, тобто «Організаційна структура управління» (ОСУ) - одне з ключових понять менеджменту, тісно зв'язане з метою, функціями, процесом управління, роботою менеджерів і розподілом між ними повноважень. У рамках цієї структури протікає весь управлінський процес (рух потоків інформації і прийняття управлінських рішень), в якому беруть участь менеджери всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації.

Структуру можна порівняти з каркасом будинку управлінської системи, побудованим для того, щоб всі що протікають в ній процеси здійснювались вчасно і якісно. [6]

У межах структури управління відбувається управлінський процес (рух інформації та прийняття управлінських рішень), між учасниками якого розподілені завдання й функції щодо управління. З цих позицій структуру управління можна розглядати як форму розподілу й кооперації управлінської діяльності, в межах якої відбувається процес управління, спрямований на досягнення визначених цілей менеджменту.

Вибір організаційних структур залежить від різноманітності діяльності, від правової форми, техніки і технології управління, стилю управління і від динамізму внутрішнього середовища.

Управління персоналу неможливе без використання необхідних для цього інструментів, що забезпечують ефективність трудової діяльності відповідно до вимог виробництва: взаємопов'язаних соціально-економічних, організаційних, соціологічних, психологічних і ергономічних методів. Розв'язання цієї проблеми має сприяти продумана кадрова політика, що є складовою частиною всієї управлінської діяльності підприємства. Саме кадрова політика має на меті створити згуртовану, відповідальну, високопродуктивну робочу силу.

Сутністю кадрової політики є така робота з персоналом, яка відповідає концепції розвитку організації, тобто кадрова політика – складова частина стратегічно орієнтованої політики організації.

Основною метою кадрової політики є своєчасне забезпечення оптимального балансу процесів комплектування, збереження персоналу, його розвитку відповідно до потреб підприємства, вимог діючого законодавства та стану ринку праці.

Механізм реалізації кадрової політики – це не що інше, як нормована система організаційних заходів, яка зачіпає як соціальні, так і організаційно-адміністративні сторони життєдіяльності організації з метою запобігання

кадрових проблем і задоволення потреб організації в персоналі.

Успіх роботи будь-якого підприємства забезпечує його персонал. Тому сучасна концепція управління підприємством передбачає виділення з великої кількості функціональних сфер управлінської діяльності такої, яка пов'язана з управлінням кадрової складової виробництва – персоналом підприємства [3].

Кадрова політика повинна миттєво реагувати на зміни ринку, у зв'язку з чим вона повинна мати такі властивості: орієнтація на довгострокове планування, зв'язок зі стратегією, значимість ролі кадрів.

Кадрова політика визначає цілі, що впливають на взаємини підприємства з зовнішнім середовищем, а також цілі, пов'язані зі ставленням підприємства до своїх працівників, здійснюється стратегічними й оперативними системами управління [4]. Кадрова політика має головною метою забезпечення на сьогоднішній момент і в майбутньому кожного робочого місця персоналом належної кваліфікації, для досягнення цілей підприємства.

Література:

1. Матвеевко Н.В. Кадрова політика вищих навчальних закладів щодо підбору персоналу / Н.В. Матвеевко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9. – С. 123–126.

2. Управління персоналом : [навчальний посібник] / [М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська, О.М. Шканова]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.

3. Мица В.П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи / В.П. Мица // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 6. – С. 165–168.

4. Щокін Г.В. Теорія кадрової політики : [монографія] / Г.В. Щокін. – К. : МАУП, 1997. – 176 с.

5. Савельєва В.О. Управління персоналом : [навчальний посібник] / В.О. Савельєва, О.М. Єськов. – К. : Професіонал, 2005. – 335 с.

6. Ігнат'єва О.В. Основи менеджменту. -М.: Екон. Освіта, 1995. – 128с.

СПЕЦИФІКА СЦЕНІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ В ТЕАТРІ І НА ЕСТРАДІ

Крипчук М.В.,

*доцент кафедри режисури естради та масових свят,
Київський національний університет культури і мистецтв*

Протягом майже двох століть не вщухала гостра дискусія про те, що важливіше в мистецтві актора: зовнішня або внутрішня техніка, почуття або його зображення. Ці питання стали предметом дослідження теоретиків і практиків театру (Д. Дідро, Б. Коклен-старший, А. Ленський, М. Щепкін,

Т. Сальвіні, К. Станіславський та ін.), які намагалися вирішити проблему достовірності почуттів актора: чи потрібна йому жити на сцені справжніми почуттями або за допомогою технічних прийомів відтворювати зовнішню форму людських переживань, і лише зовнішню сторону поведінки людини.

К. Станіславський називав ці два протилежних напрямки: «мистецтво переживання» і «мистецтво удавання».

Метою статті є визначення специфіки сценічного спілкування в театрі і на естраді.

Кращий учень К. Станіславського Є. Вахтангов, поставив логічну послідовність освоєння елементів внутрішньої техніки актора: кожен новий розділ включає в себе попередній і всі елементи нерозривно пов'язані між собою.

Хоча елементи внутрішньої техніки актора систематизовані, тісно злиті в єдине сценічне самопочуття, окремо один від одного в творчості не існують. Серед всіх елементів, автор особливої уваги приділяє сценічному спілкуванню.

«Спілкування, – як трактує це поняття «Філософський енциклопедичний словник», – тип відносин, що характеризується ставленням партнерів один до одного як до істот, наділених ознаками суб'єктивності» [3]. В цьому сенсі прийнято розрізняти пряме спілкування (безпосереднє) і непряме спілкування (опосередковане, тобто за допомогою чого-небудь або кого-небудь).

Пряме спілкування припускає особисті контакти і безпосереднє сприйняття один одного людьми, що спілкуються за допомогою вербальних (мовних) і невербальних засобів (жести, міміка, пантоміма), коли інформація передається особисто одним з його учасників іншому.

Непряме спілкування здійснюється через будь-яких посередників, які є передавачами інформації. Як правило, таке спілкування носить односторонній характер, оскільки такий тип спілкування може розглядатися як неповний психологічний контакт за допомогою спеціальних засобів (письмові або технічні пристрої, знакові системи і т. д.), що ускладнюють чи віддаляють під час отримання зворотного зв'язку між учасниками спілкування.

Розглянемо, чи характерні ці види сценічного спілкування для мистецтва

естради, оскільки це поняття має нести в собі певну відмінність, обумовлену природою даного виду мистецтва.

Отже, у драматичному театрі самоспілкування або одиночне спілкування означає мову (монолог – в перекладі з грецької – один кажу) дійової особи п'єси, вимкнений з розмовного спілкування персонажів, не передбачає безпосереднього відгуку.

Звичайно, в окремі моменти самоспілкування артиста може бути безпосередньо звернене до глядацької зали, але «природа театру і його мистецтва» не дозволить аудиторії вступити з дійовою особою п'єси в активну взаємодію.

Цілком очевидно, що в драматичному театрі між публікою і актором завжди є персонаж, якого він грає і якщо раптом пролунає якась репліка з залу, то артист не може, перервавши дію на сцені, залишити в стороні встановлену драматургом і режисером задачу, почати активно спілкуватися з глядачами від свого власного імені, забувши про роль, яку він грає, так як це зовсім інша естетика, не притаманна мистецтву театру. Театральний актор «робить вигляд», що «не чує» репліку з глядацької зали.

В свою чергу, естрадний виконавець не може «робити вигляд», що публіки не існує. Адже «актор естради спілкується безпосередньо з тими, хто сидить в залі – там його партнери, яким він залишає їх частку «догравання» і домислювання, залучаючи до активної співтворчості» [4, с. 113].

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що на естраді одиночного спілкування (самоспілкування), як такого, не існує, оскільки головним партнером артиста є глядачі і якщо вони не вступають з ним у взаємодію (свого роду діалог), то явища естрадного мистецтва не відбудеться і номер чекає фіаско.

Інший вид сценічного спілкування в драматичному театрі – пряме спілкування (взаємодія) актора з об'єктом, партнером (партнерами) на сцені, а з глядачами непряме – також не є типовим для естради, так як даний вид мистецтва має зовсім інші художні можливості. Загальновідомо, що в естрадному мистецтві «прийнято говорити про так зване пряме спілкування виконавців і публіки» [1, с. 52].

У всіх естрадних жанрах історично склалася така особливість: «Виконавці ставлять слухачів в положення партнерів по розмові, від яких очікуються досить активні реакції на сприймане < ... > Такий характер взаємин визначає собою існування естрадного мистецтва в його концертній формі, мистецтва єдності артиста і глядача, витоки якого вбачаються в народно-майданному мистецтві, в скороморешстві різних типів» [там само, с. 53].

Таким чином, можна стверджувати, що майстерність спілкування актора естради з глядачами це творчий процес, «його азбука» і «вища школа» [4]. Виступ артиста, залежно від багатьох факторів, може бути скориговано манерою подачі і способом спілкування, але головне, без винятку, для всіх

жанрів естради: глядачі – це партнери, їх потрібно миттєво підключати до взаємодії з моменту появи виконавця на сцені.

У той же час, треба звернути увагу на той факт, що естрадний виконавець ніколи не може знати заздалегідь, наскільки публіка в залі буде готова до відкритої взаємодії з ним (особливо це стосується імпровізаційних жанрів – буріме, конференс, імпровізаційні куплети, психологічні дослідження тощо). Адже непередбачувана реакція залу може внести суттєві зміни в створений номер і навіть призвести до деформації його внутрішньої структури у бік збільшення або зменшення тривалості у часі.

Слід зауважити, що в інших жанрах естради (танцювальному, оригінальному, естрадно-цирковому та інструментально-музичному) пряме спілкування актора і глядачів теж присутнє, але воно має естрадну специфіку. Артист взаємодіє з публікою за допомогою засобів виразності, властивих даному жанру. Наприклад, в оригінальному жанрі – пантоміма, завжди творчі взаємини міма з глядацькою залю побудовані на тому, що як би весь час задається пластичне питання: «Відгадай, що це?». З реакції глядачів, артист розуміє, здогадалися чи ні, і коригує свій виступ. Подібним чином, залучається аудиторія в творчу співучасть і в інших жанрах естради. В хореографічному: «Подивіться, глядачі, як я майстерно танцюю». В естрадно-цирковому: «Бачите, шановна публіко, які я вмю робити трюки. Як спиртно я це роблю». В інструментальному музичному жанрі: «Дізнається, панове, що це за мелодію я виконую?».

Потрібно відзначити, що в останній час на естраді намітилося прагнення до збільшення взаємодії артистів і публіки у всіх естрадних жанрах.

Можна зробити висновок, що специфіка естрадного мистецтва впливає на цей елемент психотехніки актора естради, створюючи іншу, відмінну від мистецтва театру, структуру спілкування. Якщо в драматичному театрі у поняття «спілкування» не входить склад і поведінка глядацької зали, оскільки «природа театру і його мистецтво суцільно засноване на спілкуванні дійових осіб між собою» на сцені, і, безумовно, «непередбачені реакції не можуть зруйнувати збудовану виставу, вони лише певною мірою коригують його» [2, с. 119], то на естраді в поняття «спілкування» входить «реальний світ» (непередбачувана реакція глядачів, особливо це стосується імпровізаційних жанрів, може внести кардинальні зміни в створений номер і навіть привести його до провалу або до деформації його внутрішньої структури).

На естраді у всіх жанрах існує ускладнене і специфічне розуміння терміна «спілкування» і його принципово інший зміст, ніж в театрі.

Література:

1. Клитин С. С. Эстрада. Проблемы теории, истории, и методики. Ленинград: Искусство, 1987. 192 с.

2. Клявина Т. О процессах включения зрительного зала в систему спектакля. Искусство и общение. Ленинград : ЛГИТМИК, 1984. С.119–126.

3. Філософський енциклопедичний словник. URL : http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovyk.pdf (дата звернення : 23.11.2019).

4. Шапировский Э. Б. Конферанс и конферансье. Москва : Искусство, 1970. 129 с.

СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кучеренко Д.Г.,

кандидат економічних наук, доцент,

Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку

Інноваційна модель соціально-економічного розвитку держави передбачає формування відповідного науково потенціалу, що зумовлює побудову ефективної системи фінансового забезпечення вищої освіти. Відтак постає завдання побудувати таку систему фінансового забезпечення вищої освіти, яка дозволить забезпечити стале економічне зростання інноваційного типу унаслідок створення наукомістких виробництв, а не тільки на основі функціонування сировинних галузей.

Звіт «Погляд на освіту» Організації економічного співробітництва та розвитку за 2019 рік демонструє, що вища освіта надає людям реальні переваги на ринку праці. Дані звіту свідчать, що рівень зайнятості серед дорослих людей з вищою освітою приблизно на 9% вищий, ніж серед тих, хто має лише вищу середню освіту. Що стосується заробітку, то вплив вищої освіти ще більший. Вища освіта сприяє отриманню в середньому на 57% більшої зарплати. Крім того, збільшення фінансування освіти за останні 10 років сприяло більшому охопленню вищою освітою у багатьох країнах-членах ОЕСР [3].

Сьогодні системи освіти більшості країн світу переживають особливий етап своєї історії: чим вище досягнутий ступінь економічного розвитку, тим вище вимоги до людей, що забезпечують економічне зростання. Знання та освіта набули безсумнівної економічної цінності.

Аналізуючи численні статистичні дані, можна побачити скорочення державного фінансування національних освітніх систем, в тому числі як загальних витрат на вищу освіту і наукові дослідження, стипендій та грантів, так і витрат на навчання одного студента [1, 3]. Йде постійне зниження частки витрат на вищу освіту в національному доході і державному бюджеті не тільки в країнах, що розвиваються, але і розвинених країн. У більшості країн,

що розвиваються, державні витрати на вищу освіту за останні два десятиліття зменшилися на 60-70%. У таких розвинених країнах, як Австралія і Нова Зеландія, також відбулося істотне скорочення державного фінансування вищих навчальних закладів, наприклад в Новій Зеландії - на 40%. Одночасно в багатьох країнах стали активно розвиватися приватні вищі навчальні заклади, що також сприяло поступовому зниженню частки держави у фінансуванні вищів. Так, за період з 1995 по 2000 р в Австралії вона зменшилася з 65 до 51%, в Швеції - з 94 до 80%, в Португалії - з 97 до 93%.

Паралельно з процесом скорочення витрат на вищу освіту держави стали активно реформувати механізми виділення коштів на розвиток цього сектора з метою стимулювати підвищення ефективності діяльності вищих навчальних закладів. Зокрема, розміри фінансування стали ув'язуватися з різними показниками діяльності закладів вищої професійної освіти (наприклад, з кількістю учнів та студентів, показниками ефективності педагогічної та / або дослідницької діяльності).

Скорочення державних асигнувань на розвиток вищої освіти супроводжувалося в останні роки введенням плати за навчання в багатьох країнах світу, де вона традиційно була безкоштовною, і підвищенням вартості вищої освіти в тих країнах, де вона була платною. Наприклад, в Китаї плата за навчання була введена в 1997 році, і вже в 1998 р надходження від неї становили 13% всіх доходів системи вищої освіти. Серед європейських країн лише в Фінляндії і Швейцарії сьогодні введення плати за вищу освіту заборонено конституцією країни, в інших країнах в тій чи іншій формі практикується платна вища освіта при збереженні певної кількості безкоштовних або субсидованих державою навчальних місць.

При цьому багато країн з соціальних і політичних міркувань не вводять плату за навчання, обмежуючись введенням або підвищенням вступних внесків (в Китаї, наприклад, вступні внески підвищилися з середини 90-х років на 40%). Для поповнення своїх бюджетів вищі навчальні заклади, крім того, стали встановлювати плату за різні послуги (медичне обслуговування, проживання в гуртожитку, транспорт), які раніше були або безкоштовними, або пільговими. У багатьох державних вишах Індії, наприклад, надходження від плати за послуги становлять 50-60% доходів ВНЗ, а в Південній Кореї та Чилі - 40% [1].

В останні роки в багатьох країнах отримує розвиток система кредитування студентів, що, на думку експертів, має розширити фінансову базу вищої освіти. Так, схеми державного кредитування студентів використовують окремі країни, що розвиваються (наприклад, Китай і Таїланд). У промислово розвинених країнах у міру введення плати за навчання у вищих навчальних закладах також стали розширюватися програми кредитування студентів, причому деякі країни, такі як Австралія, Великобританія, Нова Зеландія, зараз переходять від державних схем кредитування студентів до системи банківських студентських

кредитів. Нова практика обґрунтовується тим, що оскільки вища освіта є приватним індивідуалізованим благом, то і фінансову відповідальність за отримання цього блага має нести не суспільство, а студенти. На думку автора, комерціалізація кредитування студентів, можливо, і принесе короткострокову фінансову вигоду банківському сектору, проте в довгостроковій перспективі цей процес швидше призведе до появи набагато більшого числа проблем фінансування вищої освіти, ніж ті, які з його допомогою вдасться вирішити.

В умовах триваючого в світовій економіці спаду, проблема фінансування освіти в більшості країн загострюється. Незважаючи на скорочення загального обсягу державного фінансування, вища освіта в країнах ЄС майже на 80% фінансується за рахунок суспільно-державних витрат, близько 6% надходить від організацій, і тільки 12% коштів вноситься в якості плати за навчання. В цілому, країни Європи розпадаються на дві групи, коли мова йде про плату за навчання як джерела доходу вузів [4].

Перша група, де плата за навчання складає близько 5% або менше від обсягу університетських надходжень, представлена північними країнами (Ірландія, Норвегія, Швеція, Фінляндія, Данія), а також Австрією та Бельгією, Чехією, Францією і Німеччиною. Естонія, яка перебуває в процесі реформування системи вищої освіти, значно знизила плату за навчання в 2013-2014 навчальному році для студентів, які отримали 30 ECTS-кредитів за семестр.

Друга група, де плата за навчання складає близько 10% або більше від середнього доходу університетів і є найважливішим джерелом доходу, включає Угорщину, Ірландію, Італію, Нідерланди, Латвію, Польщу, Словаччину та Іспанію, а також Великобританію. У зв'язку з відносною важливістю плати за навчання в структурі вузівського доходу відповідна стаття може справляти значний ефект на фінансовий стан університетів.

У Фінляндії, Норвегії, Данії, Швеції, а також Австрії і Греції (бакалаври) - навчання в державних вузах залишається безкоштовним. У Греції, Іспанії, Франції, Португалії, Румунії, Словаччини більше 90% державних коштів, виділених на вищу освіту, надходить безпосередньо в бюджет навчальних закладів. У Данії і на Кіпрі частка прямих асигнувань значно нижча (30-60% витрат за цією статтею бюджету направляється безпосередньо студентам).

В Болгарії, Великобританії, Ісландії, Нідерландах всі студенти платять за навчання незалежно від форми власності навчального закладу - державна вона чи приватна. При цьому в Ісландії не передбачено ніяких грантів студентам або пільг по кредитах і податках. У Данії, Фінляндії та Норвегії частка приватного фінансування вищої освіти становить менше 5%, в Австралії, Канаді, Японії, Великобританії, США, Ізраїлі та Росії - понад 40%, в Чилі та Південній Кореї - понад 75%. У Південній Кореї близько 80% студентів вищих навчальних закладів навчаються в приватних університетах, де понад 70% бюджету складає плата за навчання.

Отже, новими трендами розвитку системи вищої освіти є наступні.

- Зростання економічної невизначеності в розвитку суспільства, що проявляється в обмеженні можливостей прогнозування потреб ринку праці. Це орієнтує університетську освіту на забезпечення адаптивності, тобто на розвиток здібностей людини в процесі своєї професійної кар'єри швидко і ефективно реагувати на нові виклики. Така парадигма істотно відрізняється від розуміння освіти як процесу оволодіння професією (ремеслом).

- З невизначеності майбутнього випливає необхідність забезпечення безперервності освіти і розширення можливостей для студента або слухача обрати (будувати) індивідуальну освітню траєкторію. Тому найважливішим показником ефективності університету стає не тільки (а можливо, і не стільки) залучення студентів після середньої школи, скільки затребуваність його з боку тих, хто зайнятий активним розвитком своєї кар'єри (mid-career specialists).

- Зростання загальних витрат університетів та збільшення витрат суспільства на вищу освіту. Освіта в розвинених країнах стає все дорожче, а це веде і до подорожчання якісної вищої освіти в країнах, що розвиваються. Паралельно з цим відбувається загострення дискусії в суспільстві про необхідність підвищення частки витрат на освіту в державному бюджеті та у ВВП, що призводить до суперечностей на тлі з бюджетною кризою, яка є характерною наразі і як для більшості розвинених, так і для країн, що розвиваються.

Література:

1. CEDOS. [Електронний ресурс]. 2015. Фінанси національних університетів, 2016. – Режим доступу: <https://www.cedos.org.ua/uk/articles/finansy-natsionalnykh-universytetiv>

2. Inbound Internationally Mobile Students by Country of Origin [Електронний ресурс]. // UNESCO: офіц. сайт. – Режим доступу: <http://uis.unesco.org/indicator/edu-mobility-in-country>.

3. Education at a Glance 2019. [Електронний ресурс]. OECD – Режим доступу: https://read.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2019_f8d7880d-en#page1

4. EUA: Дизайн стратегії ефективного фінансування вищого образования в Європе [Електронний ресурс]. <http://www.eurosvita.net/prog/print.php/prog/print.php?id=3450>

5. Kucherenko D., Zagorodnya N. Modern evolutionary environment: role and place of the human factor. //Theory and practice of social, economic and technological changes// [monograph] — Prague. — Nemoros s.r.o. — 2018 . — Czech Republic. — 388 p. – P.44-59

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Гладченко О.В., к.п.н., доцент,

Лінник О. П.,

*Здобувачка I (бакалаврського) рівня вищої освіти 3 курсу,
Університет ДФС України*

Застосування сучасних засобів інформаційного забезпечення в адміністративній діяльності органів Державної податкової служби є актуальним питанням сьогодення. Саме від рівня розвитку інформаційних технологій, постійного їх вдосконалення залежить ефективність діяльності ДПС України та добробут держави в цілому.

Окремі питання функціонування електронного обслуговування платників податків, інформатизації та модернізації ДПС досліджували такі науковці і практики як: Лопатовський В.Г. [2], Гаман М.В. [5], Матвейчук О.Л. [3] та інші. Віддаючи належне напрацюванням зазначених учених, на сьогодні існують ще невирішені питання, так як дана сфера потребує постійного реформування та оновлення.

Розвиток інформаційних технологій і систем здійснюється для підвищення та вдосконалення аналітичної діяльності, зменшення документообігу та обґрунтованості управлінських рішень у сфері оподаткування. З метою реалізації основних завдань та покращення якості обслуговування платників податків, працівники податкової служби створюють новітні інформаційні системи (далі – ІС) та мережі на базі сучасних інформаційних технологій.

Серед найбільш вагомих ІС можна виділити такі, як: сервіс «Електронний кабінет платника податків», інтегрована автоматизована інформаційна система «Податковий блок», автоматизована система «Єдине вікно подання електронної звітності», сервісні центри з обслуговування платників податків, та інші.

На сьогодні впровадження електронних сервісів для суб'єктів господарювання контролюючими органами стало досить важливим процесом, що полягає у забезпеченні розвитку, впровадженні та технічному супроводженні інформаційно-телекомунікаційних систем і технологій, автоматизацію процедур.

Засобом забезпечення реалізації сервісних процедур обслуговування платників податків є електронний кабінет платника податків – персональне автоматизоване робоче місце платника, яке за допомогою спеціального інструмента доступу (наприклад, електронної картки платника податків) з використанням електронно-цифрового підпису дозволить платнику податків працювати з органами податкової служби в режимі реального часу.

Електронний кабінет платника податків є захищеним, персоналізованим та безпечним електронним сервісом, який надає безконтактні способи взаємодії платників податків та ДПС з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [1].

Щодо недоліків, варто зазначити, що для роботи електронного кабінету платника податків необхідне обов'язкове підключення до Інтернет-зв'язку та можлива нестабільність роботи, оскільки це програмне забезпечення працює безпосередньо через браузер [2, с. 135].

Електронний кабінет пов'язаний з системою «Податковий блок», який надає їм доступ до облікових записів. Дана ІС була впроваджена в промислову експлуатацію у 2013 р. та призначена для введення, обробки, зберігання інформації, яка необхідна суб'єктам оподаткування, обліку достовірних даних, а також з метою забезпечення взаємодії з інформаційними системами ДПС. Таким чином, вона стала фундаментом розвитку новітньої інформаційної інфраструктури податкового відомства.

Інформаційна система «Податковий блок» призначена для забезпечення автоматизації процесів чотирьох сегментів податкового блоку та складається, відповідно, з чотирьох функціональних підсистем: 1) «Реєстрація платників податків»; 2) «Обробка податкової звітності та платежів»; 3) «Облік платежів»; 4) «Податковий аудит» [3, с. 79].

Інноваційним продуктом діяльності ДПС України є контакт-центр інформаційно-довідкового департаменту (далі – ІДД), діяльність якого було розпочато в 2007 р. в рамках модернізації ДПС України та з урахування зарубіжного досвіду побудови ефективних податкових служб [4].

ІДД нині функціонує в умовах надання безкоштовних послуг фізичним та юридичним особам. Вони використовують різні способи спілкування з платниками податків, зокрема, надання відповідей як за допомогою телефонного зв'язку, так і за допомогою інтерактивного голосового автовідповідача. Консультаційні послуги суб'єктам оподаткування влаштовано шляхом вільного доступу до електронних форматів запитань-відповідей. Через інформаційний ресурс – веб-портал відомства «Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс» функціонує база знань, письмових консультацій на прикладі звернення юридичних осіб та громадян відповідно до чинного законодавства.

Технічні інновації в органах ДПС України забезпечують можливість безконтактного спілкування між податковими органами і бізнесом. У державі успішно функціонує автоматизована система «Єдине вікно подання електронної звітності» для подання звітності в електронному форматі за допомогою мережі Інтернет. Автоматизована система «Єдине вікно подання електронної звітності» забезпечує підтримку роботи засобів електронного цифрового підпису всіх акредитованих центрів сертифікації ключів, що працюють на ринку країни відповідно до чинного законодавства [5, с. 5; 6].

Так, програмне забезпечення для формування та подання звітності до «Єдиного вікна подання електронної звітності» має ряд переваг, серед яких варто виділити наступні:

- безкоштовне програмне забезпечення;
- зручність та стабільність роботи;
- економія часу платників податків;
- незалежність від Інтернет-зв'язку під час формування звітності;
- наявність інструкцій користування в електронному форматі тощо.

Отже, застосування сучасних технологій інформаційного забезпечення в діяльності ДПС України значно спрощує роботу фіскальних органів, зменшує документообіг, дає можливість платникам податків подавати звітність в електронній формі, позитивно впливає на якість їхньої операційної діяльності і, таким чином, формує сучасну інформаційну інфраструктуру ДПС України.

Література:

1. Електронний сервіс «Електронний кабінет платника податків»: Архів. – Проект «Модернізація державної податкової служби України – 1» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/arkchiv/>.

2. Лопатовський В. Г. Особливості подання звітності в електронній формі / В. Г. Лопатовський, М. В. Грицаюк. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – С. 133-136.

3. Матвейчук О. Л. Інформаційні технології та системи у державному управлінні оподаткуванням / О. Л. Матвейчук. // Публічне управління та митне адміністрування. – 2016. – С. 77-84.

4. Про утворення Інформаційно-довідкового департаменту Державної податкової служби : постанова Кабінету Міністрів України від 15 серп. 2007 р. № 1049 // Верховна Рада України. Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1049-2007-%D0%BF>.

5. Гаман М. В. Модернізація державного управління оподаткуванням у контексті інноваційного розвитку / М. В. Гаман, Л. О. Матвейчук. // Теорія та практика державного управління. – 2016. – № 1. – С. 1-8.

МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Лопушинська О.В., асистент,
Панова Я.Г., здобувач вищої освіти,
Стовба А.О., здобувач вищої освіти,
Полтавська державна аграрна академія*

У сучасних умовах підприємства в процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю намагаються не тільки максимізувати прибуток, а й сприяти ефективній маркетинговій діяльності. Саме тому вибір маркетингової стратегії, яка б відповідала всім вимогам самого підприємства, забезпечувала ефективну та рентабельну роботу, приносила прибуток та сприяла подальшому його розвитку, є дуже важливим.

Підприємства, що виходять на зовнішній ринок, стикаються з жорстокою конкурентною боротьбою. Саме на основі управління маркетингової діяльності проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку. Провідне місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким, як правило, розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних про проблеми, пов'язані з маркетингом товарів і послуг.

В умовах нестабільності глобальної економіки, підприємства приділяють все більше уваги формуванню маркетингової стратегії, як головному інструменту ведення ефективної діяльності в постійно мінливих умовах. Формування маркетингових стратегій – один з найсуттєвіших та найскладніших етапів процесу управління [1].

Різноманіття підходів до визначення маркетингової стратегії обумовлене глибиною самого поняття «стратегія» та масштабами його використання. В економічній літературі (як зарубіжній, так і вітчизняній) відсутня єдність поглядів щодо сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства. Визначаючи суть маркетингової стратегії, різні автори дотримуються чотирьох відмінних підходів чи засад її формулювання: комплекс маркетингу, життєвий цикл товару, частка ринку і конкуренція та позиціонування, а також окремо виділяються міжнародні стратегії та стратегії для промислових товарів.

Процес управління маркетингом на підприємстві має відбуватися поступово, з урахуванням всіх його складових. Формування маркетингового механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності являє собою застосування керівного впливу держави, міських органів влади до товаровиробників експортоспроможної продукції з метою максимізації їх пропозиції на зовнішніх ринках. Механізм регулювання включає послідовне подолання товаровиробниками нижчих рівнів пропозиції товарів із недостатніми якісними характеристиками з метою досягнення пропозиції на високих ієрархічних рівнях за рахунок підвищення якості товару на все більш

представницьких виставках і ярмарках.

Зважаючи на це, підприємства розглядають новітні маркетингові підходи до застосування регулюючих механізмів в інтенсифікації зовнішньоекономічних зв'язків із застосуванням факторів попиту і пропозиції. А протиріччя інтересів виробників і споживачів обумовлює об'єктивну необхідність проведення маркетингових досліджень [2].

При формування стратегії насамперед необхідно врахувати: на якій стадії життєвого циклу перебуває галузь; структуру галузі; сутність і потужність п'яти конкурентних сил, масштаби діяльності конкурентів.

Вибір маркетингової стратегії здійснюється в декілька етапів. Перш за все виявляються конкурентні переваги підприємства. Суб'єкт господарювання визначає сильні та слабкі сторони, це і допомагає їй виділити ті напрямки, в яких підприємство може досягти успіху; оцінює можливості та погрози потенційних ринків, що допомагає визначити фактори, які є необхідними для успіху на ринку [1].

У кожній компанії, що здійснює ЗЕД, є своя унікальна і неповторна маркетингова стратегія, яку вона використовує в своїй діяльності. При її виборі потрібно сконцентрувати всі зусилля на досягнення поставлених цілей, враховуючи при цьому гнучкість і здатність пристосовуватися до умов ринку. При цьому необхідно враховувати особливості освоєного ринку, державні програми в цій галузі, а також законодавчі нюанси.

Порівняння потенційно успішних напрямків та важливих для успіху факторів дає підприємству уявлення про власні конкурентні переваги та робить можливим розробку стратегій. Далі розробляється базова маркетингова стратегія – довгостроковий план підприємства, який не є чимось, що визначається раз і назавжди та ніколи не змінюється. Вона повинна регулярно коректуватися та уточнюватися в залежності від змін, що трапляються на ринку, та результатів діяльності підприємства.

При розробці базової стратегії керівництво приймає рішення про ступінь глобалізації діяльності підприємства з урахуванням таких факторів, як обсяг місцевого ринку, гострота конкуренції на ньому, ступінь глобалізації діяльності конкурентів, наявність у підприємства ресурсів та конкурентних переваг.

На думку деяких науковців, особливої різниці між управлінням маркетингом «внутрішнім» (під час діяльності на національному ринку) і експортним немає. Принципи управління маркетинговою діяльністю в обох випадках ідентичні. Але існує певна специфіка управління експортним маркетингом, що зумовлена особливостями функціонування закордонних ринків:

- 1). зовнішні ринки висувають значно вищі вимоги до пропонованих товарів, їх сервісу, реклами і т. ін.;
- 2). вивчення зовнішніх ринків, їхніх можливостей, що є вихідним моментом управління експортною маркетинговою діяльністю є ще більш складним

і трудомістким процесом, ніж вивчення внутрішнього ринку. Звідси існує необхідність створення підприємствами-експортерами дослідних підрозділів, або отримання від спеціалізованих фірм-консультантів, що існують в країні, де пропонується експорт платної інформації про товарний ринок;

3). ефективна діяльність на зовнішньому ринку вимагає творчого використання маркетингових методів;

4). відповідати вимогам світового ринку, пропонувати такі експортні товари, які навіть через певний період після виходу на ринок відрізнятимуться високою конкурентоздатністю [2].

Отже, процес управління маркетингом при здійсненні ЗЕД має свою специфіку. Він входить до складу функцій, які здійснює підприємство в рамках зовнішньоекономічної діяльності. А також являє собою самостійну галузь діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. При виході підприємства на зовнішні ринки підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства, з'являється додатковий ризик його діяльності, збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства, підвищуються вимоги до координації різних напрямків і сфер їх діяльності.

Література:

1. Фединак Д. П. Маркетингові стратегії проникнення підприємства на зовнішні ринки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/963/1/Fedynyak%20D.P.%2C%20MUNzmi-51.pdf>

2. Тюха І. В. Особливості управління маркетингом на підприємстві при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності / І. В. Тюха, М. С. Мозоленко // Ефективна економіка. - №1, 2016. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4725>

МІЖНАРОДНА ОСВІТНЯ МІГРАЦІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Мартинюк О.В.,

доцент кафедри міжнародної економіки,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Глобалізація в сучасних умовах є домінуючою тенденцією, яка спричиняє значні трансформації в усіх сферах суспільного життя. Глобалізація призводить до безлічі істотних, корінних змін в сучасному суспільстві і, відповідно, можна сказати, що глобалізація є найважливішим фактором соціальних трансформацій. І важливими є не тільки факти змін, але й ті впливи, які здійснюють глобальні

процеси на соціальну систему загалом і систему освіти зокрема. Сучасні соціальні перетворення носять фундаментальний характер і стосуються рівня системної організації людського суспільства, а саме – представляють трансформацію його соціальної структури, характеру соціальних зв'язків і взаємодій суб'єктів суспільних відносин, а також соціальних норм і цінностей як основних регуляторів економічної поведінки людей.

В умовах глобалізації створення інновацій і розвиток конкурентоспроможності економіки можливо підтримувати лише за наявності якісної системи освіти та високої якості людського капіталу. Проте глобальний розрив між реальним сектором економіки та освітньою сферою, невідповідність якості кадрів сучасним потребам ринку праці, відсутність розвитку інноваційної діяльності університетів, своєю чергою, призводять до стагнації національної економіки і підривають позиції України в світі. Вирішенням проблем, що склалися, може стати застосування таких процесів регулювання соціальної сфери, системи вищої освіти зокрема, які спрямовані на забезпечення розвитку людського капіталу, від чого залежить підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

За оцінками ЮНЕСКО, в 2007 р. в світі налічувалося 2,8 млн. навчальних мігрантів, а в 2019 р. їх чисельність перевищила 4,2 млн. осіб, або 2.2% світового обсягу міграції.

Країнами-лідерами за показниками притоку іноземних студентів є США і Великобританія, які отримують в сукупності понад 1 млн. осіб на рік. Можна виділити вісім провідних країн-реципієнтів, які приймають понад 70% всіх іноземних студентів в світі: США, на частку яких припадає 20%, Великобританія – 13, Франція – 8, Німеччина – 8 (в сумі ці країни акумулюють майже 50% освітньої міграції), Австралія – 7, Китай – 7, Канада – 5, Японія – 4% [8].

На даний момент основними споживачами послуг на міжнародному ринку вищої освіти є, перш за все, представники з країн Азії, а також західноєвропейських країн. Так, згідно з даними ОЕСР, німецькі (3,6%), корейські (4,8%) і французькі студенти (2,1%) становлять найбільш чисельну групу серед студентів-вихідців з країн ОЕСР, які навчаються в інших країнах ОЕСР. Трохи менша кількість студентів – близько 1,8% – з Канади, США та Японії отримує вищу освіту в зарубіжних країнах [8].

Аналіз чисельного розподілу студентів по країнам, які не є членами ОЕСР, показує домінування китайських студентів в загальному потоці всіх іноземних студентів. Так, частка китайських студентів в загальній чисельності всіх іноземних студентів, які навчаються в країнах ОЕСР, становить 18,2%. Китайські студенти найбільше навчаються в США (21,9%), Японії (14%), Австралії (12,4%). За чисельністю іноземних студентів в країнах ОЕСР слід виділити Індію (7,3%), Малайзію (1,9%), Марокко (1,6%), В'єтнам (1,5%) і Росію (1,3%) [9]. Серед азійських студентів слід зазначити також громадян Індонезії, Пакистану, Непалу, Сінгапуру.

Сьогодні на міжнародному ринку освітніх послуг існує досить жорстка конкуренція не тільки між провідними країнами-реципієнтами, а й тими, хто в недавньому минулому був основним джерелом іноземних студентів: Сінгапур, Малайзія і Китай все більше претендують на роль регіональних і світових освітніх центрів. За оцінками експертів, до 2025р. на Китай і Індію припадатиме в сукупності більше половини всього міжнародного студентського контингенту, а загальносвітова чисельність іноземних студентів з 2005 по 2025рр. збільшиться більш ніж в 3 рази (за умови збереження незмінності існуючих програм і форм навчання третинного рівня освіти) [9].

Експерти Міжнародної організації з міграції відзначають схильність населення будь-якої країни мігрувати для навчання в сусідні країни з найбільш благополучної і перспективною ситуацією в галузі вищої освіти і зайнятості в даному регіоні або на даному континенті. Так, Європа є привабливою для 52% іноземних студентів (1,2 млн.), більшість яких прибуває з Європи і Африки, і лише частково – з Америки і Азії. Аналогічна ситуація складається і в Азії, де 48% навчальної міграції припадає на внутрішньорегіональні переміщення; інші 52% перерозподіляються таким чином: з Європи – 28%, з Африки – 12, з Південної Америки – 7, з Північної Америки – 4 і з Океанії – 1% [5].

Специфічною особливістю освітньої міграції є її вплив не тільки на прибутковість освіти (або окремого вищого навчального закладу), а й на економіку країни (регіону), що надає послуги, в цілому. Крім того, споживачі освітніх послуг є потенційною робочою силою відповідної кваліфікації. Приїзд і навчання іноземних студентів - це не тільки фактор визнання навчального закладу, а й потужний інструмент економічного розвитку, геополітичний ресурс, який використовується для розповсюдження і просування національної культури, ціннісних установок і технологій країни, формування лояльності з боку студентів до країн, де вони провели свої студентські роки, а можливо і вибір на користь реалізації свого професійного потенціалу в цій же країні, що істотно вигідніше, ніж приїзд біженця або вимушеного переселенця, гастарбайтера або емігранта для об'єднання з сім'єю [2].

Ще один важливий аспект освітньої міграції – фінансовий, оскільки вартість навчання для іноземного студента нерідко істотно вище, ніж для місцевого населення [8]. Саме в навчальних закладах здійснюється безпосередня робота по набору, навчанню, адаптації і інтеграції в місцеве співтовариство іноземних учнів, саме університет може стати основою для залучення висококваліфікованих кадрів на вітчизняний ринок праці. Ще один важливий економічний фактор освітньої міграції - країна не несе витрат на дитячий період майбутніх абітурієнтів, проте може отримувати плату за надання освітніх послуг іноземним студентам, а також отримує молодого, інтегрованого до приймаючого суспільства фахівця і члена соціуму [8].

Набуваючи в останні роки яскраво вираженого соціального, політичного характеру, освітня міграція вносить корективи в життя місцевих соціумів,

впливає на здійснювану суверенними державами політику, а головне - змінює особистісні характеристики тих, хто змушений переміститися на інші території в пошуках спокійнішого життя і кращого майбутнього.

Одним з провідних напрямків освітньої міграції є діяльність міжнародного співробітництва вищих навчальних закладів. Міжнародне співробітництво є однією з найважливіших складових престижності і міжнародної конкурентоспроможності вищого навчального закладу. Основними завданнями розвитку міжнародного співробітництва у ВНЗ є поліпшення якості підготовки фахівців для національної економіки шляхом використання кращого світового досвіду та інтеграція в міжнародний освітній і науковий простір.

Здійснюючи активну політику в сфері освітньої міграції, країна в значній мірі підвищує керованість імміграційними процесами і отримує ще одну сферу співпраці з іншими державами. Також приймаюча країна може отримати нових молодих громадян, які мають компетенції в рамках потрібних спеціальностей, що інтегровані в суспільство, знають державну мову і володіють безцінним досвідом і навичками, які з'являються після навчання в декількох країнах. Навіть якщо після закінчення свого навчання випускники-іноземці повернуться в свою країну, сторона, що приймала їх, отримає позитивний результат: іноземний громадянин відвезе і поширюватиме в своїй країні відомості про якість освіти в закордонному ВНЗ, залучаючи нових студентів, елементи національної культури, технологій, а значить, з'явиться перспектива використання обладнання, стандартів, а також зміни в ставленні до жителів приймаючої країни тощо. [8].

Країни-донори і країни-реципієнти розглядають освітню міграцію як спосіб підвищення чисельності працездатного населення і кваліфікованих фахівців на ринку праці без значних соціальних і фінансових витрат, для багатьох з них навчання іноземних студентів, продаж технологій, підручників і програм перетворюються в одну з важливих статей доходу. Разом з тим спектр наслідків даного процесу охоплює не тільки економічні, але і політичні, демографічні, соціокультурні зміни, зумовлені взаємною адаптацією суспільства і мігрантів, ефекти яких в даний час повністю не вивчені.

Передумовою освітньої міграції є прагнення індивіда отримати певну освіту, яка може бути оцінена з точки зору рівня кваліфікації, професійного спрямування, напрямків, методів і шляхів отримання освіти і бажаного набутого результату. Можна виділити дві стратегії студентів, що здобувають освіту за кордоном: навчання з метою залишитися в іншій країні і навчання з метою повернутися в свою рідну країну. В рамках першої стратегії студент прагне підвищити якість людського капіталу, необхідного для існування в сучасному суспільстві, отримати всі необхідні йому знання і вміння для того, щоб мати шанси на ринку праці іншої країни і успішно соціально інтегруватися. У другому випадку студент, здобуваючи освіту за кордоном, планує отримати знання і досвід, які дадуть йому істотну перевагу в його професійній кар'єрі

в своїй країні.

Для сучасних мігрантів все більш привабливими стають можливості транскордонної освіти і підвищення кваліфікації, включаючи дистанційні та віртуальні форми, а також комплекс умов їх отримання (тип візи і можливості громадянства, тимчасові обмеження і умови повернення, можливість навчання у вищих навчальних закладах кількох країн в рамках однієї програми). Сучасна освітня міграція багато в чому обумовлюється наявністю міграційних мереж нової якості, які функціонують за рахунок підтримки навчальних, наукових, трудових відносин та контактів, етнічних, релігійних, родинних та інших зв'язків у різних країнах. Факторами міграції в цьому випадку виявляються перспективи професійної самореалізації та роботи в середовищі однодумців, рівень науково-технічного забезпечення та розвитку, очікуваний розмір оплати праці, адекватний витратам на придбаний людський капітал.

Більшу частину освітньої міграції становить потік навчальних мігрантів, які орієнтовані на отримання знань в школах, коледжах і університетах. Також не слід забувати про існування розгалуженої мережі мовної та професійної підготовки зарубіжних фахівців, за допомогою якої трудові мігранти включаються в систему освіти приймаючих країн. Для студентів, аспірантів, докторантів, стажистів, професіоналів, що підвищують свою кваліфікацію в різних освітніх структурах, організаціях та компаніях в інших країнах, навчальна міграція є одним з найдоступніших шляхів потрапляння на міжнародний ринок праці або підвищення соціально-професійного статусу на батьківщині.

Сьогодні світовий простір перетвориться в єдину зону, де вільно переміщаються інформація, товари і послуги, де невимушено поширюються ідеї і безперешкодно пересуваються їх носії. Тому студенти, магістранти, докторанти та викладачі ВНЗ повинні повніше використовувати можливості для навчання, обміну досвідом, проведення спільних досліджень із зарубіжними партнерами, які стали доступними завдяки реалізації міжнародних програм, проєктів.

Література:

1. Жураковська Л. Тенденції освітньої міграції в контексті глобалізації економічного розвитку / Л. Жураковська // Демографія та соціальна економіка. – 2014. – № 1 (21). – С. 233–242
2. Стратегії розвитку освітніх систем країн світу: [монографія] / Д. Кучеренко, О. Мартинюк. – К.: ІПК ДСЗУ, 2011. – 312 с.
3. Павліха Н.В., Степанюк Н.А. Становлення освітньої міграції в умовах глобалізації // Глобальні та національні проблеми економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-16-2017/24-vipusk-16-kviten-2017-r/2911-pavlikha-n-v-stepanyuk-n-a-stanovlennya-osvitnoji>

migratsiji-v-umovakh-globalizatsiji

4. Філатов В. Специфічні ознаки освітньої міграції та її місце в структурі міграційних потоків / В. Філатов, Я. Ромашова // Ефективна економіка. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

5. International migration report 2016. N.Y., - 2002. – 334p.

6. Gabriel M. Youth Migration and Social Advancement: How Young People Manage Emerging Differences between Themselves and their Hometown // Journal of Youth Studies. 2006. Vol. 9 (1). P. 33-46. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.utas.edu.au/2124/1/741511257_content.pdf

7. Gargano T. (Re)conceptualizing International Student Mobility: The Potential of Transnational Social Fields // Journal of Studies in International Education. 2009. Vol. 13 (3). P. 331-346.

8. Transformation of the higher education by diversification of sources and forms of its financing. [Kucherenko D., Martyniuk O.] // Modern Science—Moderní věda.—Praha.—Česká republika, Nemoros.—2018.—No5., P. 44-51

9. UNESCO Institute for Statistics. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/>

ЦІННІСНІ АСПЕКТИ РЕЗУЛЬТАТІВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЗА ПОСТІНДУСТРІАЛЬНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мельник О.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії,
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»*

Розвиток сучасної теорії капіталізації підприємства відбувається з урахуванням постіндустріальної специфіки бізнес-середовища, що безпосередньо зумовлює зміни як на методологічному, так і методичному рівнях дослідження відповідної наукової проблематики. Постіндустріальні тенденції принципово змінюють пріоритетність впливу факторів на процеси капіталотворення, де визначальними стають знання та інформація, які у поєднанні з творчою діяльністю зумовлюють принципово нову якість результатних аспектів капіталізації підприємства. Класичний ланцюжок капіталотворення, який описувався як перетворення ресурсів на потоки вартості, сьогодні вже не здатний пояснити сучасну специфіку процесів та результатів капіталізації, а його змістовне розширення, як перетворення можливостей зовнішнього середовища на потоки цінності для стейкхолдерів бізнесу, актуалізує дослідження питань, які пов'язані із визначенням, оцінюванням та забезпеченням результатів капіталізації з урахуванням сучасної постіндустріальної специфіки діяльності підприємств.

У зарубіжній науковій економічній літературі у своїй переважній більшості термін «капіталізація» інтерпретується як ринкова вартість, що акцентує увагу лише на результатному аспекті проблематики капіталотворення. При цьому змістовний контекст визначення капіталізації науковцями пострадянського простору є набагато ширшим, та фокусується на процесах та результатах капіталотворення, які пов'язані з дослідженням трансформації ресурсів у потоки доданої вартості та вартості підприємства.

Визначаючи вартість, як одну із характеристик цінності, тобто її грошове вимірювання (ціна/витрати економічного блага) авторська позиція полягає у тому, що оцінювання наслідків капіталотворення лише на основі вартісного підходу, не дозволяють пояснити сучасну специфіку та зміст капіталізації, які сьогодні виходять за змістовні просторові межі підприємства та мають максимально враховувати зовнішню складову. Базуючись на тернарній інваріантній структурі економічної цінності [1] результати капіталотворення доцільно розглядати у категоріях вартості (традиційний аспект дослідження), корисності та змістозначущості.

Корисність, як одна із характеристик цінності економічних благ, характеризується здатністю блага задовольняти потреби суб'єктів ринкових відносин. Тобто, з точки зору капіталотворення, корисність виступає характеристикою результатів, які визначаються споживчими властивостями економічних благ, що створює підприємство для задоволення потреб споживачів. В аспекті корисності, результати капіталотворення на підприємстві можуть характеризуватися рівнем якості та конкурентоспроможності продукції (послуг), так як економічний аспект корисності пов'язаний із економічною свободою вибору суб'єктів ринкових відносин.

Ціннісна природа результатів капіталотворення в аспекті змістозначущості є абсолютно новим напрямком наукових економічних досліджень. Актуалізація змістозначущості як інваріанти економічної цінності базується на положеннях теорії аксіології, відповідно з якими зміст та значення виділяються як рівні існування та прояву цінності. Цінності безпосередньо взаємопов'язані з інтелектуальними, когнітивними, емоційними, характеристиками суб'єкту, з фактом об'єктивованості, якому властиві здатності мислення, вибору, активності. Відповідно, результати капіталізації в аспекті змістозначущості визначаються в інтелектуальній, когнітивній, емоційній площині, а формами прояву є накопичені знання та досвід, які безпосередньо визначають поведінку та діяльність підприємства.

Ціннісні результати в аспекті змістозначущості втілюють у собі відношення між суб'єктами і об'єктивною реальністю з точки зору змістополягання та значущості. Відносини із носіями не фінансових форм капіталу є ідеальним феноменом та виступають онтологічною основою ціннісних результатів, що розкривають змістовну не фінансову природу капіталізації підприємства. Цінність виступає об'єктивною основою для оцінювання предметів і явищ.

Відповідно для такого оцінювання, що є значущим, а що ні, необхідними є критерії. З точки зору результатів капіталотворення такими критеріями можна виділити корпоративну культуру та репутацію підприємства.

У науковій літературі репутацію підприємства визначають через довіру стейкхолдерів, що характеризує їх готовність економічно підтримати розвиток підприємства, купуючи продукцію, вкладаючи капітал, підтримуючи партнерські відносини, створюючи і поширюючи позитивну інформацію, ін. [2]. Репутація як результат взаємовідносин із стейкхолдерами підприємства виступає стратегічним ресурсом, що забезпечує стійкість конкурентних переваг бізнесу, а відтак конкурентоспроможність як основу формування фінансово-економічних результатів компанії.

Корпоративна культура представляє собою систему домінуючих в організації цінностей, норм поведінки, принципів і правил діяльності, а також способів їх реалізації, що є рушійною силою цілеспрямованого розвитку. Рівень розвитку корпоративної культури є основою формування організаційних здатностей, які визначають трансформаційні можливості ресурсів підприємства з точки зору формування фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.

Таким чином, ціннісна природа результатів капіталотворення виходить за межі вартісного простору, та визначається такими характеристиками цінності як корисність та змістозначущість. У такій змістовній постановці результатні аспекти капіталотворення можуть бути описані у термінології ринкової та фундаментальної вартості, виробничої та споживчої, репутаційної культурно-корпоративної цінностей.

Література:

1. Куценко Є. К. Діалектика взаємопов'язаних категорій економічної цінності / Є. К. Куценко // Стратегія економічного розвитку України. – 2019. – № 44. – С. 16 – 26.
2. Derevianko O. Reputation Management in Business: Theory, Methodology and Country Features (the case of Ukraine). /O. Derevianko. - Brussels:, European World Publishing, 2019. – 287 p

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Михайло В.В.,

аспірант,

Вараксіна О.В.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія*

Питання конкурентоспроможності як основи ефективного розвитку економіки завжди було в центрі уваги досліджень відомих вчених-економістів.

Безпосередньо поняття економічної конкуренції почало формуватися ще в дані часи і походить від лат. «conspicuo», яке означає, з одного боку, злиття і взаємопроникнення, а з іншого – зіткнення, тобто у даному визначенні відображаються процеси певної взаємодії.

В подальшому відомий економіст А. Сміт розвинув і вдосконалив цю теорію. Він вважав, що конкуренція – це чесне, правдиве суперництво, яке реалізується без змови між продавцями та покупцями за вигідні умови реалізації продукції [1].

Далі поняття конкуренції продовжувало залишатися в центрі уваги економічної науки. Так, Д. Рікардо визначив основні елементи в теоретичній концепції конкуренції на ринку та найважливіші умови її існування [2].

За словами іншого вченого А.О. Курно, конкуренція полягає у встановленні покупцями цін на продукцію і пристосуванні виробників (продавців) продукції до певного визначеного цінового рівня [3]. Відомий економіст А. Маршалл, критикуючи умовності в класичній моделі вільної конкуренції, вказав на важливість та значущість інших, нецінових методів та механізмів конкурентної боротьби. Вчений, виводячи власну теорію ринку, визначив технологію автоматичного встановлення ринкової рівноваги через досконалу конкуренцію та закони граничної корисності і граничної продуктивності. На думку А. Маршалла, в центрі поняття «конкуренція» має бути змагання суб'єктів ринку між собою в процесі продажу чи купівлі матеріальних чи нематеріальних благ [4].

Американський економіст Дж. Б. Кларк, зазначив, що за допомогою статичного стану економіки досягається ідеальний принцип розподілу благ під впливом конкуренції. В таких умовах, вважав вчений, досягаються необхідні умови абсолютної мобільності всіх наявних факторів виробничого процесу та процесу реалізації вироблених благ [5].

Визнаним авторитетом у сфері розробки стратегій конкурентної боротьби є М. Портер. Добре знаною є його точка зору, що «...конкуренція – це не рівновага, а постійні зміни». Аналізуючи особливості економік країн і окремих відомих компаній, вчений виявив особливості методики досягнення

ними лідируючих позицій на ринку. На думку М. Портера, щоб успішно вести конкурентну боротьбу, суб'єкту господарювання необхідно сформуванати ефективну конкурентну стратегію, ключовою метою якої буде забезпечити вагомі переваги над своїми конкурентами [6].

Принципово новий підхід до визначення ідеї розробки конкурентних стратегій розробив інший відомий вчений Дж. Мур. Він вказав, що саме завдяки більшій ефективності своїх товарів та послуг такі компанії зможуть досягти набагато кращих фінансових результатів і врешті-решт виграють конкурентну боротьбу [7].

Вагоме місце в наукових розвідках, що присвячені проблематиці конкуренції займають праці сучасних дослідників. Автор відомих робіт про конкуренцію Р. Фатхутдинов [8] вважає, що існує різноманіття підходів до формулювання поняття «конкуренція» й пропонує таке визначення: «Конкуренція – змагання юридичних і фізичних осіб за гроші покупця, за своє виживання в умовах дії твердого закону конкуренції як об'єктивного процесу «вимивання» неякісних товарів і послуг у рамках антимонопольного законодавства».

Ми погоджуємося з думкою В. Базилевича, який зазначає, що конкуренція – це потужний інструмент ринкової економіки, рушійна сила, яка примушує товаровиробників підвищувати ефективність виробництва, знижувати виробничі затрати, підвищувати якість продукції (товарів, робіт, послуг), прискорювати впровадження новітніх досягнень науки і техніки, проводити організаційні та структурні зміни в ході підприємницької діяльності [3, с. 233].

Саме на основі конкуренції як основної рушійної сили сучасної ринкової економіки і сформувалося поняття конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність слід розуміти як функціональну здатність певного товару, компанії, галузі, країни тощо займати певну нішу на ринку та ефективно там працювати, залишаючись прибутковим та динамічно розвиваючись.

Враховуючи суть конкуренції як економічного явища, під конкурентоспроможністю підприємств досліджуваної галузі розуміють можливість підприємства у поточний момент часу забезпечувати ефективну діяльність, підтримувати сталий розвиток та стійкі позиції на ринку через гнучке пристосування до змін маркетингового середовища [9, с. 268].

Узагальнюючи результати наукових розвідок, О. В. Вараксіна під конкурентоспроможністю підприємства пропонує розуміти здатність підприємства як в даний момент так і перспективі мати пріоритетні переваги за рівнем задоволення результатом своєї діяльності споживача, за ефективністю господарської діяльності на внутрішньому і зовнішньому ринку порівняно з іншими суб'єктами господарської діяльності [10, с. 14].

В своїх працях, вітчизняні дослідники, звертають увагу на взаємозв'язок між конкурентоспроможністю підприємства, конкурентоспроможністю виробництва та конкурентоспроможністю продукції, приділяючи останній особливу увагу.

Основою цього зв'язку є конкурентоспроможність продукції. Об'єктом

аналізу конкурентних переваг підприємства є внутрішні чинники, які знаходяться певним чином під його контролем. Класична система чинників, які забезпечують рівень конкурентоспроможності, складається із таких елементів:

1) конкурентоспроможність продукції (якість, ціна, рівень споживчої переваги та задоволення);

2) конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (рівень техніко-технологічного оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення та фінансово-інноваційні можливості;

3) конкурентоспроможність організаційного потенціалу та системи менеджменту (форма господарювання і власності, організаційна структура, структура управління та функції, механізми управління, гнучкість та оперативність менеджменту);

4) конкурентоспроможність інформаційно-маркетингових та комунікаційних зв'язків (система внутрішньої і зовнішньої інформації з постачальниками, споживачами, інвесторами, потенційними клієнтами) [9, с. 274].

Таким чином, в сучасних умовах, коли конкуренція набуває глобальних характеристик, пріоритетом кожної національної економіки має стати ефективна діяльність підприємства та зростання його конкурентоспроможності. При цьому конкурентоспроможність продукції слід розглядати як найважливіший чинник діяльності підприємства.

Література:

1. Гаркавенко С. Маркетинг : підручник. К. : Лібра, 2007. 720 с.
2. . Классика экономической мысли / Петти У., Смит А., Рикардо Д., Кейнс Дж., Фридмен М. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. 896 с.
3. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича. Київ : Знання-Прес, 2008. 719с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки. М. : Прогресс, 1993. 416 с.
5. Кларк Дж. Б. Распределение богатства. М. : Экономика, 1992. 442 с.
6. Портер М. Конкуренція М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. 495 с.
7. Мур Дж. Ф. Путеводитель по царству мудрости. Лучшие идеи мастеров управления. М.: Олимп-Бизнес, 2004. 189 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М. : Маркетинг, 2002. 886 с.
9. Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Дудяк О. Р. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємств у формуванні їх збутової політики. Науковий вісник НЛТУ України. № 7, 2009. С. 268-275.
10. Вараксіна О. В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники України. Фаховий збірник наукових праць Національного авіаційного університету. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. № 4. С. 12- 16

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Пузирьова П.В.,

*доцент кафедри підприємництва та бізнесу,
кандидат економічних наук, доцент,*

Київський національний університет технологій та дизайну

Формування стратегічно виваженої державної інноваційної політики України має базуватися на науково-обґрунтованому визначенні пріоритетних напрямів розвитку науки, технологій, інновацій [1]. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» основними принципами державної інноваційної політики має бути сприяння розвитку інноваційної інфраструктури та орієнтації на інноваційний шлях розвитку економіки [2]. Також на законодавчому рівні визначено, що для реалізації середньострокових пріоритетних напрямків інноваційної діяльності держава запроваджує заходи щодо розвитку інноваційної інфраструктури (інноваційних центрів, технологічних парків, наукових парків, технополісів, інноваційних бізнес-інкубаторів, інноваційних кластерів, центру трансферу технологій, венчурних фондів тощо) [2].

В останні роки загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності (зокрема по промисловості України) формувався в основному за рахунок власних коштів та меншою мірою – за рахунок кредитів банків. Бюджетні ресурси, кошти вітчизняних та іноземних інвесторів відігравали несуттєву роль, хоча витрати держави на наукові дослідження, особливо на фундаментальні, були визначальними [1].

За умов великої нестачі фінансових ресурсів у підприємств, які в останні роки формували основну частину загальних обсягів фінансування інноваційної діяльності, реальний сектор об'єктивно не міг забезпечити реалізацію інноваційної моделі розвитку української економіки. Усе це свідчить про об'єктивну необхідність посилення державного регулювання в цій сфері, насамперед шляхом підвищення частки бюджету в підтримці інноваційної складової розвитку реального сектора економіки. Без цього проблему фінансового забезпечення інноваційної діяльності вирішити практично неможливо, оскільки:

- незважаючи на високу питому вагу власних джерел у загальній сумі фінансування, їх абсолютний обсяг є незначним, що пов'язано зі збитковістю та низькою рентабельністю підприємств реального сектора;

- висока ризикованість інноваційної діяльності стримує інвесторів від вкладень фінансових ресурсів у цю сферу. До того ж іноземний капітал «обходить» увагою проекти, що стосуються розвитку високих технологій в

Україні;

- банківський сектор на сьогодні обмежений у ресурсах для здійснення довготермінового кредитування.

Очевидно, що при визначенні конкретних джерел фінансового забезпечення слід враховувати, на які цілі будуть витрачені наявні кошти. Якщо йдеться про фінансування пошукових НДР, або дослідно-конструкторських робіт, виконання яких здійснюється на основі державних конкурсів (тендерів), і вони не пов'язані з комерційним замовленням, то очевидно, що основним джерелом їх фінансування залишаються бюджетні кошти. При цьому має бути удосконалений механізм проведення державних тендерів з метою забезпечення більш ретельного відбору проектів, усунення галузевої розпорошеності цих коштів та дублювання тематики досліджень [1-4].

Отже, можна зробити висновок, що на сьогодні в Україні не створено ефективної законодавчої бази та відсутні дієві економічні стимули щодо активізації інноваційної діяльності, зокрема, за рахунок власних коштів підприємств. Фінансуючи інноваційні проекти, приватні інвестори повною мірою беруть на себе всі пов'язані з реалізацією цих проектів ризики, не відчувачи при цьому підтримки держави (як законодавчої, так і фінансової).

Таким чином, для удосконалення фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств Україні необхідно: ухвалити Закони України «Про визначення національних пріоритетів» та «Про формування Банку розвитку України», що дозволить створити законодавчу базу для концентрації ресурсів на фінансовому забезпеченні пріоритетних напрямів. По-друге, Кабінету Міністрів України розробити нормативні акти щодо вимог до державних інвестиційних проектів, які підлягають затвердженню на рівні КМУ, гарантій їх фінансування, зокрема, за рахунок коштів Банку розвитку та наділення міністерств (відомств) функціями щодо їх розгляду. По-третє, закріпити у Податковому кодексі України порядок і обсяги податкових пільг для інноваційних проектів, положення про контроль за їх використанням та вилученням коштів у бюджет у разі нецільового використання. І останнє, встановити особливий порядок стимулювання інноваційної діяльності підприємств, зокрема, за рахунок амортизаційної, податкової та грошово-кредитної політики.

Література:

1. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред.В.М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с.

2. Закон України від 03.06.2010 р. № 2314 «Про інноваційну діяльність». – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2314-17>.

3. Закон України від 08.09.2011 № 3715 р. «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні». – [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17> .

4. Закон України від 25.06.2009 № 1563 «Про наукові парки» – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/156317http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1563-17>.

5. Постанова Кабінету Міністрів України від 25.08.2004 № 1084 «Про затвердження Порядку формування і виконання замовлення на проведення фундаментальних наукових досліджень, прикладних наукових досліджень та виконання науково-технічних (експериментальних) розробок за рахунок коштів державного бюджету». – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1084-2004-%D0%BFv>.

6. Постанова Кабінету Міністрів України від 12.03.2012 № 294 «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2012 – 2016 роки». – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/294-2012-%D0%BF>.

7. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.05.2012 № 397 «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого рівня на 2012 – 2016 роки». – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/397-2012-%D0%BF>.

8. Обзор инновационного развития Республики Беларусь. Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций: Нью-Йорк и Женева, 2011 г. [Електронний ресурс]. – С. 116–117. – Доступний з : http://www.un.org/ru/publications/pdfs/innovative_development_survey_belorus_rus.pdf.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ В ПЛОЩИНІ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Микитенко Н.В.,

к.е.н., доцент,

Сілко А.Б.,

КНТЕУ

За умов безпрецедентних трансформацій в сфері торгівлі та підвищення практичності і вибагливості сучасного споживача одним з прогресивних векторів розвитку підприємства торгівлі є категорійний менеджмент, який представляє собою управління асортиментом на засадах виділення в ньому товарних категорій, що спрямоване на підвищення результатів підприємства, взаємовигідну співпрацю між всіма учасниками системи товароруку, формування лояльності споживачів та оптимальне задоволення їх потреб.

Нині споживачі стали більш вибагливими і практичними. До їх послуг – можливість широкого вибору різних торговельних каналів для задоволення

своїх потреб (ринки, роздріб різних форматів, інтернет-магазини). Це вимагає глибокого аналізу споживача, його потреб, очікувань та реакції на той чи інший товар з метою грамотного сегментування сучасного ринку. Задля цього в рамках категорійного менеджменту в числі інших доцільно керуватися теорію поколінь, яка дає змогу зрозуміти ціннісні орієнтири, очікування та побажання різних вікових груп споживачів [1].

Теорія поколінь є однією з новітніх теорій циклічності розвитку, яка була сформульована Н. Хоувом й У. Штраусом в 90-х роках ХХ ст. В основу даної теорії покладена гіпотеза, що системи цінностей у людей, які належать до різних поколінь, істотно розрізняються між собою. Адже цінності людини формуються не лише в результаті сімейного виховання, а й під впливом суспільних подій в період дорослішання людини. Система цінностей актуалізує ті чи інші потреби людини, а відтак, обумовлює інтерес до визначених товарних категорій.

З точки зору особливостей поведінки споживачів, найбільший інтерес викликають чотири чисельні покоління: бебі-бумери (ВВ), ікси (Х), ігреки (Y) та зети (Z), які сьогодні є основними активними споживачами. Вивчаючи специфіку поведінки, потреби і базові цінності цих груп споживачів, можна ідентифікувати підходи до формування товарних категорій та управління ними.

Якщо розглядати покоління бебі-бумерів (1943-1963 рр.) як групу споживачів, то для них характерні наступні глибинні цінності. Вони є поколінням експертів, які довго вибирають товари, порівнюючи їх між собою, тому люблять бути поінформованими. Мета процесу покупки для «бумерів» – це сам товар. Це покоління читає пресу, дивиться телевізор, слухає радіо [2].

Візит до магазину для бебі-бумерів скоріше є необхідністю, а не розвагою. Зазвичай «бумери» довго вибирають потрібний їм товар, адже це їм цікаво. Приймаючи рішення про покупку, керуються питаннями, як цей товар може підвищити їх статус. Тому все, що здатне підтвердити заслуги, входить до списку їх покупок: одяг, техніка, дача тощо. Чимала частина витрат «бумерів» припадає на їжу та повсякденні потреби. Значну частину їх бюджету займають також витрати на лікування та профілактику. З одного боку, «бебі-бумери» схильні випробовувати все нове, а з іншого, радянські товари для них залишаються символом старого, доброго, вічного.

Для покоління Х (1964-1984 рр.) важлива зручність покупки, можливість робити їх поблизу, причому купувати багато різних якісних товарів в одному місці, тим самим заощаджуючи свій час. Представники даного покоління здебільшого йдуть в магазин з чітким розумінням потрібних їм товарних категорій, перевага серед яких віддається товарам першої необхідності, товарам для дому і саду. Вони не визнають нав'язування, воліють самостійно приймати рішення про покупку. Для цього покоління важливим є індивідуальний продукт, вони цінують в товарі дещо унікальне. «Ікси» постійно формують і змінюють свої уподобання, пробуючи нові товари і послуги. Чи то розчинна каша, чи то

ліки для шлунку, їх увагу насамперед привертає склад продукту [2].

При придбанні товарів покоління X демонструє вибагливість і знання ціни речам. В процесі придбання товарів «ікси» часто відчують ностальгію за старими часами, тому часто віддають перевагу ретро-товарам типу безалкогольних напоїв «Дюшес», «Байкал», «Тархун» та іншим.

Для покоління Y (1985-1994 рр.), або міленіалів, супермаркети та гіпермаркети перетворюються в місця не стільки покупки, скільки розваг. Їм подобається різноманітність вибору та можливість куштувати на смак. Це покоління вибирає відомі марки одягу, ліків, продуктів харчування та інших товарів, довіряючи їх якості. Міленіали вважають, що наявність грошей робить доступним в житті багато речей. Також «ігреки» активно долучаються до програм лояльності, якщо це гарантує їм отримання знижок і бонусів.

Представники покоління Y розуміють, що наркотики і тютюн – це погано. Вони не знають, з чого створюються продукти, але звертають увагу на кількість білків, жирів і вуглеводів. Проте люблять поїсти на ходу. Їх кредо – мода. Вони захоплюються модними видами спорту: баскетболом, стрітболом, велосипедом, роликми, але не стільки для досягнення результату, скільки для задоволення. Навіть у харчуванні вони дотримуються модних течій. Якщо в «ігреків» виникають проблеми зі здоров'ям, зазвичай вони обирають брендові, широко розрекламовані ліки [3].

Серед міленіалів користуються популярністю такі товарні категорії, як побутова техніка, гаджети, товари для офісу. Враховуючи дітородний вік даного покоління, також вони часто роблять вибір серед дитячих товарів. Оскільки для «ігреків» важливе все, що пов'язане з образом, іміджем, задоволенням, то основні статті своїх витрат – одяг, взуття, аксесуари, елементи декору, спортивне спорядження – не завжди для них є буденною необхідністю, часто вони спрямовані на отримання насолоди від життя.

Покоління Z, або центеніали, народжені в 1995–2012 рр., – це яскравий приклад людей, які з'явилися у часи великої глобалізації та постмодернізму. Їх характерною рисою є те, що з усіма сучасними технологіями вони ще з раннього дитинства на «ти» [4].

Центеніали не є самостійними, проте вони досить волелюбні, їх не можна примушувати до будь-чого, адже вони ніколи не будуть робити те, чого не забажають самі. Навіть змалечку для них важливо, аби до їх думок дослухалися: вони впливають на більшість покупок в сім'ї – від їжі до машин.

Середтоварних категорій віддають перевагу товарам для спорту і відпочинку, одягу і взуттю, мобільним телефонам, різним гаджетам, подарункам. «Зети» купують музику, відео, ігри, косметику. Вони стежать за модою, але лише в рамках свого оточення, при цьому керуються уподобаннями своїх кумирів в соцмережах. Оскільки центеніали спираються на вибір близьких за духом людей, тому суми витрат можуть сильно відрізнятися у різних представників зазначеного покоління.

Таким чином, глибокий аналіз поведінки основних груп споживачів дає змогу ідентифікувати їх заявлені та приховані потреби, що в підсумку дозволяє сформулювати уявлення про те, яким в цілому має бути асортимент підприємства торгівлі [5, с. 116-117]. При цьому на допомогу категорійному менеджеру приходять цілий арсенал методик та теорій, однією з яких є теорія поколінь.

Теорія поколінь дає додаткову узагальнену систематизовану «інструкцію», що допомагає визначити базові мотиви та потреби певного сегменту ринку. Це той важіль, який категорійні менеджери можуть використовувати при ідентифікації цільових груп споживачів, проведенні сегментації ринку, формуванні асортименту товарної категорії, встановленні цін на товари та виборі загальної стратегії розвитку категорії.

Література:

1. Шимко О. В. Дослідження споживачів як інструмент підвищення ефективності функціонування споживчого ринку / О. В. Шимко // Бізнес Інформ. – 2016. – № 1. – С. 321-326. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_1_55

2. Попова Н. В. Теорія поколінь та нові рекламні технології / Н. В. Попова, А. В. Катаєв // Реклама в Україні: інтеграція теорії та практики. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/326479842_Teoria_pokolin_ta_novi_reklamni_tehnologii

3. Аверіна О. Сучасні маркетингові тенденції / О. Аверіна // Нова парадигма. – 2016. – № 129. – С. 92-100. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/18315/1/Averina%20O.pdf>

4. Слаквa Ю. Теорія поколінь (x, y, z) / Ю. Слаквa [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://learning.ua/blog/201711/teoriia-pokolin-x-y-z/ru/>

5. Сысоева С. В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице (+электронное приложение). / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2015. – 400 с.

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ СУЧАСНОЇ КОРПОРАЦІЇ

*Сльозко Т.М., к.е.н., доцент,
Загородня Н.П., к.е.н., доцент,*

Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку

Часто фахівці, пов'язані з управлінням (як науковці, так і практики), скептично відносяться до бухгалтерського обліку, думаючи, що він їм зовсім

не потрібний. А даремно, оскільки саме облікові дані дають необхідну інформацію, щоб аналізувати та інтерпретувати, планувати та прогнозувати діяльність підприємства, фірми чи компанії, контролювати та регулювати відхилення, здійснюючи, таким чином, управління.

Загалом, управління є процесом цілеспрямованої, систематичної і безперервної дії управляючої підсистеми на керовану за допомогою загальних функцій управління, що створюють замкнутий і нескінченно повторюваний управлінський цикл. Набір функцій може суттєво відрізнятися, залежно від цілей керівництва підприємств (фірм чи компаній), однак завжди залишаються п'ять основних: планування, облік, аналіз, контроль і регулювання. У скороченому вигляді розглянемо їхню сутність.

Функція планування передбачає процес формування порядку дій, який включає постановку цілей, пошук шляхів їх досягнення і вибір найкращої альтернативи, для чого важливою є облікова інформація про прибуток і потреби в грошових коштах.

Функція обліку – це система безперервного спостереження, вимірювання, фіксації та реєстрації даних про той чи інший об'єкт управління, систематизація та узагальнення даних про нього з метою отримання всеохоплюючої інформації про діяльність, підприємства, фірми чи компанії.

Функція аналізу полягає в комплексному вивченні діяльності підприємства, фірми чи компанії за допомогою аналітичних і економіко-математичних методів для об'єктивної оцінки; виявлення причин наявного стану, динаміки і закономірностей розвитку об'єкта управління.

Функція контролю – це система спостереження і перевірки процесу функціонування об'єкту, яка базується на облікових даних про його фактичний стан у будь-який час, з метою обґрунтованості і ефективності прийнятих управлінських рішень і результатів їх виконання щодо цього об'єкту.

Функція регулювання – це певна діяльність, направлена на підтримку в системі управління підприємством (фірмою чи компанією) заданих параметрів з метою збереження стану упорядкованості, котрий задається системою управління. Такі функції управління як організація та координація є нічим іншим як проявом основної функції – регулювання. Вони, зазвичай, знаходяться у нерозривному зв'язку з нею, тому їх можна і не виділяти окремо.

Названі функції діють у взаємозв'язку і взаємозалежності на будь-якому підприємстві, у фірми чи компанії, однак ні одна з них не може функціонувати без інформації. А її лівова частка створюється у системі бухгалтерського обліку. Це пов'язано з тим, що будь-яке підприємство (фірма чи компанія) являє собою форму організації і взаємодії ресурсів, що має на меті створення певного виду товарів і/чи послуг, і всі ці ресурси (їх наявність та рух) знаходять своє відображення у системі обліку, яка є частиною інших більш широких систем – управлінської, інформаційної та економічної.

Найбільше значення для управління підприємством, безумовно, має

інформація про окремі об'єкти, кожен з яких являє собою окрему інформаційну модель, яка складається із тих характеристик, які необхідні для управління цим об'єктом. Інформація про його стан, рух, використання, тощо має надаватися користувачам відносно центрів відповідальності і прийняття управлінських рішень. Це – суто інформація для внутрішніх користувачів, і вона переважно зосереджується у системі управлінського обліку.

Однак для прийняття управлінських рішень однієї облікової інформації недостатньо. Необхідне інтегрування й інших її видів, зокрема, нормативної, прогнозної, планової, контрольної, аналітичної на різних стадіях її створення і обробки. Така інтегрована інформація про об'єкти створюється за допомогою названих вище функцій, і вона має пронизувати усі функціональні підрозділи, що дозволить створити фундамент для здійснення взаємозв'язаного, комплексного процесу впливу управлінської системи на керовані об'єкти.

Створюється, таким чином, не що інше, як інтегрована інформаційна модель кожного об'єкту, що має забезпечити комплексну реалізацію функцій управлінського циклу, між якими має бути органічна взаємодія. Ця модель базується на інтегрованій економічній інформації, де велику частку займає облікова, яка утворюється дякуючи взаємозв'язку кількох видів єдиного бухгалтерського обліку: оперативного, внутрігосподарського та управлінського.

Для керування об'єктами облікові дані починають створюватися у центрах оперативного управління, потім надходять у бухгалтерію, де піддаються процедурі бухгалтерських узагальнень, проходячи, таким чином, шлях від центру відповідальності до дирекції підприємства, фірми чи компанії. На цьому шляху саме за допомогою облікових даних ведеться оперативний контроль, аналіз, планування та регулювання багатьох сторін функціонування об'єкту, що обліковується, та підлягає управлінню.

Взагалі, система бухгалтерського обліку штучно створена з метою відображення стану господарських засобів та процесів, що з ними відбуваються, для управління ними через надання інформації про них зовнішнім та внутрішнім користувачам. Її особливістю є те, що система бухгалтерського обліку є сукупністю способів і процедур моделювання господарських процесів, що вже відбулися та відображені у бухгалтерських документах. Тому її дані, зазвичай, використовуються для складання різних видів звітності – фінансової, управлінської, статистичної та податкової. Усі процедури бухгалтерського обліку реалізуються через функції, але уже не управлінські, що були описані вище, а облікові [1]. Можна виділити дві основні функції обліку – інформаційну та контрольну.

Інформаційна функція – одна з головних функцій бухгалтерського обліку, через яку проводиться забезпечення керівників усіх рівнів і рангів необхідними даними про діяльність підприємства, фірми чи компанії. Оскільки облікова інформація створюється згідно із чинним законодавством, то вона є об'єктивною та правдивою, щоправда настільки, наскільки є правдивими

первинні документи, що потрапили у систему бухгалтерського обліку. Безумовно, ця інформація містить необхідні дані, за якими можна приймати оптимальні управлінські рішення, однак не завжди оперативні. Це пов'язано з тим, що у бухгалтерському обліку відображаються факти, що уже відбулися, а не прогнозні розрахунки, на які сподіваються. Однак, повна комп'ютеризація бухгалтерського обліку дозволяє отримувати в ньому і прогнозну інформацію - так необхідну для оперативного управління.

Функція облікового контролю – це система спостереження за фактичним станом керованого об'єкта за допомогою інвентаризації, оперативного контролю і оцінки результатів діяльності внутрішніх підрозділів і підприємства в цілому у досягненні його кінцевої мети.

Із викладеного можна зробити висновок, що облікова інформація відіграє важливу роль в управлінні об'єктами. Це пов'язано з тим, що тільки в системі бухгалтерського обліку можна її отримати, оскільки вона (система) має інструменти або методи створення такої інформації: первинного спостереження за фактами господарського життя (документація та інвентаризація), їх вимірювання (оцінка і калькуляція), реєстрації й узагальнення (рахунки бухгалтерського обліку та подвійний запис на них), і ущільнення інформації (бухгалтерський баланс та звітність).

Ці методи дозволяють створювати такі динамічні інформаційні облікові моделі, які надають більше можливостей кожному представнику управлінського апарату в режимі онлайн попереджувати непотрібні відхилення в системі управління тим чи іншим об'єктом. Для цього самі управлінці повинні уміти: по-перше, правильно задавати алгоритми для створення цієї облікової інформації; по-друге, набувати відповідних знань, щоб із величезного пласта облікової інформації відбирати лише ті дані, які потрібні безпосередньо для їхніх управлінських цілей.

Література:

1. Сльозко Т.М. Інформаційні та контрольні можливості обліку у забезпеченні економічних складових сталого розвитку// Детермінанти сталого розвитку підприємств в умовах турбулентності: колективна монографія / за заг. ред. М.І. Скипник. – К.: КНУТД, 2017. – 332с. - С. 237-246 <http://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9061>

МЕНЕДЖМЕНТ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ІННОВАЦІЙНІСТЬ, КРЕАТИВНІСТЬ, ТЕХНОЛОГІЇ

Тадля О.М.,

Київський національний університет культури і мистецтв

Інноваційна складова в освітньому процесі закладу вищої освіти – це не просто підготовка студентів до певного виду економічної діяльності, це формування необхідного мислення особистості для візуалізації та вирішення певного кола актуальних проблем, які ставляться перед організацією, в якій буде здійснювати свою діяльність майбутній фахівець соціально-культурної сфери. Це не стільки отримання суми певних знань, навичок, скільки розвиток здібностей, найціннішою з яких є здатність до творчості, що формує інноваційний та креативний потенціал особистості в оволодінні потрібними знаннями.

У сучасній практиці вищої школи інноваційний компонент знаходить своє втілення у так званій креативній освіті. Термін «креативність» набув поширення у 60-ті роки ХХ століття після публікацій робіт Дж. Гілфорда (Guilford J. P., 1967) [1], завдяки яким фактично народжується сучасна психологія креативності. Дж. Гілфорд та його співробітники виділили 16 гіпотетичних інтелектуальних здібностей, які характеризують креативність. Серед них: швидкість (кількість ідей, що виникають за деяку одиницю часу); гнучкість (здатність швидко переключатися з однієї ідеї на іншу); оригінальність мислення (здатність продукувати ідеї, що відрізняються від загальноприйнятих); допитливість (підвищена чутливість до проблем, що не викликають інтересу в інших); іррелевантність (логічна незалежність реакцій від стимулів) [5, с.328-331]. Для Е.П. Торранса (Torrance E. P., 1979) [2], креативність – це здібність до загостреного сприйняття недоліків у знаннях та елементах, яких бракує. Він запропонував модель креативності, яка містить у собі три чинники: швидкість (продуктивність), гнучкість, оригінальність. Критерієм творчості, на його переконання, є не якість результату, а характеристики й процеси, що активізують творчу продуктивність [див: 3, с.25]. У сучасний період терміном «креативність» позначають процес і продукт творення чогось нового; його суб'єкт та обставини, в яких творчий процес відбувається; чинники, які його обумовлюють. Під поняттям «креативний» розуміється творча людина, схильна до нестандартних способів розв'язання завдань, здатна до оригінальних і нестереотипних дій, відкриттю нового, створення унікальних продуктів [4, с.266]. Таким чином, креативність (від лат. creature – творення) – це здатність породжувати екстравагантні ідеї, відхилятися від звичних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації [6, с.225], у той час як творчість – це процес, діяльність, результатом якої є створення нових матеріальних і духовних цінностей.

З вступу можна зробити висновок, що освіта, яка орієнтована на розвиток творчих здібностей майбутнього фахівця та закріплення в його професійній свідомості пристосувань на пошуки інновацій, аналіз проблем і варіантів діяльності є креативна освіта. Це освіта, що мотивує самостійне осмислення реальності, самопізнання особистої індивідуальності, трансформує знання та здібність свідомості до саморозвитку.

Метою даної роботи є висвітлення та встановлення основних напрямів креативної освіти, необхідної для її реалізації в освітньому просторі з підготовки менеджерів соціокультурної діяльності.

Креативна освіта в просторі вищого навчального закладу має ряд відмінних властивостей: 1) освітній процес побудований на системній основі, коли структура знань особистості студента генерує та заохочує творчість та є фундаментом для ефективного нарощування професійних знань; 2) важливою характеристикою креативної освіти є достатня ґрунтовна підготовка, яка не зосереджується тільки на засвоєнні навчальних дисциплін фундаментального циклу, але і на дуальній практиці; 3) технологія освітнього процесу, яка визначає виникнення в свідомості студентської молоді певних взаємовідносин, їх ранжування, щодо пристосувань фахової діяльності, їх практичну значущість у реальних ситуаціях; 4) методи передачі та отримання знань, набули значного поширення у формі інтерактивного навчання: ділові ігри, диспути, «круглий стіл», прес-конференція, «мозкова атака», кейси, ігрове проєктування, робота в малих групах, презентації, які формують і втілюють в життя раціональне зерно технологій креативної освіти; 5) у креативній освіті головним чинником її побудови та методичного забезпечення є проблема, яку потрібно розв'язати організації.

Таким чином, діяльність менеджера у тому числі і менеджера соціокультурної діяльності – це вирішення проблем, і лише в їх рішенні він використовує знання та бачить їх необхідність і значущість.

Принцип проблемного навчання реалізується в методиці представлення знань, які надаються, в основному, не у вигляді сталих загальноприйнятих положень, трафаретів, шаблонів, апробованих рекомендацій, безперечних трактувань і т.д., а у вигляді постійного циклічного операційного процесу розвитку знань, в якому головну роль відіграє насущна проблема та різноманітні шляхи її вирішення.

Важливою ознакою креативної освіти є її мотивація (з лат. *movere*) – спонукання до дії. Мотиваційними чинниками можуть бути: реалізація особистих здібностей, професійні амбіції або потреба в актуальних знаннях і навичках згідно вимог сучасної професійної діяльності. При організації підготовки менеджерів варто врахувати, що у процесі своєї професійної діяльності вони виступають у тій чи іншій ролі. На практиці усі ці ролі реалізуються в певних комбінаціях. Тому освіта повинна, бути орієнтована не тільки на функціях діяльності, але на ролі сучасного менеджера. Ось тут і виникає потреба, і необхідність в креативній освіті, тому що тільки вона

здатна орієнтувати на ролі генератора ідей.

Таким чином, креативна освіта є найважливішою умовою та критерієм якісної підготовки сучасних менеджерів соціокультурної діяльності, це освіта майбутнього, яка народжується сьогодні.

Принципи і характеристики інноваційного навчання менеджерів соціокультурної діяльності знаходять свою реалізацію у компетентністному підході до організації освітньої діяльності, при якому основною метою стає формування на основі здібностей і мотивів кожним студентом свого діапазону і глибини особистих та професійних якостей – компетенції. Компетенції нині є відправною крапкою при створенні навчального плану і навчальних програм, вибору методик навчання і способів діагностики якості освіти. У системі компетенції менеджера відповідно до основних сфер і особливостей його професійної методик діяльності виділяються такі їх групи: функціональні компетенції, соціальні компетенції, інтелектуальні компетенції, ситуативні компетенції. Реалізація компетентного підходу до організації освітньої діяльності, у тому числі й до підготовки менеджерів соціокультурної діяльності, потребує створення нових форм підтримки навчального процесу. У процесі навчання студент виробляє такі уміння і навички: 1) працювати з фактами та об'єктами у сфері соціокультурної діяльності, здійснювати моделювання ситуацій, знаходити закономірності та робити висновки; 2) провадити продуктивну пізнавальну, комунікаційну та презентаційну активність під час аудиторних, тренінгових занять; 3) цілеспрямовано і творчо працювати з інформацією; використовувати відомі та винаходити нові методики здійснення досліджень і фахової, цілеспрямованої роботи з інформацією; 4) знаходити, ставити і формулювати менеджерські цілі й завдання; демонструвати креативні підходи з використанням уяви, фантазії та інтуїції.

Підводячи підсумок слід наголосити на основних рисах майбутнього креативного менеджера соціокультурної діяльності, який визначає: проблемне бачення світу, системне і панорамне сприйняття дійсності, процесів функціонування, приймання і використання іншої точки зору, психологічну саморегуляцію, здатність до імітації функцій членів колективу, проникливість, інерційність мислення, здатність залучати людей до спільної діяльності, здібність швидко перебудовуватися. Нові дослідження зазначеної проблеми мають бути спрямовані на уточнення складу елементів системи креативного менеджера та розробку нових інноваційних методів.

Література:

1. Guilford J. P. The nature of human intelligence / J. P. Guilford. – N.-Y. : McGraw-Hill Series in Psychology, 1967. – 538 p
2. Torrance E. P. The Search for Satori and Creativity. – Buffalo N.Y.: Creative Education Foundation, 1979.

3. Морозов А. В. Формирование креативности преподавателя высшей школы в системе непрерывного образования: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.08 / Морозов А. В. – М., 2004. – 445 с.

4. Педагогика: Большая современная энциклопедия / Сост. Е.С. Рапацевич. – Мн.: «Соврем. Слово», 2005. – 720 с.

5. Степанов, С. С. Популярная психологическая энциклопедия [Текст] / С. С. Степанов. - 2-е изд., испр. и доп.. - М.: Эксмо, 2005 – 672 с.

6. Шапар В. Сучасний тлумачний психологічний словник / В. Шапар. – Х.: Прапор, 2005. – 640 с.

ДО ПИТАННЯ ОБҐРУНТУВАННЯ РІВНЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ ДОРІГ

Канін О.П., к.т.н, доцент,

Шниг А.Ю., к.т.н,

Національний транспортний університет

Автомобільні дороги є життєво необхідними артеріями країни, від яких залежить робота всієї транспортної системи. Забезпечення розвитку мережі автомобільних доріг та поліпшення їх транспортно-експлуатаційного стану є необхідною умовою для подальшого соціально-економічного розвитку держави і суспільства. Однак в останні роки виникла низка проблем з утриманням автомобільних доріг у відповідному стані.

Експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування та інших видів автомобільних доріг згідно Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління автомобільними дорогами загального користування» [1] може здійснюватися на основі довгострокових (до семи років) договорів (контрактів) про утримання автомобільних доріг загального користування за принципом забезпечення їх експлуатаційного стану відповідно до нормативно-правових актів, норм та стандартів.

Одне із завдань Плану заходів щодо реалізація Концепції реформування системи державного управління автомобільними дорогами загального користування полягає у запровадженні контрактів тривалого строку дії на експлуатаційне утримання автомобільних доріг.

Такі контракти в англійських джерелах називаються:

- Performance-based Contract (PBC);
- Output and Performance-based Contract for Roads (OPRC);
- Performance-based Maintenance Contract (PBMC);
- Performance-based Contract for Management and Maintenance of Roads

(PMMR).

Метою впровадження довгострокових контрактів є збільшення суспільної ефективності доріг за рахунок встановлення вимог щодо усунення дефектів в процесі експлуатаційного утримання автомобільних доріг [2, 3, 4].

Довгострокові контракти з експлуатаційного утримання автомобільних доріг на основі забезпечення кінцевих експлуатаційних показників [5] є новим явищем в дорожньому господарстві України.

Здійснення довгострокових контрактів базується на фундаменті специфікацій або стандартів – вимог щодо усунення дефектів в процесі експлуатаційного утримання автомобільних доріг.

Вимоги до експлуатаційного стану елементів автомобільних доріг в нормативних документах потребують певної систематизації.

Складність утримання автомобільних доріг у відповідному стані полягає в обґрунтуванні рівня обслуговування та рівня втручання автомобільних доріг.

Особливу роль в оцінці і відновленні стану доріг відіграють так звані індикатори експлуатаційного стану доріг або їх елементів, за які у вітчизняній традиції можна вважати показники транспортно-експлуатаційного стану. Вони тісно пов'язані з поняттями рівня обслуговування (Level Of Service – LOS) та критерієм втручання, складовою якого є рівень втручання (Intervention Level).

Рівень обслуговування – міра, яка показує якість обслуговування дороги з позицій вигоди для користувачів дороги. Це комплексний показник, що відображає соціальні, економічні та екологічні цілі суспільства і цілі дорожньої служби, які включають збереження дороги і мінімізацію вартості її життєвого циклу [6].

Критерій втручання є вирішальним поняттям у відновленні стану автомобільних доріг, тому що він визначає час виконання ремонтних робіт і потребу в ресурсах [7].

Критерій втручання – встановлені для різних категорій доріг та їх складових (земляного полотна, дорожнього одягу, споруд, водовідводу, засобів регулювання руху, тощо):

- максимально допустимі періоди між профілактичними оглядами в процесі утримання доріг;
- рівні серйозності та розповсюдження пошкоджень або індикаторів стану, які можуть бути допустимими (рівні втручання);
- час, протягом якого пошкодження повинні бути ліквідовані (час відгуку).

Критерій втручання визначається з урахуванням вимог споживачів та забезпечують дорожній рух з допустимим рівнем обслуговування. Критерії втручання залежать від категорії, адміністративного значення доріг (державні міжнародні, державні національні, державні регіональні, державні територіальні, місцеві обласні, місцеві районні) та інтенсивності і складу руху на них.

Головним чинником, який визначає рівень обслуговування дороги або її

складових, є рівень втручання – значення параметру (або параметрів) стану елемента дороги, при якому потрібно виконувати певні дії з покращення стану елемента. Рівень втручання визначає періодичність виконання ремонтів.

Час відгуку – визначає максимальний період часу між моментом спостереження пошкодження або індикатора стану елемента дороги і виконанням робіт з усунення пошкодження. Час відгуку базується на рівнях серйозності і розповсюдження пошкодження або індикатора стану.

Саме через призму цих критеріїв доцільно виконувати аналіз існуючих нормативних документів щодо експлуатаційного утримання автомобільних доріг.

Показники рівня обслуговування елементів доріг повинні встановлюватись кращими від гранично допустимих з умов забезпечення безпеки, швидкості та комфортності руху і з вимого збереження елементів доріг.

Вирішення поставленого завдання полягає в уточненні та конкретизації критеріїв, які встановлені для дефекту елемента дороги.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління автомобільними дорогами загального користування» від 17.11.2016 № 1764-VIII // Голос України. – 2016. – 10 груд. - № 236.

2. Performance-Based Contracting for Maintenance. TRB's National Cooperative Highway Research Program (NCHRP) Synthesis 389: Performance-Based Contracting for Maintenance [Електронний ресурс] // 2011. - Режим доступу: <http://www.trb.org/Main/Blurbs/161949.aspx>.

3. Performance-Based Contracts for Management and Maintenance of Roads (PMMR). Introduction and Overview of PMMR. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www-esd.worldbank.org/psc_resource_guide/Docs-latest%20edition/TrainingMaterials/Module010Introduction0and0overview.pdf.

4. Станкевич Н. Содержание и улучшение дорожной инфраструктуры с помощью контрактов, основанных на показателях качества работ [Електронний ресурс] / Н. Станкевич, Н. Кюреши, Ц. Кейроз // Транспортный бюллетень TN-27. – Вашингтон (США): Всемирный банк. – Сентябрь, 2005. Сентябрь, 2009. – Режим доступу: http://www-esd.worldbank.org/psc_resource_guide/Docs-latest%20edition/PBC/PBC_final_Russian_Jan16_2006.pdf.

5. МР В.3.2-02070915-844:2014 «Методичні рекомендації з управління станом автомобільних доріг на основі довгострокових контрактів з поточного дрібного ремонту та утримання доріг за показником рівня їх обслуговування» / Канін О.П., Соколова Н.М., Харченко А.М., Шпиг А.Ю., Маковська Ю.А., Шкарівська Н.Ю. // Укравтодор. К.: 2014.

6. Шпиг А.Ю. Методи планування ремонтів автомобільних доріг за

критерієм рівня обслуговування [Текст]: автореф. дис... канд. техн. наук: 05.22.11 / – К., 2015. – 20 с.

7. Optimal Timing of Pavement Preventive Maintenance Treatment Applications: [Електронний ресурс] // D.G. Peshkin, T.E. Hoerner and K.A. Zimmerman, NCHRP Report 523, Transportation Research Board, Washington, D.C., 2004. – 86 p. – Режим доступу: http://onlinepubs.trb.org/onlinepubs/nchrp/nchrp_rpt_523.pdf.

ПРОБЛЕМНО - ПОШУКОВИЙ МЕТОД НАВЧАННЯ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В СЕРЕДНІЙ ШКОЛІ

Наздратенко М.Л.,

Учитель вищої категорії школи I-III ступенів №36 міста Києва

Сьогодні перед сучасними освітніми закладами найголовнішим постає завдання виховання покоління, яке здатне критично мислити й приймати конструктивні рішення у будь – якій життєвій ситуації усвідомлювати цінність себе як особистості у світі, озброєне методологією творчого перетворення світу. Рівень освіти, її вплив на формування особистості значно залежить від інноваційних технологій навчання. Серед великої кількості сучасних педагогічних інновацій має місце технологія проблемного навчання, яке є одним з найперспективніших напрямків розвитку творчих здібностей особистості.

Проблемне навчання — це така організація процесу навчання, сутність якої полягає в утворенні проблемних ситуацій, вирішенні та вирішенні учнями проблем.

В основі проблемного навчання лежить проблема, тобто складне питання, яке потребує вирішення його через пошук власних версій шляхів розв’язання учнями практичних та теоретичних проблем.

Іще Платон, Піфагор, Сократ використовували елементи пошуку, евристики в процесі навчання. Вони відзначали, що активність і самостійність учня під час навчання має надзвичайно велике значення. Такі видатні вчені минулого, як Я. Коменський, Й. Песталоцці, Ж. Руссо, А. Дістервег, К. Ушинський, О. Острогорський та багато інших надавали великого значення пошуковим формам роботи, що сприяють розвитку мислення під час процесу навчання. Вони розробляли свої дидактичні системи, у яких основну увагу приділяли проблемно-пошуковій діяльності учня, яку має організовувати учитель.

Даним питанням цікавились такі науковці: М. Махмутов, М.Скаткін, Г. Селевко, І. Лернер, Г. Ксензов, Г. Якиманська. Проблемне навчання – це «тип розвивального навчання, в якому поєднуються систематична самостійна пошукова діяльність учнів із засвоєнням готових здобутків науки, а система

методів побудована з урахуванням визначення мети й принципу проблемності; процес взаємодії викладання й учіння, орієнтований на формування пізнавальної самостійності учнів, стійкості мотивів навчання і розумових (включаючи і творчі) здібностей у ході засвоєння ними наукових понять і способів діяльності, детермінованого системою проблемних ситуацій».

Проблемне навчання - один з найефективніших методів вивчення української літератури. Він забезпечує розвиток комунікативних, пошукових, творчих здібностей учнів, сприяє розвитку логічного мислення, а також дозволяє краще, повніше зрозуміти головну думку творів, цим самим впливаючи на якість знань. Тому уроки літератури мають бути тільки проблемними.

За способом вирішення проблемних завдань виділяють чотири методи :

- проблемний виклад (педагог самостійно ставить проблему і самостійно вирішує її);
- спільне навчання (педагог самостійно ставить проблему, а рішення досягається спільно з учнями);
- дослідження (педагог ставить проблему, а рішення досягається учнями самостійно);
- творче навчання (учні самостійно формують проблему і знаходять її рішення).

Основним поняттям проблемного навчання є «проблемна ситуація», що є інтелектуальною складністю людини, яка виникає у випадку, коли вона не знає, як пояснити певне явище, факт, не може досягти мети відомим їй способом, що спонукає людину шукати новий спосіб пояснення або спосіб дії. Проблемна ситуація обумовлює початок мислення в процесі постановки та вирішення проблем. Саме створення проблемної ситуації дає початок процесу дослідження, аналізу, творчості учнів.

Проблемна ситуація може виникнути сама по собі, а може бути поставлена учителем. Характер проблемного завдання завжди диктується метою, яку потрібно досягти на уроці. Підходячи до вирішення проблеми, вчитель добирає необхідні методи та прийоми роботи.

Проблемно-пошукова діяльність – це продуктивна взаємодія учителя і учнів, коли педагог створює проблемну ситуацію, керує її розв’язанням, а ті, в свою чергу, шукають шляхи її розв’язання, виявляють уміння застосовувати набуті знання.

Наведу деякі приклади використання елементів проблемного навчання при вивченні художніх творів серед учнів 9-х – 11-х класів. Це вік, коли учні мають вже хоч і невеликий, але життєвий досвід, стоять на порозі власного самостійного життя, яке ставить свої завдання і потребує їх вирішення.

Наприклад, вивчаючи драматичний твір Миколи Куліша «Мина Мазайло», вирішуємо всі разом проблемне питання: «Що красить людину: ім’я чи її вчинки? Чи може прізвище впливати на долю людини?» Діти міркують,

наводять приклади з власного життя та життя своїх близьких, знайомих. Разом приходимо до висновку, що прізвище аж ніяк не впливає на життя людини. Проблема не в тому, що у головного героя немилозвучне прізвище, а в тому, якою людиною він є, яке його ставлення до дружини та інших людей. Герой жорстокий до свого сина, глухий до його захопленя та уподобань: «Виб'ю з голови дух український! А як ні – то через труп переступлю! Через труп!». До дружини він звертається: «Ослице!». У доньки виховати повагу до батьків не зміг. Із тексту ми бачимо, як грубо вона поводить себе з матір'ю. Він сам є людиною грубою, неосвіченою, тому й оточуючі його не поважають.

Прикладом застосування технології проблемного навчання може бути також заняття з української літератури на тему: «Григор Тютюнник — живописець правди, оборонець добра, майстер психологічної новели. «Три зозулі з поклоном» – новела про щирі і віддану любов, людську чесність і порядність». Обговюючи морально-етичні проблеми новели, учитель пропонує проблемне питання: «Чи були щасливі у своєму коханні Марфа, Софія і Михайло?» Вирішення даної проблеми будується через застосування різних форм і методів роботи, а саме: робота в малих групах, лінгвістичне дослідження, діалоги «Марфа - листоноша», «Софія - син», асоціативний куш... Викладач спрямовує роботу учнів так, що вони через аналіз навчального матеріалу та використання власного життєвого досвіду шляхом зіставлення різних гіпотез підходять до вирішення поставленого питання. Ефективність використання методики проблемного навчання тут посилюється тим, що учні, аналізуючи поданий матеріал, роблять власні висновки та узагальнення з можливістю їх застосування у своєму майбутньому житті, формують власні життєві компетентності з даної проблеми.

Вивчаючи роман у віршах «Маруся Чурай» Ліни Костенко, велику увагу приділяю проблемі подружніх стосунків. Розв'язуючи проблемне питання «Якою ж повинна бути дружина? Яка роль жінки в сім'ї? », даючи влучні характеристики жіночим образам, використовую такі прийоми, як асоціації (Бобренчиха – мати Лукаша з «Лісової пісні» Лесі Українки, Галя Вишняківна - Килина), міні-спектакль (монолог Марусі).

Вірш Ліни Костенко «Життя іде і все без коректур» завжди викликає цікавість серед старшокласників. Вивчаючи цю поезію, ставлю перед дітьми запитання: «Чи можна вносити корекцію в життя? Ми пишемо його на чернетці чи на чистовику?» Звичайно, одні висловлюватимуть думки, що в житті нічого змінити не можна, тому треба «зробити щось, лишити по собі». Інші ж вважають, що все попереду, і можна все в житті змінювати — професію, роботу, друзів. Від цього можна покращити попередній «варіант» свого життя. В процесі дискусії зароджується думка : якщо вони прагнуть у майбутньому вибудувати долю, їй треба писати на чистовик, щоб не було соромно за свої вчинки, щоб тільки вони не йшли проти власної совісті, аби завжди залишатися порядним: «Не бійся правди, хоч яка гірка, не бійся смутків, хоч вони як ріки».

В кінці дискусії робимо висновок про те, що життя має тільки один варіант — чистовий: «Життя іде і все без коректур, і як напишеш, так уже і буде». Хочеш, щоб з тобою не чинили непорядно, нечесно - сам не чини так само: «Людині бійся душу ошукать, бо в цьому схибиш — то уже навіки».

Отже, технологія проблемного навчання має важливе значення у методиці викладання української літератури і є ефективним засобом формування інтересу до питань, які постають перед учнями у житті, допомагає творчо переосмислити знання, проєктуючи їх на власне життя цим самим виконуючи завдання сучасної освіти у вихованні цілеспрямованої всебічно розвинутої особистості.

НАПРЯМИ ПОКРИТТЯ ВИДАТКІВ НА ДЕРЖАВНУ ФІНАНСОВУ ПІДТРИМКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Галайко А. М.,

*аспірант кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Відшкодувати видатки держави на бюджетну підтримку агропромислового виробництва можна тільки у випадку її надання за умови використання певного обсягу державних або недержавних інвестиційних ресурсів. Для цього необхідно визначити пропорції державної фінансової підтримки та валових капітальних інвестицій, які дадуть змогу покрити державні видатки на цю підтримку, або отримати додаткові доходи.

Збільшення державної фінансової підтримки на 1 грн. зумовить зростання обсягу виробництва на 2,251 грн., обсягу реалізованої продукції з податком на додану вартість (далі – ПДВ) – на 1,8901 грн., розміру проданої продукції без ПДВ – на 1,8661 грн., фінансових результатів до оподаткування – на 0,796 грн., чистого прибутку – на 0,7893 грн. У свою чергу, справляння ПДВ до державного бюджету збільшиться на 0,024 грн, а податку на прибуток – на 0,0057 грн. Коли держава знизить бюджетну підтримку агропромислового виробництва на 1 грн., то обсяг виробництва скоротиться на 2,251 грн, розмір проданої продукції з ПДВ на 1,8901, обсяг реалізованої продукції без ПДВ – на 1,8661 грн., фінансові результати діяльності до оподаткування – на 0,796 грн., чистий прибуток – на 0,7893 грн. Тим часом, сплата ПДВ до бюджету зменшиться на 0,024 грн., а податку на прибуток – на 0,0057 грн. [1, с. 120]. Якщо валові капітальні інвестиції зростуть на 1 грн, то обсяг виробництва збільшиться на 8,110 грн. [2, с. 11].

Розрахунки впливу валових капітальних інвестицій на фінансові показники діяльності компаній агропромислового комплексу

Факторна ознака	Одночасно факторна та результуюча ознака	Результуюча ознака
колонка 1	колонка 2	колонка 3
Зростання обсягу виробництва агропромислової продукції на 1 грн.		Зростання обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 0,829 грн.
Зростання обсягу виробництва на 1 грн.		
	Зростання обсягу реалізованої продукції з ПДВ на 0,840 грн.	
Зростання капітальних інвестицій на 9 грн.	Зростання обсягу виробництва продукції на 72,99 грн.	Зростання обсягу реалізованої продукції з ПДВ на: $(72,99 \text{ грн.} * 0,840 \text{ грн.}) / 1 \text{ грн.} = 61,3116 \text{ грн.}$
Зростання капітальних інвестицій на 9 грн.	Зростання обсягу виробництва продукції на 72,99 грн.	Збільшення обсягу реалізованої продукції без ПДВ на $(72,99 \text{ грн.} * 0,829 \text{ грн.}) / 1 \text{ грн.} = 60,5087 \text{ грн.}$
Збільшення обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 1 грн.		Збільшення фінансових результатів до оподаткування на 0,426 грн.
Збільшення валових капітальних інвестицій на 9 грн.	Зростання обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 60,5087 грн.	Збільшення фінансових результатів діяльності до оподаткування на $(60,5087 \text{ грн.} * 0,426 \text{ грн.}) / 1 \text{ грн.} = 25,7767 \text{ грн.}$
Зростання обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 1 грн.		Зростання чистого прибутку на 0,423 грн.
Збільшення валових капітальних інвестицій на 9 грн.	Зростання обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 60,5087 грн.	Збільшення чистого прибутку на: $(60,5087 \text{ грн.} * 0,423 \text{ грн.}) / 1 \text{ грн.} = 25,5952 \text{ грн.}$
Зростання валових капітальних інвестицій на 9 грн.	Збільшення фінансових результатів діяльності до оподаткування на 25,7767 грн. і зростання чистого прибутку на 25,5952 грн.	Зростання сплати до державного бюджету податку на прибуток на: $(25,7767 \text{ грн.} - 25,5952 \text{ грн.}) = 0,1815 \text{ грн.}$
Зростання валових капітальних інвестицій на 9 грн.	Збільшення обсягу реалізованої продукції з ПДВ на 61,3116 грн. та зростання обсягу реалізованої продукції без ПДВ на 60,5087 грн.	Зростання сплати до державного бюджету ПДВ на: $61,3116 \text{ грн.} - 60,5087 \text{ грн.} = 0,8029 \text{ грн.}$

Джерело: сформовано за даними [1, с. 118 – 121; власні розрахунки]

У таблиці 1 представлено розрахунки впливу валових капітальних інвестицій на фінансові показники діяльності агропромислових підприємств. У першій колонці розміщено факторну ознаку, яка впливає на ознаку в другій колонці та на ознаку в третій колонці. У свою чергу, ознака в другій колонці впливає на ознаку в третій колонці.

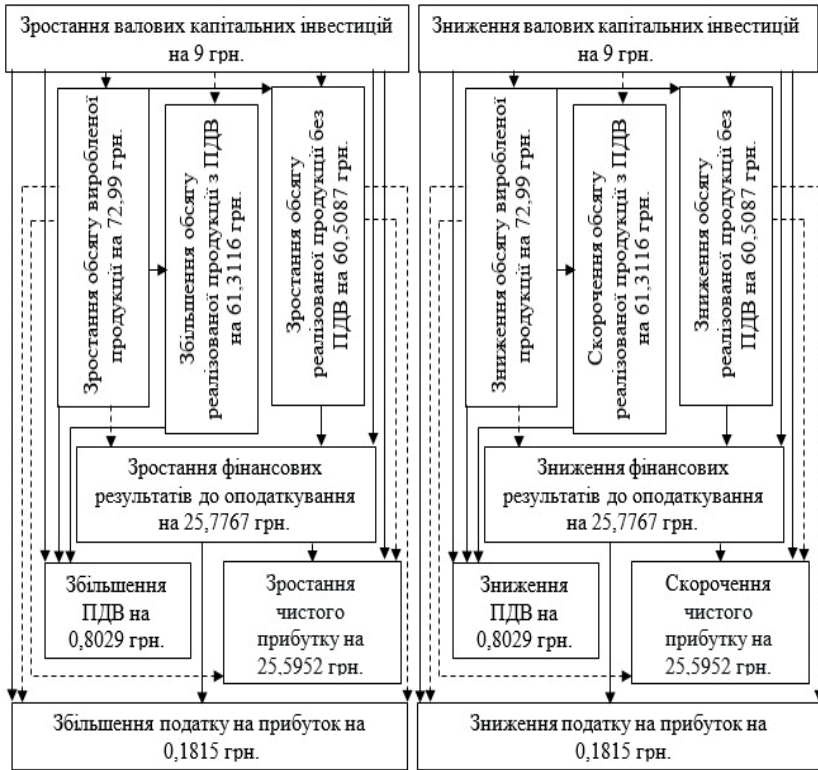


Рис. 1. Вплив валових капітальних інвестицій на фінансові показники діяльності фірм агропромислового комплексу
Джерело: сформовано за даними [власні розрахунки]

Зростання валових капітальних інвестицій на 9 грн. зумовлює збільшення обсягу виробництва продукції на 72,99 грн., обсягу реалізованої продукції з ПДВ – на 61,3116 грн., обсягу проданої продукції без ПДВ – на 60,5087 грн., фінансових результатів діяльності до оподаткування – на 25,7767 грн., чистого прибутку – на 25,5952 грн. Разом з тим, сплата до бюджету ПДВ зростає на 0,8029 грн., а податку на прибуток – на 0,1815 грн.

Коли держава збільшить капітальні інвестиції в економіку агропромислового

комплексу на 9 грн. і підвищить бюджетну підтримку агропромислових компаній на 1 грн., то загальний обсяг податкових платежів збільшиться на 1,0141 грн. (0,0057 грн. + 0,024 грн. + 0,8029 грн. + 0,1815 грн.).

З цього випливає те, що держава має можливість покрити 1 грн., що була витрачена на фінансову підтримку агропромислових фірм та додатково отримати 0,0141 грн. доходів. Також держава ще й одержить доходи у вигляді відсотків за користування капіталом компаніями агропромислового комплексу. На рисунку 1 наведено вплив валових капітальних інвестицій на фінансові показники діяльності агропромислових фірм.

Додаткові доходи державний бюджет отримуватиме, якщо валові капітальні інвестиції зростуть не нижче 9 грн. і державна підтримка агропромислових фірм збільшиться не вище 1 грн. Коли капітальні інвестиції зростуть нижче 9 грн, а державна фінансова підтримка агропромислових компаній зростає на не вище 1 грн., то держава буде нести видатки на підтримку агропромислового комплексу.

Література:

1. Галайко А. М. Оцінка впливу бюджетної підтримки агропромислового комплексу на фінансові показники діяльності його суб'єктів господарювання. Економіка та держава. 2019. № 9. С. 115–122. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/9_2019/21.pdf (дата звернення: 01.11.2019).

2. Галайко А. М. Оцінка впливу валових капітальних інвестицій в агропромисловому комплексі на обсяг виробництва його суб'єктів підприємництва. Сучасні підходи до ефективного використання потенціалу економіки: збірник матеріалів III Міжнар. наук.-практич. конф., 19 жовт. 2019 р. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2019. С. 9 – 11.

МІСЦЕВІ ПОДАТКИ І ЗБОРИ В ДОХОДАХ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

Карнишин Н.І.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів,

Церковнюк М.А.,

*магістр зі спеціальності «Фінанси, банківська справа і страхування»,
Тернопільський національний економічний університет*

Місцеві податки і збори відіграють важливу роль у формуванні ресурсного потенціалу та соціально-економічного розвитку місцевого самоврядування. Починаючи з 2015 року, в Україні здійснюється активна розбудова місцевого

самоврядування в рамках затверджені державою фінансової децентралізації. Трансформації в системі розподілу бюджетних коштів спрямовані на зростання власних доходів місцевих бюджетів, усунення основного недоліку місцевого самоврядування – «незначної фіскальної доходності» [1] та підвищення ролі місцевого оподаткування.

Впродовж останніх років в результаті внесених змін до податкового та бюджетного законодавства, зросла зацікавленість та безпосередній вплив органів місцевого самоврядування на запровадження та мобілізацію надходжень від місцевих податків і зборів та відбулось суттєве зростання фіскальної ролі місцевих податків і зборів в доходах місцевих бюджетів України.

Аналіз звітних даних показав, що обсяг доходів місцевих бюджетів за останніх п'ять років зріс більше ніж у 2,4 рази, власні доходи (без урахування трансфертів) зростали ще швидшими темпами – у 2,6 рази, а місцеві податки і збори збільшилась від 8,1 млрд. грн. до 61 млрд. грн., тобто у 7,5 рази, що слід вважати позитивним моментом (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка доходів місцевих бюджетів України, млрд. грн.
Примітка. Складено за даними [2].

Питома вага місцевих податків і зборів в структурі власних доходів місцевих бюджетів України становила 23%, тобто також суттєво зросла порівняно з 2014 роком, коли її значення було на рівні 8%. Найвищий показник питомої ваги місцевих податків і зборів в складі доходів місцевих бюджетів (без урахування міжбюджетних трансфертів) спостерігався у 2016 році - 24,7%.

Що стосується частки місцевих податків і зборів в структурі податкових надходжень місцевих бюджетів України, то за 2014-2018 рр. цей показник суттєво змінився від мінімального значення 10,8% у 2014 році до максимального – 28,8% у 2016 році і у 2018 р. становив 26,1%. Причому, місцеві податки і збори займали другу позицію в складі податкових надходжень місцевих бюджетів України після податку на доходи фізичних осіб.

Порівняти зміни у структурі місцевих податків і зборів за 2014-2018 рр.

можна аналізуючи дані рис. 2. і рис.3.



Рис 2. Структура місцевих податків і зборів в місцевих бюджетах України у 2014 році, млн. грн.

Примітка. Складено за даними [2]

Як видно з даних вищенаведеного рисунку, у 2014 році єдиний податок займав ліву частину всіх надходжень від місцевих податків і зборів – 7423,2 млн. грн.. або більше ніж 92%. На другому місці був збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності – 511,0 млн. грн. або 6,3%. На інші - туристичний збір, збір за місяця для припаркування транспортних засобів та податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки припадала надзвичайно мізерна сума коштів – 131 млн. грн. або 1,6%.

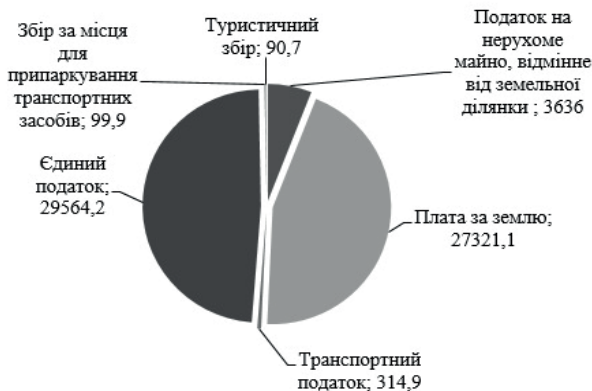


Рис 3. Структура місцевих податків і зборів в місцевих бюджетах України у 2018 році, млн. грн.

Примітка. Складено за даними [2]

Як видно з даних рис. 3, структура місцевих податків і зборів змінилась завдяки надходженням від плати за землю, які займали другу позицію після єдиного податку і становили 27321,1 млн. грн. або більше 44%. В свою чергу поступлення від єдиного податку надалі були суттєвими – 29564,2 млн. грн. або майже 48,5% від суми усіх місцевих податків і зборів. В сукупності єдиний податок і плата за землю займали 92,5% в структурі місцевих податків і зборів.

Позитивним моментом є те, що значно зросли надходження в місцеві бюджети від податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, які в 2018 році становили 3636,0 млн. грн., або майже 6%. Від транспортного податку надійшло лише 0,5%, а від зборів та інших надходжень - 1%.

Система місцевих податків і зборів в Україні зазнала змін і основними податками, які її сьогодні формують є: єдиний податок, плата за землю і податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. За період 2014-2018 рр. фіскальна роль місцевого оподаткування суттєво зросла, проте залежність формування податкових надходжень місцевих бюджетів від загальнодержавних податків залишилась високою.

Література:

1. Волохова І. С. Місцеве оподаткування: реалізація загальних принципів Економіка України. 2014. №12. С. 84.
2. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України. Звіти про виконання місцевих бюджетів Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя за 2014-2018 рр. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>

PARTICIPATION OF INTERNATIONAL MANAGEMENT IN THE FORMATION OF MODERN CREATION TO INTERNATIONAL BUSINESS

*Prykhodko K., student,
Khmurova V., c.e.s., Associate Professor,
Kyiv National University of Trade and Economics*

Management is an integral part of market economy development and serves as a unifying tool to form the vector of development of socio-economic systems. Questions are becoming more and more urgent research of modern concepts of international management, definition of mechanisms of management of international business, finding effective management strategies, attracting international experience in a volatile environment, and also uncertainty of socio-economic development

processes.

In today's globalization, the role of each country in international economic relations is steadily increasing, which requires the development of a new conceptual model of governance international business, taking into account contemporary international needs. In international economic relations international business is a form of interaction of the subjects of international economic activity aimed at profit from cross-border cooperation. International business entities can be individuals as well as complex socio-economic systems to which they are inherent internal motives, goals and ability to realize them in international economic activity [5].

Transformational changes of economic and social nature form a new understanding of international business, which is characterized by the following factors:

- 1) globalization - the unification, unification, formation of one world structures, connections and relations between socio-economic systems;
- 2) internationalization of economic life - increasing the interdependence of the economies of countries by increasing the movement of capital, goods, labor
- 3) Impact of NTP - globalization of new technologies, influence informatization on economic processes, internationalization of research and development;
- 4) the formation of a new vision of goods, a growing tendency to balance the demand and style of consumption in different countries, the impact of sociocultural parameters on consumption;
- 5) the impact of competition on world markets, reflecting the state of resource-technological, spatial, institutional, socio-cognitive and informational components of the system of international economic activity socio-economic systems [6].

Thus, managing international business requires a much larger scale of quality information about economic, political, demographic, social and cultural development of the countries of the world. That is why international management is used as a special system mechanism to solve this problem management that influences international development business and ensures its smooth functioning. Given this, international management characterizes the need for decision-making on a global scale, taking into account local economic interests, this is what he aims to form balance of business of various levels, subject to restrictions international and national in nature. Functions of Governments are expanding, complicated and differentiated, due to globalization and internationalization. Research on the functions of international management and the formation of an appropriate organizational unit of an international company is an urgent task, both time-consuming and controversial.

Most researchers in the field of international management distinguish such functions from the point of view of the complex approaches that are inextricably linked to the goals of optimal organization management and the effectiveness of management functions:

- 1) strategic planning that allows you to evaluate goals socio-economic systems

and identify the main mechanisms for managing them, provided by innovations and changes;

2) organization - implementation and control of the strategic plan, determining its effectiveness and identifying problems;

3) motivation - a process of stimulation aimed at achievement of the goals of the organization;

4) control - identification and solving of existing problems and possible risks that hinder the achievement of the set goals; in the context of international relations, the implementation of the control function is complicated by a large number of different fields of activity and communication barriers.

In today's global processes international management acts as a process of formation of management concepts that influence the development of the international entrepreneurship and the international trading system, forming a new vision of transnational business. Modern multinationals are a major factor world economic system and play the role of international regulator of production and distribution of goods [2].

Depending on how the organization achieves this balance, there are four concepts of the international management:

1) ethnocentric concept, which implies the use of a unified style of international management, which focused on the conditions of doing business in the country where the parent company is located;

2) polycentric concept, which implies presence different styles of managing international business depending from the country of origin;

3) a regional-centric concept based on the vision of the international market as a single and homogeneous space in which uses basic management styles regardless of market priorities;

4) the geocentric concept that defines management international business as a whole, and it provides unification of the parent company and its foreign units, which need to be linked as components globally oriented division of labor network; so international management pursues the use of the most effective a strategy that will maximize global benefits. Innovative approaches to managing international business integrate methods of managing capacity, manpower, supply of materials and lead to changes in the structure of connections, composition, properties of socio-economic system, and also consist of the following:

1) innovative processes;

2) business process reengineering;

3) restructuring and privatization processes;

4) processes of crisis development and anti-crisis management;

5) contours of management of the socio-economic system [3].

At the present stage of development, international business functions in an uncertain environment that is constantly changing to which the company should not only adjust, but also act on the lead, just that nowadays there is not enough

use of traditional methods management; modern international business needs to be focused on consumer needs with the use of new, creative international business models that shape the competitive advantages of socio-economic systems in the international arena. This is what to provide effective management in international management it is advisable to use the method of adaptation-situational management of socio-economic systems, which requires step-by-step systematic action. Due to unstable environmental conditions, and especially in the international market, companies are faced with the task of acquiring the ability to accept and reflect the negative effects of the external environment on their activity.

The main role in the module of adaptation of international business plays the mechanism of correction of control system parameters managing international competitiveness work of all components of the module. Recommendation plans to eliminate critical ones situations may be standard solutions made up of certain sets of international development strategies in the phase development of an international management system, and non-standard solutions that need to be drawn up directly in the course of managing international competitiveness. To summarize, it should be noted that at the present stage of development of the world economy in general and international business in particular transnational companies take the lead and with the help of modern approaches of international management reach global efficiency and competitiveness. The paper proposes a method of adaptation-situational management of the competitiveness of socio-economic systems, which in the conditions of expanding global processes will be able to adapt to the negative effects to evaluate the competitive position, determine the appropriate development strategy. A particular role in international management is played by risks that are global and greater to a degree characterized by separate indicators of the world economy.

References:

1. Kuzubov A.A. Formation of a new paradigm of international business management / A.A. Kuzubov // ANI: Economics and management. - 2016. - Issue. 2 (15). - V. 5. - S. 144–147.
2. Lukyanenko D.G. Innovative-creative component of global management / D.G. Lukyanenko, A.S. Titova // Journal of European Economics. - 2012. - Issue. 1. - T. 11. - S. 39–54.
3. Economic problems of the XXI century: international and Ukrainian dimensions: [monograph.] / Ed. S.I. Yuri, E.V. Savelyeva - M.: Knowledge, 2017. -- 595 p.
4. Leshchenko EV Organization of adaptive management of enterprise competitiveness / E.V. Leshchenko // Financial crediting: problems and theory of practice. - 2014. - VIP. 1. - S. 153–159.
5. Tsurov M.D. Features of the interaction of international business and

management / M.D. Tsurov // Successes of the modern Sciences. - 2016. - No. 4. - T. 2. - S. 28–31.

6. Vihor M.V. International Management: [Nav. posib.] / M.V. Vihor. - K.: Center for studies. I-ri, 2011. -- 487 p.

7. Nikolaev N.V. Assessment of risk management of international business / N.V. Nikolaev // Management of financial risks. - 2015. - No. 5 (5). - S. 89–91.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Кузнецова Т.К.,

кандидат економічних наук, доцент,

Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

Інноваційний розвиток в сучасному світі є вирішальним показником конкурентоздатності національної економіки на світовій арені. Інновації проникають у всі сфери людського життя і мають свою інфраструктуру втілення, котру називають екосистемою інновацій. Екосистема інновацій складається з безпосередніх новаторів (стартапів), інститутів, що забезпечують інвестиції та підтримку (бізнес-інкубатори, венчурні фонди) та держави як регулятора. Потреба держави в екосистемі інновацій зумовлена як необхідністю її стимулювання, так і необхідністю контролю над ризиками інноваційного процесу серед яких системні, соціальні та етичні ризики.

Ми живемо в світі, котрий американці називають світом VUCA нестабільному, невизначеному, складному і неоднозначному (абревіатура від volatility, uncertainty, complexity і ambiguity) [1]. Саме такий сьогоднішній світ, і це дуже цікавий час для креативних людей, тому що старі робочі моделі більше не працюють.

Сьогодні питання інноваційного розвитку є визначальним у подальшій долі України. Але на жаль, через скрутне економіко-політичне становище не всі інструменти доступні для нашої держави.

Термін «інновація» походить від латинського «novatio», що означає «оновлення» (або «зміна»), і приставки «in», яка перекладається з латинської як «в напрямку», якщо перекладати дослівно «Innovatio – в напрямку змін». [2]

Інновація – це не всяке нововведення, а тільки таке, яке серйозно підвищує ефективність діючої системи. [3]

Поточний стан інноваційного розвитку України залишається на дуже низькому рівні, що відображається останніми позиціями у провідних світових рейтингах. Це частково пов'язано з молодістю інноваційних галузей та недостатнім розвитком екосистеми інновацій, а частково з загальною кризою та економічним кліматом, що не сприяє розвитку підприємництва.

Серед основних проблем України є надзвичайно високий рівень корупції, неефективність державного управління, нерівномірний доступ до ресурсів, низька якість освіти. Серед конкурентних переваг першою маємо людський капітал. Стан України впродовж останніх років стабільно погіршується, ми втрачаємо навіть свою перевагу у вигляді людського капіталу. Це частково пояснюється відтоком висококваліфікованих кадрів, але крім того Україна переживає демографічну кризу. Ми займаємо перше місце у Європі за показником смертності населення, та друге у світі. За прогнозами, якщо не вжити належних заходів, через 50 років населення України скоротиться до 12млн.[4].

Як спосіб подолання демографічної кризи та одночасного підвищення інноваційності та конкурентоспроможності економіки України пропонується стимулювати стартапи орієнтовані на соціальний ефект, зокрема націлені на запобігання серцево-судинних хвороб, що є головно причиною смертності у працездатному віці. Цей інструмент потребує відносно не багато інвестицій і є ключем до інтенсивного розвитку економіки, так як дасть поштовх до самоорганізації екосистеми інновацій та подальшого інноваційного процесу.

Крім таких нагальних заходів для виходу з кризи, необхідне загальне оздоровлення економіки. Що необхідно для того, щоб економіка України зі стану ресурсної почала тяжіти до високих технологій та виробництва кінцевого продукту? За минулі три роки, відтоді, коли почалася реалізація спроб держави позитивно вплинути на розвиток інноваційних галузей, як-то галузі інформаційних технологій, стало ясно, що одними податковими пільгами добитися результату створення конкурентних переваг для українських ІТ-компаній неможливо. Ґрунтуюсь на зробленому дослідженні можна надати такі рекомендації для інноваційної політики:

Необхідно насамперед забезпечити сприятливе середовище для розвитку підприємництва, подолавши такі проблеми, як:

- високий рівень корупції, особливо у владних структурах на зразок БТІ, податкової, митниці, тощо;
- нав'язування зайвих послуг органами влади та завищення цін на адміністративні послуги;
- спрощення процедур на зразок реєстрації та ліквідації підприємства, повернення ПДВ, патентування та торгівлі ліцензіями.

Оскільки інноваційний розвиток нерозривно пов'язаний з освітою та наукою, Україна має вирішити ряд проблем у цій сфері:

- надавати автономію університетам, аби останні мали змогу зокрема запроваджувати власні правила вступу;
- створити систему відслідковування плагіату і поширити цю систему в усіх українських освітніх закладах;
- змінити деякі критерії оцінки якості роботи викладачів та науковців, зокрема той критерій, що стосується кількості публікацій у наукових виданнях:

оцінювати якість, а не кількість;

- сприяти популяризації професій викладача та вчителя, зокрема у сфері інформаційних технологій, адже на сьогодні у цій сфері викладають в основному доволі літні люди, котрі не володіють найновішими технологіями та інформацією;

- сприяти співпраці бізнесу з університетами та іншими науково-дослідними установами.

Стратегічно важливою галуззю для інноваційності України є галузь інформаційних технологій, тому необхідно присвятити особливу увагу розвитку ІТ підприємництва, що потребує:

- комплекс заходів , що дозволяє вийти на якісно новий рівень функціонування галузі (на сьогодні більшість компаній орієнтовані на роботу із закордонними замовниками, а внутрішній ринок залишається в зародковому стані);

- цілеспрямована протекціоністська політика держави по роботі з українськими розробниками;

- правила, що визначають пріоритетність у постачанні місцевого продукту, розробленого українськими компаніями, у державному секторі, місцевих органах влади;

- стимулювання з боку держави закупівель місцевого продукту приватними підприємствами шляхом часткового субсидування або зменшення податкового навантаження за роботу з Українськими компаніями-розробниками;

- підтримка стартап-руху, який створює фундамент для виникнення нових підходів і тенденцій, дозволяє стати колискою великого бізнесу в майбутньому;

- створення середовища для фізичного комфортного розташування гравців ринку ІТ.

Література:

1. Innovation, From Wikipedia, the free encyclopedia, електронний ресурс: <http://en.wikipedia.org/wiki/Innovation>

2. Базилевич В. Д. Неортодоксальна теорія Й. А. Шумпетера // Історія економічних учень: У 2 ч.. – 3-тє видання. – К.: Знання, 2006. – Т. 2. – С. 320. – 575 с.

3. Милославский И. Новизна с последствиями, електронне видання «Известия», 7.07.2009, <http://izvestia.ru/news/349367>

4. Ivanova N.,KuznetsovaT. Start-up as a tool for disruptive innovation // Modern Science – Moderní věda. – Praha. – Česká republika, Nemoros. – 2019. – № 5. – с.31.–41.

RESOURCE-SAVING MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE AS AN IMPORTANT COMPONENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Lopushynska O.,

Teaching Assistant of the Department of Management,

Kurkina V.,

Poltava State Agrarian Academy

As a result of irrational and neglectful business management, economic and environmental problems arise and become global. They further inhibit and slow down both the social and economic development of society. A large scale of environmental pollution, irreversible nature of resource base's gradual depletion and many other objective constraints of the present dictate the urgency of enterprises' transition to resource-saving development and a balanced (sustainable) approach to conducting their activities.

In the past, many economists have defined the concept of sustainability at the enterprise level mostly as the financial position of an enterprise which economic activity under normal conditions ensures the fulfillment of all its obligations to workers, other organizations, the state due to sufficient income and balanced income and expenses [1].

However, nowadays it is impossible to mention sustainable development of the enterprise without considering other important factors of the production system's functioning efficiency. In addition to the financial situation, the list should include production and technological parameters of the enterprise with their ability to respond to changes in the external environment, as well as the responsibility of the enterprise to society for preservation and reproduction of the natural, material and human resources. Sustainable development strategies developed by world experts imply some relative limitations in the use of natural resources, which are closely linked to the existing level of technical and social organization, as well as the ability of the biosphere to cope with the effects of human activity.

According to the definition of Trut O. O., organization resources are managed factors of production that have the value properties and transformative capabilities necessary to ensure the functioning and development of the enterprise in order to achieve the planned goals [3].

In recent decades, most organizations have been characterized by a constant increase in resource consumption. Nowadays Ukrainian enterprises operate not on the principle of cost savings, but on the principle of outlay. This tendency has persisted since the time when almost no one was concerned about the rational use of resources because of their belonging to the state and unlimited use.

Considering resource conservation as comprehensive use of all economic resources at each stage of production (from development to sales), it should be

borne in mind that savings can be ensured only by the improvement of technology and organization of labor and production. It is possible only if there is an appropriate level of moral and material interest of both employees and managers as well as their responsibility growth for the results of their work [4].

On the one hand, in times of economic instability in the country, the managers of Ukrainian enterprises are afraid to invest in resource conservation and environmental improvement due to the high financial costs, unprofitable measures and low economic efficiency.

However, on the other hand, these fears are often unjustified, while enterprise environmental management measures have a positive impact on a wide range of subjects who perceive its results (tab. 1).

Table 1

Benefits of resource conservation

Subject	Effect
Enterprise	<ul style="list-style-type: none"> – direct resource savings; – products quality improvement, that increases the volume of sales; – avoidance of the extra costs of taxes and fines for environmental pollution and the use of natural resources; – increase of competitiveness and image of the enterprise
Staff	<ul style="list-style-type: none"> – employees’ extra financial incentives for saving resources; – working conditions improvement: – reduction of accidents, injuries, occupational diseases related to harmful conditions of production and in connection with early retirement; – the growth of the creative aspect of work
Consumers	<ul style="list-style-type: none"> – product quality improvement; – product environmental friendliness and reliability improvement; – cost savings in the process of product exploitation
Partners	<ul style="list-style-type: none"> – product demand increasing; – reduction of logistics and supply chain costs; – expansion of partnership network by entering new markets
State	<ul style="list-style-type: none"> – creation of new workplaces; – reducing the incidence of the population; – reducing environmental pollution through improved technology; – conservation and expansion of recreational areas; – increase of social welfare of the population; – attraction of foreign investments

Source: generalized by the authors based on [2]

So, Ukrainian entrepreneurs wishing to operate in today’s environment should understand that resource conservation is a justified need that will help them to increase the competitiveness of the enterprise.

Due to the above mentioned, we can distinguish the basic principles for the formation of resource management system in the enterprise which are: complexity, systematic, sustainability, measurability, staff involvement, openness, dynamism.

In our opinion, the priority directions in the resource-saving management at the

enterprise regardless of its type of activity should be:

- increasing the level of managers' and employees' responsibility in the context of rational use of all types of enterprise resources;
- modernization (technical and technological re-equipment) of the operating system;
- introduction of non-waste or low-waste technologies (for example, close cooperation with other organizations, because raw materials for one enterprise might be waste of another);
- introduction of energy-saving technologies that would provide energy savings for both industrial and municipal needs (heating, lighting, etc.);
- development of the system of periodic resource audit (costs expediency diagnostics of different resources types for certain time intervals both at the investigated enterprise and at the competing enterprises);
- employees' stimulation to participate in the development and implementation of innovative resource-saving projects.

To conclude, the activities of each Ukrainian enterprise should operate on the basis of resource conservation. In order to ensure that the positive results are sustained, the resource-saving management process must be comprehensive, not fragmentary.

References:

1. Raizberh B. A. "Modern Dictionary of Economics" / B. A. Raizberh, L. M. Lozovskyi, E. B. Starodubtseva // M.: INFRA – M, 1999 – 479.
2. Supereka S. Role of resource preservation in the industrial enterprises' competitiveness system / S. Supereka // *Economical pace: a collection of scientific works.* – 2008. – № 20/1. – pp. 191-199.
3. Trut O. O. *Operations management: manual* / O. O. Trut. – K.: Akademydav, 2013. – 348.
4. Shapoval A. I., Shapoval A. O. Methodical approaches of an effective system of resource preservation administration process formation at the enterprise / A. I. Shapoval, A. O. Shapoval // [ONLINE] Available at: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/3562/1/ACF07B18d01.pdf> [Accessed 21.11.2019]

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО НАРАТИВУ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Піскорська Г.А.,

кандидат історичних наук, доцент,

Київський університет імені Бориса Грінченка

Стратегічний наратив є ключовим змістовним елементом всієї інформаційної (в т.ч. – пропагандистської) діяльності держави. На його утвердження в цільових аудиторіях (внутрішніх чи зовнішніх) спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей держави. Проблемою залишається те, що на сьогодні відсутнє єдине розуміння самої концепції стратегічного наративу.

Стратегічний наратив представляють, як засіб за допомогою якого політичні актори намагаються конструювати загальне бачення минулого, сучасного та майбутнього міжнародної політики з метою формування бажаної поведінки з боку внутрішніх і міжнародних акторів. За умови, що суб'єктом комунікації є держава, стратегічний наратив містить історії, які подаються від імені держави, спрямовані на досягнення певних цілей та здійснення впливу на сприйняття інтересів держави, а також на формування уявлень про те, як держава діє і як вона повинна діяти. Наративи не розповідають про перебіг подій і фактів з хронологічною точністю. Вони спрощують реальну картинку, внаслідок чого вона набуває рис захоплюючої, доступної для розуміння історії тощо. Стратегічний наратив також створює рамки для розуміння складних подій, що відбуваються у сучасному світі. Таким чином, стратегічний наратив можна визначити як сукупність взаємопов'язаних історій, які формують певні образи минулого, сучасного і майбутнього, які створено для управління сприйняттям цільових аудиторій і спрямовано на досягнення стратегічних цілей. При цьому стратегічний наратив звертається не стільки до рацію, скільки до емоцій, цінностей, архетипів свідомості, міфів та аналогій. Отже компонентом стратегічного наративу є сторітелінг, як простіша і комфортніша для розуміння людини форма комунікації.

Акцент на емоційне сприйняття стало одним з факторів розповсюдження фейкових новин, що мають на меті підтримку вже сконструйованих тверджень, а не інформування про подію. При цьому важлива відмінність стратегічного наративу від сторітелінга в тому, що перший більше спрямований в майбутнє, аніж в минуле і вибудовує концептуальні рамки для пояснення подій, які ще тільки мають відбутися. Сила стратегічних наративів полягає в їх здатності мобілізувати цільові аудиторії, навіть за відсутності матеріальних, чи військових ресурсів. Ефективний стратегічний наратив – це вдалий спосіб для слабого гравця отримати конкурентну перевагу над сильним: слабкі м'язи, проте відмінні історії. Стверджують, що у часи великих криз і загроз для різних вимірів державної безпеки (фізичної, соціальної, а також

онтологічної) наративи вибірково активуються, щоб забезпечити когнітивний міст між зміною політики, що усуває фізичний виклик безпеці (наприклад, відокремлення території), та збереженням стану онтологічної безпеки за рахунок забезпечення автобіографічної наступності, відчуття усталеності порядку, гарної обізнаності ситуації та спокою.

Свій підхід до наративу пропонують фахівці Міністерства оборони США: Ключова складова наративу встановлює причини та бажані результати конфлікту у термінах, що зрозумілі відповідним аудиторіям.

Таким чином, підходи до ідеї стратегічного наративу досить багатоманітні. У рамках одного з них стратегічний наратив подається як базова конструкція, яка встановлює початкову ситуацію або порядок, визначає проблему, яка знищує цей порядок та рішення, яке має відновити порядок. Інші підходи до стратегічного наративу полягають у тому, що наратив є комунікативною складовою, яка дозволяє суспільству зрозуміти де воно перебуває і куди воно має рухатись та надає пояснення своєї «історії» визначеним цільовим аудиторіям. В Україні вперше офіційне визначення даного терміну подано в Доктрині інформаційної безпеки України, стратегічний наратив – спеціально підготовлений текст, призначений для вербального викладення у процесі стратегічних комунікацій з метою інформаційного впливу на цільову аудиторію. Питання стратегічного наративу, як базову основу стратегічних комунікацій, розглядали вітчизняні дослідники Д. Дубов, А. Баровська, О. Литвиненко, В. Ліпкан, Є. Макаренко, М. Ожеван, Г. Почепцов, Б.Парахонський, Г.Яворська та інші. Одним із перших офіційних джерел в Україні, де було розкрито дане питання стало відповідне дослідження Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД), в якому здебільшого спираючись на переклад матеріалів НАТО, було подано концепцію стратегічного наративу.

Відомий вітчизняний дослідник Г. Почепцов проаналізував значення стратегічного наративу для української держави. Досягнення взаємопорозуміння з громадськістю, підкреслив Г.Г. Почепцов, є особливо важливою для держави у переламні моменти, зумовлені, зокрема, в Україні зовнішньою агресією, що однозначно поставило на порядок денний питання цивілізаційного вибору, який до того підмінювався категорією багатовекторності. Новий етап державотворення неможливий без формування нового наративу як загальної канви, розповіді історії держави, на базі якого породжується решта текстів.

Українські аналітики зазначають, що досі невирішеними залишаються питання якою мірою має бути формалізований (викладений) стратегічний наратив і в якому типі документу має відбутись таке фіксування. Офіційне визначення також не дає відповідь на питання що означає “спеціально підготовлений текст” та хто і яким чином його готує.

Є підстави вважати, що такими документами є Стратегія національної безпеки та Воєнна доктрина України. Другий документ є зазвичай рідше

змінюється, а отже є більш ефективним щодо встановлення дійсно стратегічних пріоритетів. Водночас Стратегія національної безпеки є засадничим документом, що визначає актуальні загрози та виклики національній безпеці і є джерелом (правовою основою) для Воєнної доктрини України. Згідно відповідної аналітичної записки НІСД раціональним вважається обрання саме Стратегії національної безпеки, як ключового документу в частині визначення стратегічних наративів.

На нашу думку, базові установки для стратегічного наративу – збереження, розвиток та експансія України з такими основними атрибутами – цілісною територією; політичною, економічною, соціальною, культурною та інформаційною незалежністю; правом на незалежну Конституцію; правом на незалежну внутрішню політику та правом на суб'єкту зовнішню політику.

Література:

1. Концепція стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-1>

2. Miskimmon A., O'Loughlin B. Understanding international order and power transition: A strategic narrative approach. Forging the world: Strategic narratives and international relations / A. Miskimmon, B. O'Loughlin, L. Roselle (eds). Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. 2017. P. 276–310.

3. Allenby, Braden R. “The Age of Weaponized Narrative, or, Where Have You Gone, Walter Cronkite?” Issues in Science and Technology 33, no. 4 (Summer 2017). <https://issues.org/the-age-of-weaponized-narrative-or-where-have-you-gone-walter-cronkite/>

4. Fisher A., Lucas S., James G. Trials of Engagement— The Future of US Public Diplomacy. Leiden – Boston: Martinus Nijhoff Publishers, 2011. 312 p.

5. Haddock E.K. Winning with Words: Strategic Communications and the War on Terrorism. Washington: National Defense University, National War College Paper, 2002. P. 5–10.

6. Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy. Version 3.0. United States Joint Forces Command, Warfighting Center, Suffolk, June 24, 2010. 232 p.

7. Дубов Д. В. «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/2377/>

8. Почепцов Г. Стратегические коммуникации в условиях информационного противоборства. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/strategicheskie_kommunikatsii_v_usloviyakh_informatsionnogo_protivoborstva/

МАТРИЧНІ МОДЕЛІ В ОЦІНЦІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Славінська О.С.,

доктор технічних наук, професор,

Харченко А.М.,

кандидат технічних наук, доцент,

Національний транспортний університет

Оцінка підприємницької діяльності є важливою складовою стратегічного управління компанією. Згідно світового досвіду найбільшого розповсюдження в оцінці підприємницької діяльності компанії в ринкових умовах дістали матричні моделі, зокрема, це двовимірні матриці відомих американських консалтингових фірм BCG, Мак-Кінсі, ADL, Shell (хоча можуть бути використані і матриці з більшим числом вимірів, наприклад, матриці Абелла і Цвіккі) [1]. На одній із осей таких матриць відмічають показники оцінки стану або перспектив розвитку ринку, галузі, стратегічної зони господарювання, а на іншій – показники оцінки конкурентоспроможності відповідних їм стратегічних одиниць підприємницької діяльності (бізнесу) компанії [2-3]. За цими показниками і позиціонуються стратегічні одиниці підприємницької діяльності в матриці. Для кожної позиції, отриманої на перетині векторів вказаних показників для кожної стратегічної одиниці бізнесу визначають рекомендовані для них відповідні стратегії.

Оцінку підприємницької діяльності компанії за матричними моделями необхідно здійснювати за наступним алгоритмом:

1-й крок, визначають ієрархію рівнів підприємницької діяльності компанії: від окремого продукту до рівня компанії в цілому.

2-й крок, визначають стратегічні одиниці бізнесу, які будуть позиціонуватися на матрицях.

3-й крок, визначають параметри матриць, за якими буде проводитись аналіз господарського портфеля. Це роблять для того, щоб: а) обрати параметри, за якими буде проводитись аналіз; б) з'ясувати яка інформація необхідна для аналізу.

4-й крок, отримують та аналізують інформацію за вказаними параметрами матриці.

5-й крок, будують і аналізують матриці, отримуючи при цьому уявлення про поточний стан господарського портфеля компанії, на основі якого можна прогнозувати і майбутній стан за різними сценаріями розвитку середовища компанії.

6-й крок, здійснюють вибір з поміж альтернативних варіантів оптимального бізнес-портфеля, який найкраще сприятиме досягненню цілей компанії.

Такий підхід має переваги у порівнянні з традиційним аналізом ринку,

оскільки матричні моделі поєднують експертно-аналітичні, статистичні методи та методи математичного моделювання.

Література:

1. Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд Ш, А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: [Пер. с англ.] – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
2. Левик С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання / С. Левик // Наука й економіка. – 2010. – № 2 (18). – С. 132-138.
3. Методи стратегічного аналізу: навч.-метод. посібник / К.А. Мамонов, Б.Г. Скоков, О.О. Короп, Ю.І. Мімік. – Х.: ХНАМГ, 2007. – 208 с.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ РЕМОНТНО-БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ НА АВТОМОБІЛЬНИХ ДОРОГАХ УКРАЇНИ

*Загорняк О.В., к.т.н., доцент,
Усиченко О.Ю., к.т.н., доцент,
Національний транспортний університет*

На сьогоднішній день відсоток відміни закупівель в дорожній галузі України складає близько 21. Оскільки дорожні роботи мають сезонний характер, відміна закупівель або їх затягування призведе до невикористання коштів Дорожнього фонду та невиконання Програми розвитку автомобільних доріг.

Існує гостра проблема демпінгу при здійсненні закупівель. Особливо яскраво заниження цін можна спостерігати при закупівлях проектних робіт, послуг інженера-консультанта та послуг з технічного нагляду (демпінг близько 85%). При будівництві та ремонті цей відсоток нижчий, але іноді досягає і 50%. Таке різке зниження цін позначається, в першу чергу, на якості, а також на строках виконання робіт.

Крім того, є нагальна необхідність внесення змін у нормативні документи з кошторисного ціноутворення для приведення до вимог Закону України «Про публічні закупівлі» та спрощення системи договірних відносин.

Впровадження схеми «проекткування-будівництво» дозволить мінімізувати потенційні ризики і загальні витрати, оскільки роботи буде виконувати одна організація, а також дозволить зменшити час виконання робіт, оскільки буде проведена одна закупівля замість двох, а за схемою

«проектування-будівництво-обслуговування» - одна закупівля замість трьох. Традиційний метод будівництва відокремлює інтереси проєктувальників від інтересів підрядників. Законодавством України передбачено, що будь-який об'єкт може будуватись лише на підставі проєктної документації, яка розроблена та затверджена в установленому порядку та пройшла експертизу. Тобто можливість впровадження схеми «проектування-будівництво» та «проектування-будівництво-обслуговування» згідно якої одна ж та сама організація робить проєкт (проєкт та експлуатаційне утримання), а потім на підставі його починає будівництво, має певні законодавчі перепони, які унеможливають її використання.

Також виникає проблема з визначенням очікуваної вартості закупівлі, оскільки відсутній алгоритм її розрахунку в ДСТУ Б Д.1.1-1:2013 «Правила визначення вартості будівництва» та ДСТУ Б Д.1.1-7:2013 «Правила визначення вартості проєктних робіт та експертизи проєктів будівництва». В інших країнах дана ситуація вирішується шляхом аналізу вартості робіт на об'єктах-аналогах. Тобто аналізується вартість 1 км будівництва дороги такої ж категорії та конструкції, і на основі цих даних вираховується очікувана вартість.

Враховуючи вищесказане пропонується внести зміни до законодавства про державні закупівлі та розробити методичні рекомендації щодо визначення очікуваної вартості за схемою «проектування-будівництво» та «проектування-будівництво-обслуговування», підготувати проєкти змін до законодавчої бази (Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності» та наказ «Про затвердження Порядку розроблення проєктної документації на будівництво об'єктів»).

Нещодавно з'явилася ще одна проблема в закупівлях – так званий тендерний «тролінг». Зазначену проблему спричинили окремі нечесні підрядники, які знайшли ряд прогалин в тендерному законодавстві і тепер використовують «тролінг» як своєрідний бізнес. Суть «тролінгу» полягає в тому, що компанії, які приймають участь в закупівлі не маючи за мету її виграти, а лише зірвати, якщо переможець не погоджується відшкодувати цій компанії певну винагороду. У випадку не погодження на її умови, зазначена компанія подає ряд скарг в Антимонопольний комітет, які суттєво затягують терміни закупівлі або взагалі призводять до її відміни.

Також часто закупівлі виграють компанії тільки за рахунок найнижчої ціни. Вони не мають необхідного досвіду виконання аналогічних робіт, необхідної кількості обладнання та техніки. Саме такі компанії найбільше демпінгують і зазвичай зникають після отримання першого авансу та повернення гарантійного забезпечення виконання закупівлі. Тому при оголошенні закупівель важливо встановити чіткі кваліфікаційні критерії, які дозволять відхилити пропозиції усіх некваліфікованих підрядників та зменшать ризики перемоги компаній з аномально низькою ціною.

Необхідно внести зміни в розроблені методики Міністерства економічного розвитку і торгівлі та, при необхідності, до Закону України «Про публічні закупівлі», до деяких інших законодавчих актів України щодо вдосконалення публічних закупівель та затвердити на рівні Кабінету Міністрів України типові підходи до складання тендерної документації.

Відповідно до п.4 ст.36 Закону України «Про публічні закупівлі» передбачено, що умови договору про закупівлю не повинні відрізнятися від змісту тендерної пропозиції за результатами аукціону (у тому числі ціни за одиницю товару) переможця процедури закупівлі або ціни пропозиції учасника у разі застосування переговорної процедури. Істотні умови договору про закупівлю не можуть змінюватися після його підписання до виконання зобов'язань сторонами в повному обсязі, крім окремих випадків. Тому саме ці положення суперечать можливості застосування динамічної договірної ціни.

Одночасно з внесенням змін у національні стандарти з кошторисного ціноутворення необхідно внести зміни у нормативно-правові акти, де є роз'яснення стосовно виду договірної ціни, зокрема статті 321 Господарського кодексу України, пункт 3 Постанови від 1 серпня 2005 р. N 668 «Про затвердження Загальних умов укладення та виконання договорів підряду в капітальному будівництві», пункту 2 статті 844 Цивільного кодексу України. Крім того, укладання твердої договірної ціни скасує необхідність перевірки та узгодження замовником цін на матеріальні ресурси під час введення об'єкту в експлуатацію та приймання виконаних робіт.

Література:

1. Закон України «Про публічні закупівлі».
2. ДСТУ Б Д 1.1-1:2013 (зі змінами) «Правила визначення вартості будівництва».
3. ДСТУ Б Д.1.1-7:2013 «Правила визначення вартості проектних робіт та експертизи проектів будівництва».
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2005 року N 668 «Про затвердження Загальних умов укладення та виконання договорів підряду в капітальному будівництві».

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДОРОЖНЬОЇ ГАЛУЗІ

Савенко В.Я.,

доктор технічних наук, професор,

Козарчук І.А.,

кандидат технічних наук, доцент,

Національний транспортний університет

Однією зі стратегічних галузей народного господарства України є дорожня галузь. Тому для ефективного функціонування і своєчасного виявлення ринкових змін в умовах динамічного зовнішнього середовища та пристосування до них підприємствам дорожньої галузі (ПДГ) доцільно використовувати систему моніторингу та стратегічного аналізу маркетингового середовища. Виявлені в результаті аналізу можливості та загрози у зовнішньому оточенні, а також сильні та слабкі сторони підприємства служать інформаційною підставою для встановлення цілей на перспективу та визначення стратегій розвитку.

Одним з інструментів стратегічного аналізу є SWOT-аналіз, який широко використовується в процесі стратегічного планування на різних підприємствах в усьому світі. SWOT-аналіз – метод стратегічного планування, який полягає у виявленні факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, організації і поділі їх на 4 категорії: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (загрози).

Методику SWOT-аналізу можна умовно розбити на такі кроки:

1. Підбір експертів і формування експертних груп для проведення SWOT-аналізу.
2. Формулювання експертами сильних і слабких сторін, сприятливих можливостей і загроз.
3. Оцінювання і обробка (зведення) експертами одержаних оцінок.
4. Аналіз одержаних результатів і формулювання стратегій.

Основні етапи SWOT-аналізу ПДГ:

Етап 0. Загальна характеристика підприємства.

Слід проаналізувати інформацію про форму власності, рік заснування, організаційну структуру, основні напрямки діяльності підприємства (наприклад, роботи з будівництва, реконструкції, ремонту чи утримання автомобільних доріг, виготовлення та контроль якості дорожньо-будівельних матеріалів тощо).

Етап 1. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.

На цьому етапі визначають сильні (S) і слабкі (W) сторони підприємства в порівнянні з конкурентами. Внутрішні чинники визначаються ресурсами, які є у розпорядженні компанії, а також процесами, на які організація має безпосередній вплив: фінансові, фізичні і людські ресурси; доступ до

природних ресурсів; інтелектуальна власність (патенти, авторські права); внутрішні процеси: тренінги, мотиваційні програми для персоналу тощо.

Доцільно в табличній формі розглянути динаміку за останні роки (принаймні 3-5 років) таких показників як обсяг наданих послуг, валовий дохід, балансовий прибуток, середня облікова чисельність персоналу коефіцієнт плинності кадрів, фонд оплати праці, середньорічна вартість основних фондів, фондовіддача, коефіцієнт оновлення основних засобів, частка власного капіталу, рентабельність наданих послуг і т.д.

На сьогодні ПДГ України характеризуються невисокою рентабельністю, невисокою ефективністю використання ресурсів та дефіцитом сучасної дорожньо-будівельної техніки. Система управління потребує оновлення керівного складу молодими кадрами. Керівники не завжди знайомі з новітніми методами та технологіями управління підприємством. Присутній дефіцит молодих спеціалістів в галузі та досить висока плинність кадрів. Інколи присутня заборгованість персоналу по з/п. Імідж підприємств галузі теж потребує покращення. Характерним є незадовільний стан переважної більшості дорожнього фонду та висока вартість технічного обслуговування.

Етап 2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.

На цьому етапі визначають можливості (О) і загрози (Т) зовнішнього середовища підприємства. Аналіз передбачає вивчення та оцінку таких факторів: економічних, політичних, правових, демографічних, науково-технічних, природних і соціально-культурних.

Для ПДГ доцільно в табличній формі навести тенденції зміни таких факторів: темп росту національної економіки (ВВП); рівень інфляції; темп росту дорожньо-будівельної галузі та галузі будівельних матеріалів; стан державного та обласного бюджетів (доходи, видатки, дефіцит); рівень безробіття; рівень ставок податків; рівень доходів населення області; законодавчі акти, які регулюють діяльність підприємства; рівень політичної стабільності; нововведення в сфері технологій та менеджменту; стан екології та природних ресурсів області; рівень освіти в країні (кількість профільних навчальних закладів, кількість осіб, що навчаються в таких навчальних закладах) тощо.

До можливостей ПДГ України можна віднести: збільшення фінансування галузі та Державного дорожнього фонду; децентралізація системи управління автомобільними шляхами, запровадження європейських стандартів та контрактів FIDIC; впровадження системи плати за проїзд з великовантажних транспортних засобів; забезпеченість автомобільними дорогами з твердим покриттям у декілька разів нижча у порівнянні з європейськими країнами; необхідність ремонту 90% існуючих автомобільних доріг; необхідність будівництва швидкісних доріг та автобанів. В перспективі планується значне збільшення інвестицій в дану галузь, що призведе до збільшення держзамовлень на будівництво нових шляхів, а відповідно і на розширення

підприємства, збільшення штату працівників, особливо на регіональному рівні. Поступова стабілізація соціально-політичної ситуації (порівняно з попередніми роками) сприятиме подальшому розвитку підприємства, введенню нових потужностей, притоку іноземних інвестицій в галузь.

До загроз ПДГ можна віднести: підвищення конкурентоздатності з боку іноземних компаній-підрядників; «відтік» фахівців в іноземні компанії та за кордон; часові та грошові затрати на приведення підприємства у відповідність до новітніх технологій виробництва і управління, а також міжнародних стандартів; постійна орієнтація на найбільшого замовника – державу; складність отримання земельних ділянок під будівництво; відсутність гарантій довгострокового фінансування з боку держави у зв'язку з короткостроковим бюджетуванням; неспроможність забезпечити належний ваговий контроль на дорогах.

Етап 3. Вибір ефективної стратегії.

На даному етапі виконують зіставлення сильних і слабких сторін підприємства з можливостями і загрозами ринку. Вибір ефективної стратегії проводиться шляхом побудови матриці SWOT-аналізу. Для більш повної віддачі від методу виконують побудову варіантів дій, заснованих на перетині полів, – матриці стратегічних заходів. Для цього послідовно розглядають різні поєднання чинників зовнішнього середовища і внутрішніх властивостей компанії. Поле «Сильні сторони і Можливості» показує, які сильні сторони необхідно використовувати, щоб отримати віддачу від можливостей у зовнішньому середовищі. Поле «Слабкості і Можливості» показує, за рахунок яких можливостей зовнішнього середовища організація зможе подолати наявні слабкості. Поле «Сильні сторони і Загрози» показує, які сили необхідно використовувати для усунення загроз. Поле «Слабкості і Загрози» показує, яких слабкостей необхідно позбутися, щоб спробувати запобігти навислим загрозам.

В SWOT-аналізі необхідно не тільки розкрити сильні й слабкі сторони, загрози й можливості, але й спробувати оцінити їх з погляду на те, наскільки важливим вони є для підприємства (визначити пріоритетність факторів) – зважений SWOT-аналіз. Для цього кожен сильну й слабку сторону, можливість (або загрозу) потрібно оцінити за двома параметрами:

1) Вплив – вага фактора. Оцінюється від 0,01 (не важливо) до 1,0 (дуже важливо). Сума всіх оцінок повинна дорівнювати 1,0, включаючи сильні та слабкі сторони (аналогічно = 1,0 для можливостей і загроз).

2) Імовірність – вірогідність, що подія насправді станеться. Оцінюється від 1 (низька ймовірність) до 3 (висока ймовірність).

Помноживши ці два числа, отримаємо бал пріоритету, який допоможе ранжувати фактори впливу і прийняти управлінське рішення. На фактори, які мають найвищий бал в матриці, слід звернути увагу в першу чергу. Як правило, пріоритетним полем є «Слабкості і Загрози». Таким чином, в подальшій діяльності підприємству необхідно дотримуватись стратегічних альтернатив, викладених у цьому полі, наприклад: заміна складу існуючого

управлінського апарату молодими висококваліфікованими фахівцями; підвищення кваліфікації персоналу; введення нових прогресивних систем менеджменту та маркетингу; імплементація міжнародних стандартів та новітніх технологій; мінімізація витрат та підвищення продуктивності праці персоналу; жорстка боротьба з конкурентами; нарощування об'ємів послуг та модернізація технології виробництва тощо.

МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ РИЗИКІВ В ОЦІНЦІ НЕРУХОМОСТІ

Бондаренко Л.П., к.т.н., доцент,

Бубела А.В., к.т.н., доцент,

Національний транспортний університет

В сучасному світі екологічний фактор є важливим критерієм при оцінці об'єктів нерухомості. Так, наприклад, законодавствами західних країн передбачені жорсткі норми охорони природи, що ведуть до великих фінансових витрат за забруднення території. У зв'язку з цим перед укладанням угоди купівлі-продажу покупці, як правило, цікавляться екологічним станом ділянки.

Міжнародними стандартами оцінки нерухомості передбачено також ряд документів, що регламентують залежність вартості об'єкта нерухомості від стану навколишнього середовища [1].

В даний час в економічній теорії найбільш поширеним і визнаним є визначення ризику як двовимірної величини, що включає в себе ймовірність настання небажаної випадкової події і пов'язаних з ним втрат.

Методологія оцінки ризику - це вибір оптимальних у даній конкретній ситуації шляхів усунення або зменшення ризику. В зв'язку з цим, вона має складатися з трьох взаємопов'язаних елементів [2, 3]:

- оцінка ризику;
- управління ризиком;
- інформування про ризик.

Саме сукупність цих елементів дозволяє з одного боку виявити існуючі проблеми, розробити шляхи їх вирішення, з іншого - створити умови для практичної реалізації цих рішень. В якості основних видів екологічного ризику, що мають супроводжувати операції з нерухомістю, доцільно прийняти:

- прямий (аварійний) ризик, величина якого в більшій мірі визначається масовими характеристиками забруднення (масовим викидом забруднюювачів, їх концентрацій, рівнем і т.п.) і практично не залежать від часу. Час впливу в даному випадку є обмеженим і визначається самоочищуючою здатністю навколишнього середовища;

- непрямий (поточний) ризик, величина якого в більшій мірі залежить від часу впливу забруднюючого фактора. При цьому вплив масових характеристик забруднення зростає в міру зростання кратності перевищення їх фактичних значень над екологічними нормативами.

З огляду на те, що при прямому (аварійному) ризику переважають детерміновані ефекти, нижньою межею впливу яких на здоров'я людини виступають гранично допустимі концентрації (ГДК) і рівні (ГДР), то в якості оціночної величини прямого ризику - коефіцієнта якості середовища $K_{пр}$ нами прийнята кратність перевищення фактичних значень концентрацій Q (для матеріального забруднення) або доз D_j (для фізичного забруднення) над екологічними нормативами в екологічно значущих точках:

$$K_{пр} = \frac{C_i}{ГДК_i} \text{ або } K_{пр} = \frac{D_j}{ГДР_j}.$$

При непрямому ризику, навпаки, переважають стохастичні ефекти впливу забруднювачів. Тому оцінка непрямиго ризику повинна містити коефіцієнт якості середовища $K_{нпр}$, що розраховується через параметр впливу забруднюючого фактора протягом тривалого періоду часу. Таким параметром є доза. Відомо також, що доза (токсодоза) оцінює дію хімічних речовин в залежності від концентрації і часу впливу на організм людини. У зв'язку з цим доцільно розширити сферу застосування цього оціночного параметра на весь спектр матеріального забруднення. Останнє дозволяє забезпечити єдиний методичний підхід щодо визначення величини непрямиго ризику, який найбільш важко визначити в силу його не явної форми впливу, незалежно від фізичної природи забруднюючої фактора (матеріального чи фізичного).

Величина середньодобової дози впливу i -ої забруднюючої речовини на організм людини може бути визначена наступним чином [3]:

$$D_i = \frac{(C_{атм} T_{out} V_{out} + C_{прим} T_{in} V_{in}) E_{енл} \cdot T_{енл}}{365 A_T M}$$

де D_i - середня добова доза речовини, мг/кг доба;

$C_{атм}$, $C_{прим}$ - концентрація речовини в атмосферному повітрі та у приміщенні відповідно, мг/м³;

T_{out} , T_{in} - час, що проводиться поза приміщенням та у приміщенні відповідно, год/доба;

V_{out} , V_{in} - швидкість дихання поза приміщенням та у приміщенні

відповідно, мЗ/год;

$E_{впл}$ - частота впливу, днів/рік;

$T_{впл}$ - тривалість впливу, років;

A_T - період осереднення експозиції, років;

M - маса тіла, кг.

Відповідно, гранично допустима доза (ГДД) – це рівень впливу забруднюючого фактора, який не викликає яких-небудь негативних змін здоров'я людини і його потомства (його біологічного оптимуму) за певний проміжок часу.

Кратність перевищення фактичної дози над її гранично допустимим значенням і визначає величину коефіцієнта якості середовища, що дозволяє оцінити непрямий ризик:

$$K_{нпр} = \frac{D_j}{ГДД_j}$$

Таким чином екологічний ризик можна визначити за допомогою імовірнісного підходу щодо оцінки погіршення життєдіяльності внаслідок прояву детермінованих і стохастичних ефектів при забрудненні навколишнього середовища. Тоді для кількісної оцінки величини екологічного ризику Рекол, можна запропонувати наступну залежність:

$$R^{екол} = 1 - (1 - R_{нпр}^{екол}) (1 - R_{нпр}^{екол})$$

де $R_{нпр}^{екол}$, $R_{нпр}^{екол}$ - величини прямого і опосередкованого (відповідно) екологічного ризиків.

$$R_{нпр(нпр)}^{екол} = \sum [P_i K_{сер}^M + P_i K_{сер}^{\Phi}] r^{сідн} \cdot K_{тер}$$

P_i - ймовірність події забруднення оточуючого об'єкт нерухомості середовища за певний період часу в результаті впливу певного фактору;

$K_{сер}^M$, $K_{сер}^{\Phi}$ - коефіцієнт якості середовища при матеріальному і фізичному забрудненнях відповідно;

$r^{сідн}$ - відносне скорочення тривалості життя;

$K_{тер}$ - коефіцієнт екологічної значущості території.

Відносне скорочення тривалості життя можна визначити наступним чином:

$$r_{сідн.} = \frac{\Delta r}{r} < 1$$

де Δr - скорочення тривалості життя при прямому (детермінованому) і опосередкованому (стохастичному) забрудненні, рівні відповідно 45 і 15 рокам;

r - середня тривалість життя для даного регіону.

Література:

1. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса : [учебник] / С.В. Валдайцев. – М. : Проспект, 2003. – 352 с.
2. Порфирьев Б.Н. Концепция риска: новые подходы к экологической политике // США - экономика, политика, идеология, 1988. №11.
3. Методичні рекомендації «Оцінка ризику для здоров'я населення від забруднення атмосферного повітря» / [Електронний ресурс] / <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0184282-07>

ГУДВІЛ ЯК КРИТЕРІЙ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КОРПОРАЦІЇ

Виноградська І.І.,

Гринюк Н.А., к.е.н.,

доцент кафедри світової економіки,

Київський національний торговельно-економічний університет

Ділова репутація є необхідним складником успіху будь-якої компанії. Вона стає важливим засобом зміцнення конкурентних позицій суб'єкта господарювання, оскільки забезпечує додаткові переваги на ринках збуту, праці, капіталу, ресурсів тощо. Крім того, вона впливає на вартість компанії та визначає її можливості в залученні коштів, пошуку стратегічних інвесторів та партнерів, побудові відносин із владою та формуванні попиту й лояльності споживачів. Формування та використання обліково-аналітичної інформації про ділову репутацію в сучасних умовах глобалізації та інформатизації

економічного життя є важливим фактором інвестиційно-інноваційного розвитку країни [1].

В глобальному економічному середовищі найчастіше категорія „гудвіл” ототожнюється з діловою репутацією, іміджем, популярністю, брендом, базою клієнтів, інноваційними технологіями тощо. У різноманітних офіційних документах надається різне тлумачення терміну «гудвіл». Проаналізувавши різні визначення, можна дійти до висновку, що гудвіл - сума нематеріальних інтелектуальних активів та синергетичних ефектів, що матеріалізується при об'єднанні або придбанні корпорації у вигляді різниці між його ринковою ціною та балансовою вартістю активів та має такі ознаки [2]: є невід'ємним від суб'єкта господарювання та його не можна продати окремо; можливий лише за наявності надлишкових доходів; вказує на позицію корпорації на ринку та на ефективність її менеджменту; є активом, що не амортизується.

Усі позитивні або негативні обставини, пов'язані з іміджем фірми - фірмове найменування, географічне положення, особливості збуту і постачання, використання ноу-хау у виробничому й управлінському процесі, маркетингу є елементами, які формують вартість гудвілу.

Точне визначення вартості гудвілу може бути досить корисним для керівників суб'єкта господарювання та акціонерів, які хочуть довідатися про його фінансовий стан та вартість в цілому. Оцінка гудвілу є необхідною у випадку продажу бізнесу (компанії), оскільки така корпорація повинна оцінюватися як сума її активів і гудвілу.

На даний момент не існує єдиного підходу щодо визначення вартості гудвілу, але науковці, досліджуючи зазначене питання, розробили низку методів розрахунку ділової репутації компанії (табл. 1).

На міжнародному ринку функціонують світові лідери-спеціалісти у сфері оцінки нематеріальних активів корпорацій. Пропонуємо більш детально розглянути саме методики 2 найбільших рейтингових компаній: Interbrand і Brand Finance, які розробили власні методики визначення вартості бренду - гудвілу.

Методика Interbrand розроблена в 1989 р. і вважається однією з найкращих. Відповідно до неї спочатку оцінюється стан компанії, яка випускає продукцію певної марки. На цьому етапі вивчаються її фінансові потоки за останні три роки, виділяється прибуток, що створює безпосередньо бренд [5].

Для оцінки вартості бренду застосовують такі критерії: 1. фінансовий аналіз — оцінюється прибуток компанії після сплати податків за вирахуванням плати за капітал, використаний для отримання доходу і прибутку бренду; 2. роль бренду — кількість покупок, які споживачі здійснюють під впливом бренду, а не інших чинників (ціни, зручності, особливостей продукту); 3. сила бренду — здатність створювати лояльну аудиторію і залишатися актуальним.

Характеристика основних підходів до визначення вартості гудвілу суб'єкта господарювання [3,4]

Підхід	Характеристика	Переваги методу	Недоліки методу
Метод ринкової капіталізації	Передбачає визначення сукупної ринкової вартості власного і позикового капіталу компанії (підсумовування ринкової капіталізації та ринкової вартості зобов'язань компанії) і подальше вираховування з отри-маної суми ринкової вартості матеріальних і нематеріальних активів оцінюва-ної корпорації	Вартість гудвілу закладена у вартість акцій корпорації, що фактично являє собою відображення його ринкової вартості	Ринкова капіталізація включає в себе вартість не тільки поточних нематеріальних активів, але і потенційних майбутніх, таким чином, вартість гудвілу компанії завищують на величину очікуваної вартості майбутніх НМА корпорації
Метод надлишкових прибутків	Вважається, що корпорація, маючи невідображений в балансі нематеріальний актив (ділову репутацію), отримує додатковий прибуток від його використання. Даний прибуток шляхом множення його на коефіцієнт капіталізації виявляє безпосередньо вартість гудвіла	Розподіл вартості корпорації на суму матеріальних активів і гудвіл. Наявність економічного ефекту від гудвілу в бізнесі	Метод не є універсальним. Не завжди є можливість вірно визначити величину чистого доходу та коефіцієнту капіталізації
Мультиплікаторний метод	Визначення прибутку, який припадає на долю корпоративної репутації суб'єкта господарювання	Оцінка внутрішньої репутації підприємства. Можливість прорахувати як поточний, так і майбутній прибуток.	Потреба модифікації метода через «однобокість» бачення корпоративної репутації.

Крім того, бренд оцінюється за сімома показникам, що характеризують її силу, кожному з яких присвоюється максимальний бал (табл. 2). Досліджуваний бренд може набрати максимум 100 балів.

Кінцевий результат методики полягає в розрахунку вартості бренда. Вона дорівнює добутку доданої вартості бренда та бренда мультиплікатора. Для того, щоб претендувати на місце в рейтингу 100 найкращих глобальних брендів «Interbrand», компанії повинні задовольняти ряд вимог:

– як мінімум 30% доходу надходить від продажів поза домашнього регіону;

- бренд повинен бути присутнім в Азії, Європі, США, а також в регіонах, що розвиваються;
- надійні загальнодоступні відомості про фінансові показники компанії;
- дохід компанії повинен перевищувати вартість капіталу протягом тривалого терміну;
- бренд повинен бути відомим у країнах з найбільшою економікою.

Таблиця 2

Оцінювання бренду компанії за методикою Interbrand

№	Показник	Бал	Характеристика
1	Ринок	10	Торговельні марки на стабільно зростаючих ринках з високими бар'єрами на вході є найбільш привабливими. Марки продовольчих товарів отримують більш високий бал, ніж марки високотехнологічних продуктів
2	Стабільність	15	Так звані марки «у віці», які користуються стабільною довірою покупців, оцінюються за цим показником вище, ніж нові марки.
3	Лідерство	25	Сильні марки-лідери оцінюються вище, чим марки з невеликими долями ринку.
4	Інтернаціональність	25	Марки, що заслужили міжнародне визнання, мають інтернаціональне охоплення, незмінно сильніше національних марок.
5	Тенденції	10	Марки, що демонструють стабільний ріст обсягів продажів, оцінюються більш високо.
6	Підтримка	10	Марки, що одержують систематичні й цілеспрямовані інвестиції, мають широке коло лояльних споживачів.
7	Захист	5	Зареєстровані торговельні марки й марки, що мають потужний правовий захист, одержують більш високий бал.

Кінцевий результат методики полягає в розрахунку вартості бренду. Вона дорівнює добутку доданої вартості бренду та бренду мультиплікатора. Для того, щоб претендувати на місце в рейтингу 100 найкращих глобальних брендів «Interbrand», компанії повинні задовольняти ряд вимог:

- як мінімум 30% доходу надходить від продажів поза домашнього регіону;
- бренд повинен бути присутнім в Азії, Європі, США, а також в регіонах, що розвиваються;
- надійні загальнодоступні відомості про фінансові показники компанії;
- дохід компанії повинен перевищувати вартість капіталу протягом тривалого терміну;
- бренд повинен бути відомим у країнах з найбільшою економікою.

Переваги даного методу: одна із перших розроблених методик оцінювання брендів; простий і зручний в обігу; дозволяє виявити абстрактну силу бренду у фінансовій формі.

Недоліки даного методу: ігнорування специфічності різних брендів; лояльність покупців не враховується в процесі побудови рейтингу;

суб'єктивний, оскільки включає формальність, умовність, абстрактність; секретність формули бренда-мультиплікатора; безкомпромісні критерії оцінки бренда

Також слід розглянути відомий світовий рейтинг торгових марок – «Brand Finance», що ґрунтується на використанні Royalty Relief Method. Фактично, метод «звільнення від роялті» є комбінацією порівняльного та дохідного методів. Основою методу є припущення про те, що якби компанія використовувала бренд за договором ліцензії або франчайзингу, то вона повинна була б виплачувати ліцензіару (власнику ліцензії) певний відсоток – роялті. Оскільки оцінюваний бренд є власністю компанії, то роялті капіталізує сама компанія. Сума дисконтованих потенційних роялті є оцінкою вартості бренда [6].

Значення ставки роялті визначається експертним способом за допомогою вибору найбільш імовірною ставки в разі продажу ліцензії на використання бренда серед відповідних галузевих показників, ставок для схожих компаній, брендів, умов угод тощо.

Потік грошових доходів бренда, від виплат у вигляді роялті в кожен відрізок прогнозованого періоду, знаходять шляхом добутку величини операційного прибутку до оподаткування на ставку роялті. Як показник доходу можна було б вибрати прибуток після оподаткування, однак тоді це необхідно було б врахувати і в ставці роялті. Імовірність підбору коректного значення ставки роялті знизилася б багаторазово, оскільки досить складно підібрати компанії з однаковою структурою капіталу.

З отриманих доходів віднімаються всі витрати на підтримку і розвиток бренду. Отримані потоки прибутку дисконтуються або капіталізуються. Величина ставки капіталізації звичайно знаходиться в інтервалі 20-50%. Ставка дисконту визначається залежно від галузевих та індивідуальних ризиків [6].

Тобто, методика цього рейтингу можна описати такими етапами:

- 1) отримання фінансових даних про компанію;
- 2) аналіз моделі ринку для визначення попиту і конкурентної позиції марки на ринку;
- 3) визначення умовної ставки роялті для кожної марки;
- 4) розрахунок майбутнього доходу роялті для кожного бренда;
- 5) розрахунок ставки дисконтування для кожного бренду з урахуванням географічних масштабів фірми, репутації бренду тощо;
- 6) розрахунок чистої вартості бренду.

Переваги даного методу: не складний у використанні; масштабний; застосовується як додатковий метод оцінки вартості бренду; публічна фінансова інформація.

Недоліки даного методу: ставка роялті залежить від поточних умов ринку; кінцеві розрахунки вартості бренду мають мало користі для самої компанії; не

відображає унікальну цінність конкретного бренда.

Дані методики є дуже близькими між собою, але все ж мають відмінності. Це видно з останніх рейтингів даних компаній (табл. 3).

Таблиця 3

Порівняння результатів оцінювання вартості бренду найбільших корпорацій в 2019 році

Interbrand				Brand Finance			
№	Компанія	Ринкова вартість, млрд. дол. США	Вартість бренду (гудвіл), млн. дол. США	№	Компанія	Ринкова вартість, млрд. дол. США	Вартість бренду (гудвіл), млн. дол. США
1	Apple	961.3	234,241	1	Amazon	916.1	187,905
2	Google	943.7	167,713	2	Apple	961.3	153,634
3	Amazon	916.1	125,263	3	Google	943.7	142,755
4	Microsoft	946.5	108,847	4	Microsoft	946.5	119,595
5	Coca-Cola	203	63,365	5	Samsung	\$272.4	91,282
6	Samsung	272.4	61,098	6	AT &T	233.3	87,005
7	Toyota	176.6	56,246	7	Facebook	512	83,202
8	Mercedes	112.5	50,832	8	ICBC	305.1	79,823
9	McDonald's	148.8	45,362	9	Verizon	239.7	71,154
10	Disney	238.1	44,352	10	China Construction Bank	225	69,742

В конкурентному середовищі будь-яка корпорація потребує визначення її гудвілу. За сучасних умов необхідність оцінки ділової репутації очевидна [4]:

1. В управлінських цілях - для оцінки адекватності діяльності менеджерів та іншого персоналу.
2. З метою оцінки інтелектуального капіталу підприємства.
3. Для визначення передпродажної вартості бізнесу з урахуванням нематеріальних чинників.
4. З метою переконання у справедливості й обґрунтованості ринкової вартості об'єкта продажу (для покупця).
5. Під час злиття і поглинання компанії - тут причини ті ж, що і при купівлі або продажу бізнесу.

Отже, проблема визначення та оцінки ділової репутації корпорації є дуже актуальною на сучасному етапі розвитку світової економіки. Все більше менеджерів звертають увагу на гудвіл своєї компанії, економічна сутність якого, полягає в тому, що він є унікальним об'єктом, який дозволяє компанії генерувати додаткові доходи. Менеджмент корпорації повинен оперативного запобігати виникненню основних подій, що знижують досягнутий рівень репутації, іміджу

та гудвілу компанії. А задля отримання більш точного значення при розрахунку ділової репутації слід використовувати комплекс методів, які допоможуть охарактеризувати стан діяльності корпорації з різних боків.

Література:

1. Побережник А. Гудвіл – грошове визначення ділової репутації компанії [Електронний ресурс] / Побережник // ТОВ «ЛІГА ЗАКОН». – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA012937.

2. Izmaylov Y.O. Substantiation of the procedure for the reflection of goodwill in the accounting system of national enterprises // Technology audit and production reserves. 2017. №2/5 (34). P. 9-15.

3. Кравченко М. С. НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ГУДВІЛУ, МЕТОДИ РОЗРАХУНКУ І ЗНЕЦІНЕННЯ [Електронний ресурс] / М. С. Кравченко, О. Д. Циганкова // ВІСНИК ПРИАЗОВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/Ірина/Downloads/129166-276560-1-SM.pdf>.

4. Корчемлюк А.І., Литвинчук І.Л., Циганенко Г.В. Гудвіл корпоративних підприємств: монографія / А.І.Корчемлюк, І.Л.Литвинчук, Г.В.Циганенко - Житомир, 2013. - 160 с.

5. Interbrand [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.interbrand.com>.

6. Brand Finance. Brand Valuation Consultancy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.brandfinance.com/images/upload/6.pdf>.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ, ЩО СТРИМУЮТЬ РЕАЛІЗАЦІЮ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Воронько-Невіднича Т. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія*

Загальновідомим є той факт, що 17 цілей сталого розвитку (ЦСР) є частиною Порядку денного у галузі розвитку на період до 2030 року, прийнятого світовими лідерами на Саміті ООН у вересні 2015 року. Глобальні цілі офіційно вступили у силу 1 січня 2016 року. Протягом наступних п'ятнадцяти років країни будуть спрямовувати свої зусилля на подолання всіх форм бідності, на боротьбу з нерівністю та на усунення негативних проявів кліматичних змін тощо.

Кожну глобальну ціль розглянуто з урахуванням специфіки національного

розвитку. Зокрема, актуальним для уряду, національної економіки є питання реалізації цілі «Подолання голоду, розвиток сільського господарства». Україна має величезний потенціал для вирішення таких проблем.

Як зазначається у доповіді «Цілі Сталого Розвитку: Україна» Міністерства економічного розвитку і торгівлі, агропромисловий комплекс нині є провідною ланкою національної економіки, що значною мірою визначає соціально-економічний розвиток, формуючи 14 % валової доданої вартості та понад 40 % експорту країни. Наразі аграрний сектор є чи не єдиним локомотивом української економіки. Майже 90 % потреб у продовольстві населення (у межах своєї купівельної спроможності) задовольняє за рахунок продукції вітчизняного виробництва. Українська аграрна продукція відома майже у 200 країнах світу. Вона займає провідні позиції на глобальних ринках за обсягами експорту, а саме: олія соняшникова – 1-ше місце; кукурудза, насіння олійних культур – 3-тє місце; ячмінь – 4-тє місце; пшениця – 6-тє місце тощо. Водночас подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації та лібералізації торгівлі потребує адаптації до умов, що постійно змінюються, а відповідно – подальшого вдосконалення аграрної політики.

Поруч із перспективами і можливостями функціонування аграрного сектору за динамічних умов, необхідно звернути увагу на основні проблеми його розвитку. Серед них Уряд України домінуючими визначив наступні:

- скорочення чисельності населення, яке проживає у сільській місцевості, в цілому та зайнятих у сільськогосподарському виробництві (співвідношення між міським та сільським населенням України змінилося від 67:33 у 2000 році до 69:31 у 2015 році; загалом чисельність сільського населення за цей період скоротилася на 17,6 % (2,8 млн осіб), а кількість зайнятих у сільському господарстві, мисливстві, рибальстві – на 30 % (1,2 млн осіб));

- низький рівень продуктивності праці, що зумовлюється зношеними виробничими фондами, використанням застарілих технологій, недостатньо розвиненою інфраструктурою сільської місцевості (у 2015 році продуктивність праці у сільськогосподарських підприємствах склала у розрахунку на одного працюючого 8,7 тис. дол. США, у той час як цей показник у Польщі становить близько 50 тис. дол. США; ступінь зносу основних засобів у сільському господарстві у 2015 році оцінюється у 40 %);

- нестабільність конкурентних позицій вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках через незавершеність процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, внаслідок чого частка експорту продукції харчової промисловості менша за частку експорту сільгоспсировини (у 2015 році частка продукції харчової промисловості та переробки сільськогосподарської сировини в експорті груп 1–24 УКТЗЕД становила лише 38,3 %, а питома вага підприємств, на яких було запроваджено систему аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (за даними НАССР) – лише 20 % від їх загальної кількості). До того

ж, як підтверджує В. Шаповал, голова Ради з питань експорту продовольства (UFEB), Україна є великим експортером продовольства в світі, але 84 % – це сировина, часто це рослинні олії. Тільки 15-16 %, за різними оцінками, це продукти переробки, які споживаються як готова продукція, як продукція з доданою вартістю, яка створює в Україні нові робочі місця;

- відсутність у сільськогосподарських товаровиробників мотивації до дотримання агроекологічних вимог;

- непоінформованість значної частини сільськогосподарських товаровиробників про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі;

- незавершеність земельної реформи.

Безумовно, що виконання цілі «Подолання голоду, розвиток сільського господарства» неможливо без високоефективного і конкурентоспроможного аграрного сектору, ефективного використання наявного природно-ресурсного потенціалу тощо. Саме тому, досягнення поставлених завдань є можливим лише завдяки плідній співпраці між різними міжнародними і громадськими організаціями, науковцями й бізнесом.

Література:

1. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». Київ: Міністерство економічного розвитку і торгівлі. 2017. 176 с.

2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України №722/2019. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>.

3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Як Україна може допомогти в подоланні голоду до 2030 року. URL: <https://landlord.ua/news/yak-ukrayina-mozhe-dopomogti-v-podolanni-golodu-do-2030-roku/>

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО: РЕАЛІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Завгородній А.В., к.ф.-м.н.,

доцент, завідувач кафедри економіки та інформаційних технологій,

Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини

ВНЗ ВМУРЛ «Україна»

Процеси інтеграції та розширення Європейського Союзу до кордонів України забезпечили створення необхідних умов для її співпраці з країнами об'єднаної Європи, різноманітними європейськими інституціями, участі

України в Програмах сусідства Європейського Союзу. Наша держава отримала можливість якнайкраще реалізувати своє вигідне географічне розташування та здійснити важливі кроки на шляху інтеграції до європейського співтовариства. Одним із напрямів реалізації євроінтеграційного вектору України є розвиток та удосконалення механізму транскордонного співробітництва, визначення його пріоритетних напрямів у загальній системі розвитку та підвищення конкурентоспроможності прикордонних регіонів держави тощо.

Наразі в Україні транскордонне співробітництво розглядається у двох площинах – як інструмент розвитку прикордонних територій і як чинник реалізації євроінтеграційних прагнень. Головним завданням транскордонного співробітництва України на кордоні з ЄС є подолання наслідків втілення за радянських часів концепції кордону як лінії розподілу і посилення його контактної функції. Це, серед іншого, передбачає недопущення проведення нових розмежувальних ліній після розширення ЄС. З іншого боку, зберігається ситуація фактичного недозавантаження цілого комплексу ресурсів прикордонних регіонів України (людських, виробничих, природних, туристсько-рекреаційних тощо), що формує зацікавленість закордонних партнерів у включенні їх в обіг [1].

Грунтовний аналіз проблем і окреслення перспектив транскордонного співробітництва в Україні набуває особливої актуальності в контексті європейського вектора інтеграції України.

Необхідність активізації транскордонного співробітництва в сучасних умовах зумовлена наступними факторами:

- наявністю спільних транскордонних проблем, які необхідно вирішувати шляхом об'єднання зусиль;
- необхідністю гармонізованого регіонального розвитку та економічної кооперації, підвищення конкурентоспроможності регіонів та рівня життя населення периферійних прикордонних територій в умовах глобалізаційних та інтеграційних впливів;
- проблемами розвитку транспортної, інформаційної, підприємницької інфраструктури;
- потребами розвитку туристичної сфери;
- спільними проблемами у сфері екології та охорони довкілля;
- необхідністю активізації людського капіталу регіонів, розвитку науки, освіти та культури;
- необхідністю впровадження ідей євроінтеграції та поглибленням добросусідських відносин [2].

Проте, існує ряд факторів та організаційно-правових недоліків, що негативно впливають та стримують розвиток транскордонного співробітництва, зокрема:

- низький рівень розвитку прикордонної транспортної інфраструктури, а саме автомобільних доріг до пунктів пропуску через державний кордон, мостів та поромних переправ;

- повільні темпи впровадження сучасних методів контролю в пунктах пропуску через державний кордон;
- законодавчі та інституційні обмеження щодо розвитку малого та середнього бізнесу у прикордонних регіонах України;
- відсутність спільної з іншими державами системи попередження про стихійні лиха та захисту від надзвичайних ситуацій, а також раціонального використання природних ресурсів;
- низький рівень використання туристичного потенціалу прикордонних регіонів та культурної спадщини;
- декларативний характер спільних пріоритетів міждержавного співробітництва, недосконалий механізм спільного планування та обмежені інструменти реалізації спільних із сусідніми державами проєктів транскордонного співробітництва;
- відмінність правил та процедур підготовки та фінансування проєктів транскордонного співробітництва;
- низька активність учасників транскордонного співробітництва на рівні районів та територіальних громад;
- невідповідність пропускнуої спроможності пунктів пропуску через державний кордон потребам розвитку транскордонного співробітництва;
- нерівний доступ українських учасників до фінансових ресурсів у рамках реалізації спільних з державами - членами ЄС програм прикордонного співробітництва та Стратегії Європейського Союзу для Дунайського регіону;
- недостатній обсяг донорської підтримки проєктів транскордонного співробітництва у східних та центральних регіонах України, що створює нерівні умови та призводить до низького рівня обізнаності щодо розвитку транскордонного співробітництва.

Узагальнюючи досвід розвитку транскордонного співробітництва на європейському континенті виділяють чотири рівні реалізації транскордонної співпраці [3]:

- 1) міжнародний рівень, на якому реалізується політика загальноєвропейських інтересів, здійснюється координація національних регіональних політик для збалансованого розвитку європейського простору;
- 2) державний рівень, на якому виробляється національна політика у сфері транскордонного співробітництва та узгоджуються національні інтереси із загальноєвропейськими, а також здійснюється гармонізація національних та регіональних цілей;
- 3) регіональний рівень, на якому реалізується регіональна політика розвитку транскордонного співробітництва з урахуванням інтересів держави та регіональних зацікавлень, здійснюється відповідна координація із регіонами сусідніх країн;
- 4) місцевий рівень, на якому здійснюється координація планів розвитку, що запропоновані місцевою владою (з урахуванням регіональних і національних

інтересів), відбувається конкретна співпраця між суб'єктами прикордонних територій.

Слід відмітити, що в Україні транскордонне співробітництво найчастіше здійснюється на регіональному рівні та розглядається в якості співробітництва прикордонних регіонів суміжних держав.

Найбільшу увагу, все ж таки, слід зосередити на місцевому рівні, оскільки саме тут відбувається конкретна співпраця між суб'єктами прикордонних територій, саме на співпрацю та взаємодію між територіальними громадами або їх представницькими органами спрямоване транскордонне співробітництво, саме територіальна громада є тією основною ланкою, яка формує «фундамент» регіону та держави в цілому та здійснює місцеве самоврядування та місцеве управління [4, 5].

Як свідчить європейський досвід, становлення та розвиток транскордонних відносин є одним з перспективних шляхів вирішення місцевих та регіональних проблем, які притаманні суміжним територіям, ефективним способом розвитку прикордонних та периферійних територій, створює можливості для залучення та впровадження на вітчизняних просторах кращого європейського досвіду в законодавчій, управлінській, фінансовій, економічній, соціальній, культурній сферах, збалансування диспропорцій між суміжними територіями у тих же, вище перелічених, сферах, а також виступає об'єднуючим чинником євроінтеграційних прагнень України тощо.

Література:

1. Гороховська К.В. Транскордонне співробітництво в Україні: значення та пріоритетні напрямки розвитку [Електронний ресурс] / К.В. Гороховська // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2017. - №8. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5736>
2. Проскура В.Ф., Фозекош М.Л. Проблеми та перспективи реалізації транскордонного співробітництва на місцевому рівні. / В.Ф. Проскура, М.Л. Фозекош // Економіка і суспільство. – 2018. - №14. – С. 139-146.
3. Беленький П.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність регіонів / П.Ю. Беленький, Н.А. Мікула: монографія / Регіональна політика: методологія, методи, практика: [кол. авт. ; за ред. академіка НАНУ М. І. Долішного]. – Львів : НАН України ; Інститут регіональних досліджень, 2001. – С. 654–697.
4. Реутов В. Є. Транскордонне співробітництво регіонів України: теоретико-практичні аспекти розвитку [Електронний ресурс] / В. Є. Реутов // Ефективна економіка. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=912>.
5. Шилепницький П.І. Розвиток транскордонного співробітництва як передумова європейської інтеграції України / П.І. Шилепницький // Зовнішня торгівля: право та економіка. - 2008. - № 6. - С. 47-51.

СУПЕРЕЧНОСТІ ІНСТРУМЕНТАРІЮ АНАЛІЗУВАННЯ ДАНИХ СТАТИСТИЧНОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

*Лісовська Л.С., к.е.н., доцент,
Теребух А.А., д.е.н., професор,
Здоровега М.В., к.е.н., доцент,
НУ «Львівська політехніка»*

Показники ефективності інноваційної системи формують рівень розвитку національної економіки загалом, а інструментами прийняття управлінських рішень для цього є аналізування даних статистичної звітності.

Моніторинг перебігу інноваційних процесів у країні дозволяють оцінити інноваційні процеси в основному через визначену систему показників у формах статистичної звітності. Статистичні форми збору та моніторингу інформації в Україні дозволяють проаналізувати такі найважливіші показники як показники інноваційної активності, величина витрат на інновації та джерела їх фінансування, показники впровадження (частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, %) [1].

Проте, як зазначають вітчизняні науковці, більшість показників макроекономічної оцінки інноваційної діяльності промислових підприємств мають переважно кількісний характер і практично не корелюють з вартісними показниками та віддзеркалюють лише один з виявів інноваційної діяльності та розвитку – інноваційну активність [2].

Така методологія збирання інформації призводить до обмежених можливостей її використання, специфічних аналітичних показників, одержаних на їх основі, та, відповідно, необґрунтованих висновків та рішень.

Серед названих аналітичних показників особливо хочеться зупинитися на такій комплексній характеристиці інноваційної діяльності в державі в динаміці як показник «Інноваційна активність», який розраховують як частка промислових підприємств, що були задіяні в інноваційній діяльності у загальній кількості промислових підприємств, тобто займалися діяльністю, пов'язаною зі створенням інновацій, незалежно від того, чи призвела така діяльність до реального впровадження інновацій [1].

Також існують показники рівня інноваційної активності підприємств — відносні показники, що характеризують ступінь участі підприємств у здійсненні інноваційної діяльності в цілому чи окремих її видах протягом визначеного періоду часу (у залежності від періодичності статистичного спостереження одного року або трьох-п'яти років).

Показник частки інноваційно активних підприємств можна віднести до кількісних показників оцінювання результативності інновацій.

Очевидно, що показники результативності інноваційної діяльності

не відображають і не замінюють показники ефективності. Показники ефективності дасть можливість охарактеризувати якісний ступінь досягнення ефекту в процесі впровадження інноваційних заходів відповідно до розрахованих кількісних показників інноваційної діяльності.

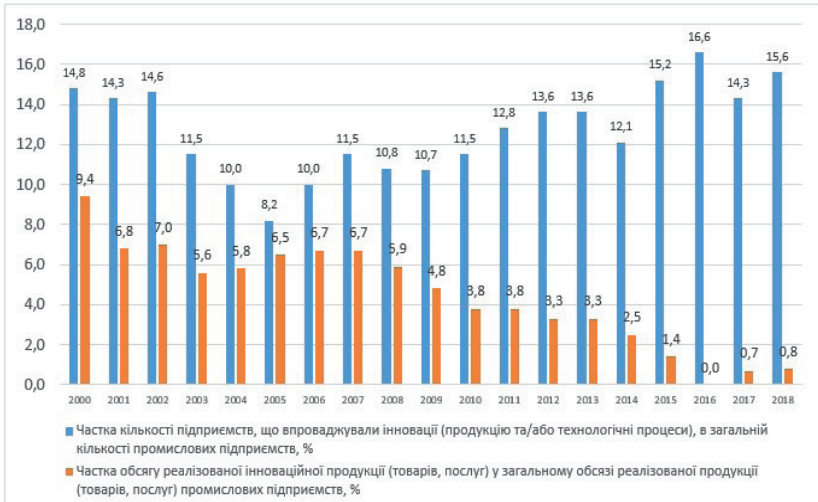


Рис.1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах України*
*складено на основі [3]

Суперечності між економічним змістом даних показників та їх змістовною сутністю ілюструє рис. 1. На рис.1 подано динаміку показників «частка інноваційно активних підприємств» та «частка обсягу реалізованої інноваційної продукції». Значні розбіжності між показниками часток особливо помітно у 2017 та 2018 рр. Особливо сумно констатувати різке зменшення частки інноваційної продукції протягом останніх п'яти років. На початку періоду статистичного спостереження (2000р.) ця частка складала 9,4%, а вже 2018/17 рр. – менше одного відсотка.

В Україні показник рівня інноваційної активності підприємств не перевищує 20% (за даними обстежень інноваційної діяльності), тоді як середній показник по ЄС, вже не кажучи про країни, які є інноваційними лідерами, становить 44%. Не відповідають інноваційному курсу і низькі витрати на дослідження і розробки, особливо у промисловості України [4].

В Україні частка корпорацій, що займаються фінансуванням фундаментальних і науково-практичних досліджень й прикладних розробок не перевищує 5%, в той час як у більшості розвинутих країн (Японія, Індія, Ізраїль та ін.) цей показник знаходиться у межах 50-80% від загального обсягу [5].

Узагальнення результатів досліджень дозволяє обґрунтувати такі основні напрями удосконалення інструментарію аналізу інноваційної діяльності та

інноваційного розвитку промислових підприємств:

- аналіз інноваційного розвитку підприємства має враховувати особливості інноваційної та науково-технічної діяльності її суб'єктів, зокрема інновації, згенеровані стартаперами носять іншу природу, ніж інновації академічних науковців; враховувати ознаки інноваційності діяльності (рівень новизни та ступінь готовності, місце виникнення (науково-технічний парк чи промислове підприємство);

- показники здійснення інноваційної діяльності промислових підприємств потребують класифікування, гармонізації з міжнародними стандартами та формування єдиної ієрархічної системи, що дозволить оцінювати тенденції та визначати чинники впливу на них на різних рівнях деталізації, здійснювати обґрунтоване прогнозування.

Література:

1. Методологічні положення зі статистики інноваційної діяльності. Затверджено Наказом Державної служби статистики України 10.01.2013 № 3 (у редакції Наказу Державної служби статистики України від 28.12.2015 № 369), 34 с. – С. 21–22 // Режим доступу: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/08/metod_3.pdf

2. Волощук Л. О. Інноваційна діяльність та розвиток промислових підприємств України: проблеми статистичного та економічного аналізу // Проблеми економіки № 4, 2014. – С. 269–274. – С.271.

3. Інноваційна діяльність підприємства за період 2016-2018 років / http://ukrstat.gov.ua/metaopus/2019/2_07_02_02_2019.htm

4. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця та ін. ; НАН України. – К., 2015. – 336 с. – С.7.

5. Біла С. О. Структурна політика в перехідній економіці України: теоретико-методологічний аспект / С. О. Біла // Вісник Української Академії державного управління. – 1999. – № 1. – С. 107–117.

ЛІДЕРСТВО В КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ

Ковбаско О.М.,

к.т.н., доцент,

Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України

Серед пріоритетних завдань розвитку державної служби зайнятості (ДСЗ) на сучасному етапі – перетворення її у сервісну службу та запровадження

клієнтоорієнтованого підходу при обслуговуванні клієнтів. Перехід від послугоорієнтованої до клієнтоорієнтованої діяльності пов'язаний зі змінами на всіх ієрархічних рівнях управління та в організаційній культурі ДСЗ, запровадженням клієнтоорієнтованих стандартів роботи та сервісу, формуванням клієнтоорієнтованої моделі поведінки персоналу.

Забезпечення швидких та ефективних перетворень на шляху побудови сервісної клієнтоорієнтованої організації значною мірою залежить від розвитку лідерства в діяльності державної служби зайнятості.

Достатньо глибоке дослідження теоретичних підходів, характеристик та методологічних аспектів лідерства щодо забезпечення клієнтоорієнтованості, формування сервісної організаційної культури в органах публічної влади проведено в роботі А. Ліпінцева [1]. Автором проаналізовано низку концепції лідерства й моделей лідера, досвід публічної служби Канади у контексті дослідження та адаптовано актуальну модель Розвитку Лідерства “Service Ontario”.

Розглянуті в [1] “ключові компетенції лідерства” цілком можуть бути застосовані в моделі компетенцій керівних працівників ДСЗ на усіх рівнях управлінської ієрархії. Лідер, відповідно до моделі Розвитку Лідерства:

- забезпечує баланс пріоритетів у контексті бюджетних, кадрових і ділових цілей;
- ідентифікує та визначає пріоритетні напрями, а також виявляє потенційні перешкоди, обмеження та ризики/залежності;
- забезпечує прогрес, відповідність управлінських документів та правильність вжитих заходів і укладених угод;
- направляє процеси прийняття рішень, де це можливо;
- підтримує високий рівень орієнтації на клієнта – сервісного фокусу у команди;
- формує у членів групи почуття відповідальності, розуміння один одного;
- обговорює /розглядає критичні питання з управління так, щоб полегшити їх вирішення;
- доводить спірні і суперечливі позиції об'єктивно і дипломатично;
- забезпечує громадянам/клієнтам можливість вчасно одержувати послуги;
- уточнює пріоритети /фокус діяльності не менше, ніж 1раз на рік;
- підтримує включеність працівників і підвищення ефективності виконання їх діяльності;
- прискорює навчання та розвиток інших за допомогою коучинга.

Проте лідерство в діяльності працівників державної служби зайнятості можна розглядати не тільки в управлінському але й у більш широкому контексті – як потенціал здатності допомагати окремим людям і групам робити правильні речі правильно. Останнє лежить в основі фасилітативного лідерства [2].

Метою нашого дослідження є обґрунтування необхідності навичок фасилітативного лідерства в моделі компетенцій працівників державної

служби зайнятості, які здійснюють функції кар'єрного радника. Запровадження інститутів кар'єрного радника та консультанта роботодавця стало важливим кроком на шляху реалізації клієнтоорієнтованого підходу в державній службі зайнятості. Сутність роботи кар'єрного радника – здійснення єдиного кураторства над безробітним, надання допомоги клієнту впродовж усього процесу пошуку роботи [3].

Функціональні обов'язки кар'єрних радників полягають, насамперед, у наданні допомоги громадянам усвідомити свої сильні особистісні якості, самостійно визначити наявні конкурентні переваги, зокрема, здібності, навички, та у допомозі при складанні індивідуального плану надання послуг або плану працевлаштування. Такі фахівці покликані навчити громадян самостійно здійснювати пошук роботи, готуватися до співбесіди та створити ефективне резюме. Також функціями кар'єрних радників є підтримка клієнтів у прийнятті рішень, пов'язаних з кар'єрою, наприклад, консультування з розроблення довгострокового плану професійного зростання, мотивація задля досягнення визначених цілей, навчання клієнтів долати психологічні перешкоди та спонукання їх проявляти активну та відповідальну позицію [3].

Клієнтоорієнтованість працівників, які здійснюють функції кар'єрного радника у форматі компетенцій – це набір поведінкових моделей на основі знань, навичок, особистісних якостей і мотиваційних чинників, що сприяють формуванню певної робочої поведінки щодо клієнтів. Клієнторієнтований персонал: знає про типи і переваги клієнтів організації, про особливості послуг, що пропонуються, про технологію реалізації послуг; має розвинуті навички і мотивацію до швидкого і гнучкого виявлення і задоволення запитів фактичних і потенційних клієнтів; має здатність розпізнавати і враховувати індивідуальність кожного клієнта: своєю поведінкою формує і підтримує довгострокові відносини з клієнтами, орієнтуючись як на інтереси клієнта, так і на цілі організації [4].

Аналізуючи функції кар'єрного радника, можемо побачити, що йому потрібно вміти допомагати клієнтам приймати рішення на основі аналізу різних альтернатив, коли вибір не лежить у дуалістичній площині «або – або». Натомість йому потрібно вчитися охоплювати і те, що саме треба робити, і найкращий шлях для реалізації зробленого вибору. Для того, щоб знаходити оптимальні рішення, також необхідно активно залучати до процесу прийняття рішень як клієнтів так і інших фахівців центру зайнятості, максимально використовуючи сильні сторони та внесок кожного. Іншими словами, клієнтоорієнтована діяльність кар'єрного радника потребує набуття навичок фасилітаційного лідерства.

Ефективна фасилітація – це, в тому числі, застосування процесів та інструментів, які дозволяють максимально ефективно використати колективний інтелект <...>, щоб визначити найкращий напрямок руху і розробити порядок дій відповідно до прийнятих рішень [2].

Для цього фасилітативний лідер :

- використовує навички активного слухання, в т.ч. перефразування, підсумовування, відображення, перепитування;
- стимулює та ініціює активне обговорення з клієнтом, іншими фахівцями центру зайнятості;
- допомагає стимулювати творче мислення через «мозковий штурм» та інші процеси, спрямовані на генерування ідей;
- спонукає до стратегічного розгляду альтернатив і прийняття рішень на основі поінформованості;
- враховує наявність діаметрально протилежних перспектив і думок, які потенційно можуть призвести до конфлікту з клієнтом;
- включається в роботу з клієнтом, іншими фахівцями центру зайнятості, не перебираючи на себе повний контроль над ситуацією.
- організовує ефективні зустрічі, даючи можливість досягти цілої низки цілей і поставлених задач;
- об'єктивно та безоціночно спонукає інших до висловлювання власних думок;
- допомагає клієнтам переглядати власний досвід і вчитися на ньому;
- допомагає сформулювати більш серйозні та стратегічно важливі питання для їх поглибленого розгляду (розроблено на основі [2]).

Навички щодо застосування основ фасилітативного лідерства мають стати складовою моделі професійної компетенції фахівців центрів зайнятості та обов'язковим елементом у навчанні працівників, що реалізують функцію кар'єрного радника.

Література:

1. Ліпенцев А.В. Розвиток лідерства в органах публічної влади у контексті завдань надання якісних адміністративних послуг: теоретичні та методологічні аспекти. Збірник наукових праць “Ефективність державного управління». 2014. вип. 38 с.21-44.
2. Д. Куфо. Мистецтво фасилітативного лідерства: максимізація внеску інших. Переклад: Н. Лисова, Т. Сухенко. URL: <http://partnersinperformance.us/wp-content/uploads/2015/06/The-Art-of-Facilitative-Leadership.pdf> (Оригінал статті)
3. Про кар'єрних радників та новації служби зайнятості. URL: <https://chk.dcz.gov.ua/novyna/pro-karyernih-radnykiv-ta-novaciyi-sluzhby-zaynyatosti-na-oblasnomu-telebachenni>
4. Апенько С.Н. Методологические основы оценки клиентоориентированности персонала организаций // Омский научный вестник. 2010. № 1 (85). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy-otsenki-klientoorientirovannosti-personala-organizatsiy>

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА У СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Мазіленко С.С.,

*аспірант кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія*

Однією із найважливіших соціально-економічних завдань суспільства є створення гідних умов якості життя і розвитку його громадян, в першу чергу шляхом задоволення потреби людини в їжі за раціональними нормами харчування, з метою збереження здоров'я населення і регулювання демографічних процесів в країні. Питання продовольчої безпеки є одними з пріоритетних не тільки з економічної, але і з соціальної позицій, оскільки визначаються макроекономічною ситуацією, ефективністю суспільного виробництва і доходами населення.

За офіційними даними звіту 2017 Global Hunger Index, Україна є однією із перших в рейтингу країн, що розвиваються, і відсталих країн за кількістю голодуючого населення. За останні чотири роки (2014-2017 рр.) Україна опустилася на 16 позицій у Глобальному індексі продовольчої безпеки – із 47-го на 63-й рядок рейтингу [3].

Звідси, одним із пріоритетних напрямів розвитку державної політики є забезпечення продовольчої безпеки як в сфері постачання населення продуктами харчування, так і в сфері промисловості ресурсами. Проблема збереження продовольчої безпеки не нове явище, а мала і має глобальний характер як в політичній, так і в соціально-економічній сферах життєдіяльності будь-якої держави, і в системі світової політики. Продовольча безпека – це складне багатоаспектне соціально-економічне та політичне явище. В економічній літературі використовуються різні методи її визначення: філософські, соціологічні, економічні, із застосуванням методів економіко-математичного моделювання та ін.

Аналіз різних підходів до визначення поняття «продовольча безпека» дозволяє зробити наступні висновки. Продовольча безпека держави – це:

- 1) стан економіки, такий рівень розвитку АПК, при якому гарантується стабільний рівень самозабезпечення населення продовольством в кількості, що відповідає науково обґрунтованим параметрам на рівні медичних норм;
- 2) незалежність забезпечення населення країни від світової ринкової продовольчої кон'юнктури;
- 3) створення необхідних резервів і запасів;
- 4) сталий розвиток АПК країни.

Забезпечення продовольчої безпеки досягається за рахунок власного виробництва необхідної кількості продуктів харчування, або за рахунок власного виробництва продовольства і системи заходів щодо його закупівлі, що

максимально згладжує цінові аспекти, у т.ч. з урахуванням транспортування, збереження, переробки та ін. З логістичної точки зору – торгова система має визначальний вплив на забезпечення населення продуктами харчування, проте його основою є, без сумніву, власне виробництво [1].

До найважливіших показників продовольчої безпеки відносяться такі:

1) високий рівень розвитку агропромислового комплексу, здатного до забезпечення продовольством всього населення, в тому числі і його найбільшій частини;

2) наявність необхідних перехідних стратегічних запасів;

3) можливість інвестувати у виробництво продуктів харчування необхідні кошти для довгострокового сталого розвитку сільського господарства.

З метою гарантування продовольчої безпеки агропродовольча політика повинна бути спрямована на запобігання, профілактику та припинення дії загроз. Під запобіганням необхідно розуміти діяльність, спрямовану на недопущення здійснення підготовлених загроз. Метою профілактики є впровадження системи заходів щодо виявлення, нейтралізації чи усунення причин загроз. Припинення дії передбачає собою діяльність, направлену на недопущення реалізації загроз, що вже активізувалась [2].

Таким чином, продовольча безпека займає важливе місце в концепції національної безпеки будь-якої країни. Саме тому відповідальність за формування продовольчої безпеки несе безпосередньо держава. Сталий соціально-економічний розвиток суспільства неможливий без забезпечення населення достатньою кількістю якісного продовольства. А важливою умовою забезпечення продовольчої безпеки є послідовне здійснення комплексу взаємопов'язаних скоординованих організаційно-економічних, законодавчих, адміністративних і соціальних заходів управління нею як на державному, так і регіональному рівнях.

Література:

1. Олефіренко Т.В. Продовольча безпека України: сучасний стан та перспективи. Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Менеджмент. 2013. № 4. С. 144-149.

2. Шніпко О.С. Економічна безпека внутрішнього ринку України: характер, загрози, заходи щодо вдосконалення. Формування ринкових відносин в Україні. 2005. № 11. С. 9-11.

3. Global Hunger Index 2017. URL: <http://www.globalhungerindex.org/pdf/en/2017.pdf>.

РИНКОВІ ЕФЕКТИ ВІД ТРАНСФЕРУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Мрихіна О. Б.,

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки підприємства та інвестицій,*

Юхман Я. В.,

асистент кафедри економіки підприємства та інвестицій,

Богдан П. І.,

*аспірант кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»*

Поширення діджиталізації практично в усіх сферах життєдіяльності людини із одночасним зростанням рівня мінливості ринкового середовища обумовлює потребу перегляду не лише підходів до провадження інноваційної діяльності, а й візії інноваційного процесу загалом. Одним з факторів ефективного управління конкурентоспроможністю інноваційних технологій суб'єктів господарювання в таких умовах є оцінювання їх ринкової сприйнятливості на засадах спричинених ними ринкових ефектів. З-поміж відомих ефектів від трансферу інноваційних технологій виділяють: конвергенцію, спіловер-ефект, дифузію, мультиплікативний ефект, синергетичний ефект тощо.

Виникнення спіловер-ефекту (від англ. spillover effect – побічний ефект) під час трансферу технології відображає вплив цієї технології на ринок не лише у запланований розробниками спосіб. Спіловер-ефект є ключовим елементом у неофункціоналістській теорії, описаній Ж. Монне (Monnet, 2007) у концепції «перепліскування». Спіловер-ефект проявляється мультиплікативно, внаслідок специфічної взаємодії знань і технологій. Складність економічного оцінювання спіловер-ефектів полягає в непередбачуваності їх виникнення, і, відповідно, низькому рівні спроможності прогнозування. Фактично, спіловер-ефект є ситуацією, коли одне явище призводить до виникнення іншого, проте вони не пов'язані між собою спільним контекстом. Загалом, спіловер-ефекти виникають між процесом сегментації ринку та інтегруванням ринкових елементів.

Поряд зі спіловер-ефектами під час трансферу технологій може мати місце конвергенція. Вперше явище конвергенції в економічній площині описано Я. Тінбергеном (1972) у межах теорії конвергенції. Конвергенція технологій безпосередньо пов'язана з глобалізацією та виявляється як у посиленні конкуренції між виробниками технологій, так і між розробниками, які у своїй діяльності спираються здебільшого одночасно на технологічні галузі, які ще донедавна функціонували ізольовано. Основними драйверами конвергенції ринків є: технології, ринки, споживачі, регулювання тощо.

Важливим явищем, яке необхідно враховувати суб'єктам господарювання,

розробляючи стратегії трансферу технологій, є мультиплікативний ефект. Цей ефект описується теорією мультиплікативних ефектів, яку запропонував Дж. Кейнс (1965). Першочергово це стосується технологій, що є продуктовими інноваціями, призначеними для виробництва. Мультиплікативний ефект відображається у накопиченні додаткових надходжень від застосування у виробництві цих технологій

Ефект синергії (від грец. *συνεργία* – (грец. *σύν*) разом; (грец. *ἔργον*) той, що діє, дія) – сумарний ефект, сутність якого в тому, що під час взаємодії двох і/або більше компонентів їхня дія істотно переважає ті ефекти, які створювали би кожен компонент окремо, або у вигляді простої їх суми. Синергія є елементом синергетичної теорії, описаної Р. Еггерсоном (1990). Термін «синергетика» запропонував 1973 р., Г. Хакен (1982), професор Штутгартського університету, зокрема у доповіді «Кооперативні явища в сильно нерівноважних і нефізичних системах», де за допомогою цього терміну увагу зосереджено на узгодженості взаємодії частин під час утворення структури як єдиного цілого. Синергія технологій виникає внаслідок злиття технологій, часто розроблених різними суб'єктами господарювання. Оцінити синергію технологій можливо, проаналізувавши доходи і витрати (визначивши усі види істотних доходів і витрат, що виникатимуть внаслідок кожної ситуації, у якій можлива синергія технологій, у їхньому підсумку за певний часовий період).

Вперше явище дифузії інноваційних технологій описав Т. Гегерstrand (2017) у теорії просторової дифузії інновацій, відповідно до якої увесь процес соціально-економічного розвитку є результатом створення інновацій та їх поширення. Концепцію дифузії інновацій систематизував Е. Роджерс (2003). Вона передбачає такі ключові елементи: інновації, канали комунікацій, період прийняття рішення щодо інновацій, соціальну систему.

На підставі виникнення ефектів від трансферу, технології зумовлюють отримання нових знань у межах галузей знань відповідних теорій, водночас – нові знання впливають на галузі знань теорії інновацій, що сприяє створенню нових технологій.

Можливість прогнозування ринкових ефектів дає змогу зосередити увагу на попередньому опрацюванні тих чи інших складових технології, які можуть спричинити такі ефекти. Розширення традиційного підходу до управління трансфером технологій на засадах урахування ринкових ефектів підвищує управлінську гнучкість. Це особливо важливо у разі управління трансфером технологій у таких складних структурах, як університети. Щоб стимулювати позитивні ринкові ефекти від трансферу технологій з університетів, необхідно стимулювати підтримку вітчизняної науки й освіти на засадах концепції відкритих інновацій.

Ринкові ефекти від трансферу інноваційних технологій доцільно враховувати суб'єктам господарювання під час формування стратегій трансферу технологій (дає змогу підвищити точність прогнозування перебігу

процесів у ході трансферу технологій, підвищити ефективність комерціалізації технологій, сприяє маневреності управління трансфером технологій тощо). Недоліком при цьому може бути складність формалізованого виведення результатів прогнозування параметрів технології, оскільки часто протягом певного періоду (від моменту оцінювання технології до моменту її трансферу та ринкового лончу) проходить час, що зумовлює підвищення рівня невизначеності ринку.

Література:

1. Monnet, J., 2007. Memoires. Paris: Le Livre de Poche.
2. Tinbergen, J., 1972. De convergentietheorie: antikritiek (The Convergence Theory: Anti-Criticism), [online] Available at: <[https://www.worldcat.org/title/innovation-diffusion-as-a-spatial-process/oclc/536383](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=xupgf_cIy2YC&oi=fnd&pg=PA41&dq=Tinbergen,+J.+(1972-3),+De+convergentietheorie:+antikritiek'+(The+Convergence+Theory:+Anti-Criticism)> [Accessed 12 November 2019].3. Keynes, J. M., 1965. The General Theory of Employment, Interest and Money. Harcourt, Brace & World.4. Eggertsson, T., 1990. Economic Behavior and Institutions: Principles of Neoinstitutional Economics (Cambridge Surveys of Economic Literature). Cambridge University Press.5. Haken, H., 1982. Synergetik. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.6. Hägerstrand, T. 1967. Innovation diffusion as a spatial process, [online] Available at: < [Accessed 12 November 2019].
7. Rogers, E., 2003. Diffusion of Innovations, 5th ed., Free Press.

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАЛУЧЕННЯ

*Нікольчук Ю.М., к.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

Інвестиції є одним з найважливіших чинників економічного зростання підприємства, є джерелом для придбання основних фондів, формування обігових фондів. Більша частина світових інвестиційних ресурсів формується, розподіляється та перерозподіляється шляхом фінансового інвестування. Саме фінансові інвестиції характеризуються здатністю акумулювати найбільші за обсягами ресурси, які під впливом ринкових механізмів розподіляться

між підприємствами, що їх потребують. Передумовою розробки механізмів залучення фінансових інвестицій підприємствами є теоретичне опрацювання цього питання, що полягає у визначенні сутності та змісту понять фінансових інвестицій та діяльності по їх залученню.

В сучасній економічній літературі теоретичним основам фінансових інвестицій приділено достатньо уваги. Аналіз літератури з питання, що досліджується, дозволив виокремити визначення фінансових інвестицій, що найбільш повною мірою висвітлюють сучасне бачення фінансових інвестицій науковцями (табл.1) [1].

Враховуючи те, що серед наведених означень неодноразово використовувалося трактування фінансових інвестицій через фінансові інструменти та перераховувалась значна кількість можливих об'єктів фінансових інвестицій, слід навести трактування поняття фінансових інструментів, надане в Наказі Міністерства фінансів України від 30 листопада 2001 року №559 про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 13 «Фінансові інструменти» [1]. Відповідно до П(С)БО № 13, фінансові інструменти – це контракти, які одночасно приводять до виникнення (збільшення) фінансового активу в одного підприємства і фінансового зобов'язання або інструменту власного капіталу в іншого.

Таблиця 1

Трактування поняття «фінансові інвестиції» вітчизняними науковцями

№ з/п	Автор	Визначення
1	Денисенко М. П.	вкладання коштів у фінансові активи, тобто придбання суб'єктами господарювання і приватними особами цінних паперів різних емітентів.
2	Коваленко Ю. М.	капітал, що вкладається у фондові та грошові фінансові інструменти, статутні капітали юридичних осіб з метою отримання прибутку (доходу) і/або зростання вартості капіталу
3	Майорова Т. В.	вкладення коштів у фінансові інструменти, серед яких переважають цінні папери, з метою отримання доходу (прибули) в майбутньому
4	Пересада А. А.	вкладення грошей в різні фінансові інструменти (цінні папери, банківські депозити, валюту, коштовні метали і каміння)
5	Шихвердієв А. П.	форма руху (накопичення, акумуляції, розподілу, перерозподілу, переливу) національного фінансового капіталу, що є своєрідною формою усупільнення виробничо-господарської діяльності, яка активно сприяє реальному усупільненню національного капіталу незалежно від його суб'єктної приналежності

Фінансові інструменти поділяють на:

- фінансові активи;
- фінансові зобов'язання;

- інструменти власного капіталу;
- похідні фінансові інструменти.

Фінансові активи включають: грошові кошти, необмежені для користування і їх еквіваленти; дебіторську заборгованість, не призначену для перепродажу; фінансові інвестиції, які утримуються до погашення; фінансові активи, призначені для перепродажу; інші фінансові активи. Фінансові зобов'язання складаються з фінансових зобов'язань, призначених для перепродажу та інших фінансових зобов'язань. Інструментами власного капіталу є прості акції та інші види власного капіталу. До похідних фінансових інструментів відносять ф'ючерсні контракти, форвардні контракти та інші похідні цінні папери.

Аналіз сутності фінансових інвестицій надає можливість стверджувати, що більшість науковців розглядають фінансові інвестиції з позиції інвестора. У більшій частині тлумачень фінансові інвестиції постають як об'єкт, вкладання грошей у який з певною мірою вірогідності передбачає їх збереження або примноження. Тлумачення фінансових інвестицій у такий спосіб є дещо однобоким та таким, що не повною мірою висвітлює їх економічну сутність.

Цінні папери, що є основним об'єктом фінансових інвестицій, дозволяють розділити майнові відносини. З одного боку, існує реальне майно, що функціонує в процесі виробництва. З іншого боку, існує його віддзеркалення, що представлене цінними паперами, які приносять дохід їх власникам та мають особливість обратитися на фондовому ринку.

Дохід, що отримують власники цінних паперів, створюється на підприємстві, що використовує майно та інші ресурси, які були отримані в результаті розміщення цінних паперів. Таким чином, фактично, цей дохід створюється шляхом використання активів підприємства, що були сформовані за участю його інвесторів.

Таким чином, фінансові інвестиції можливо трактувати як кошти інвестиційної спільноти, які акумулюються на фінансовому ринку з метою їх збереження та примноження шляхом залучення їх до господарської діяльності підприємств-реципієнтів. При цьому критерієм вибору реципієнта є вірогідність досягнення бажаного результату інвестування.

Залучення фінансових ресурсів інвестиційної спільноти потребує від підприємств-реципієнтів здійснення певних дій. Фінансові інвестиції не передбачають отримання контролю над підприємством.

Інституційні інвестори здійснюють вкладення у велику кількість підприємств та часто є іноземними особами. Таким чином, вони не відвідують підприємства та не здійснюють пошук об'єктів інвестицій поза фінансовим ринком. Підприємство, що бажає стати реципієнтом фінансових інвестицій, має вийти на організовані фінансові ринки та почати діяльність по залученню інвестицій.

Діяльність по залученню фінансових інвестицій слід виокремити як особливий різновид управлінської діяльності, що спрямований на отримання доступу підприємства до джерел фінансових ресурсів, які можуть стабільно

забезпечувати їх у потрібному обсязі на найбільш сприятливих умовах. Ефективність цієї діяльності базується на тому, що підприємство задовольняє певні критерії інвестиційної спільноти, на основі яких вона ухвалює інвестиційні рішення. Тому діяльність по залученню фінансових інвестицій можливо трактувати як особливий різновид управлінської діяльності, що спрямований на забезпеченні балансу між інвестиційними потребами підприємства та наявними в нього можливостями щодо задоволення вимог інвестиційної спільноти.

Дослідження сутності фінансових інвестицій дало можливість визначити сутність суб'єктивного підходу до трактування фінансових інвестицій, під якими розуміються кошти інвестиційної спільноти, які акумулюються на фінансовому ринку з метою їх збереження та примноження шляхом залучення їх до господарської діяльності підприємств-реципієнтів. При цьому критерієм вибору реципієнта є вірогідність досягнення бажаного результату інвестування. Залучення фінансових інвестицій є результатом відповідної управлінської діяльності, що спрямована на забезпечення балансу між інвестиційними потребами підприємства та наявними в нього можливостями із задоволення вимог інвестиційної спільноти.

Література:

1. Бездітко Ю. М. Економічна сутність інвестицій, особливості їх визначення окремими суб'єктами економічних відносин. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Tavnv/2009_64/64_59.pdf (дата звернення: 20.11.2019).
2. Левчинський Д. Л. Суть та економічна природа інвестицій і інвестиційного процесу. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Gum/Mre/2/4_4.pdf (дата звернення: 20.11.2019).
3. Лисенко Ю. В. Теоретико-методологічні основи інвестування як фактора економічного розвитку. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/072-076.Pdf (дата звернення: 20.11.2019).

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

*Осяєв Ю.М., к.т.н., доцент,
Національний транспортний університет*

Формування організаційної структури підприємства, пошук шляхів її удосконалення – одне зі складних і актуальних питань в управлінні

виробництвом.

За умов ринкової економіки підприємствам необхідно швидко реагувати на вимоги зовнішнього середовища і адаптувати організаційні структури до відповідних змін.

Згідно з останніми досягненнями теорії та практики менеджменту структура організації повинна забезпечити реалізацію її стратегії. Оскільки з часом стратегії змінюються, то виникає необхідність у відповідних змінах організаційних структур.

Категорія „структура” відображає будову та внутрішню форму системи. Зв'язок елементів у структурі підпорядкований діалектиці взаємовідношення частини і цілого. Наявність структури — невід'ємний атрибут всіх реально існуючих систем, бо саме структура надає їм цілісності. Категорія „структура” означає відносно стійкі зв'язки, які існують між елементами організації. Структура сприяє збереженню стійкого стану системи. Стосовно системи структура є показником її організованості.

Існує велика кількість визначень організаційної структури управління виробництвом, і відрізняються вони за рівнем деталізації досліджуваного предмета. Наведемо кілька з них.

Структура, яка відображає синтез взаємозв'язків різних елементів, що функціонують для досягнення встановленої мети, називається організаційною. Отже, організаційна структура будь-якої системи пов'язана з досягненням її відповідної мети.

Згідно з іншим визначенням, організаційна структура — це конструкція організації, на основі якої здійснюється управління підприємством. Ця конструкція має або формальний, або неформальний вираз і охоплює два аспекти:

- вона охоплює канали влади та комунікації між різними адміністративними службами та працівниками;
- інформацію, яка передається цими каналами.

Організаційну структуру управління визначають також як категорію менеджменту, яка відображає організаційний бік відносин управління і становить єдність рівнів і ланок управління у їх взаємозв'язку.

На побудову організаційних структур управління впливає система факторів, яка стосується і об'єкта, і суб'єкта управління. Серед факторів є група регульованих і нерегульованих, а також таких, що виявляють безпосередній або опосередкований вплив. До найбільш вагомих факторів належать: розміри виробничої діяльності підприємства (середня, мала, крупна); виробничий профіль (спеціалізація на виробництві одного виду продукції або широкої номенклатури виробів різних галузей); характер продукції, що виробляється, та технологія її виробництва (продукція видобувних чи обробних галузей, масове чи серійне виробництво); сфера інтересів підприємства (орієнтація на місцевий, національний чи зовнішній ринок); масштаби зарубіжної діяльності

і форми її здійснення (наявність дочірніх підприємств за кордоном, в т. ч. виробничих, збутових тощо); характер об'єднання (концерн, фінансова група тощо).

Організації існують в оточенні, у середовищі, що складається з безлічі елементів: ринок, з його пропозиціями і запитами, акціонери з їх інтересами одержання дивідендів і реалізації прав власності, уряд з його податковими і законодавчими вимогами, партнери, стосовно яких організація має свої зобов'язання, технології, устаткування, вимоги до якості продукції, освітньому рівні виконавців, що зростають, діяльність конкурентів, наслідки економічних криз і т.п. Середовище впливає на організацію і накладає свої вимоги. Керівник повинний враховувати цей значний вплив. Чим більше компанія, тим гостріше виникає необхідність великих змін.

Отже, організаційна структура управління – упорядкована сукупність підрозділів, які формують рівні управління, їх взаємозв'язки й забезпечують керівництво підприємством. Теорія менеджменту виділяє два класи організаційних структур управління виробництвом: бюрократичні та адаптивні структури.

Бюрократичні (механістичні) організаційні структури характеризуються високим рівнем розподілу праці, розвинутою ієрархією управління ланцюгом команд, наявністю численних правил і норм поведінки персоналу, підбором кадрів за діловими та професійними якостями. Сюди належать лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, лінійно-штабна організаційні структури управління.

Адаптивні (органічні) організаційні структури розробляються та впроваджуються з метою забезпечення можливостей реагувати на зміни зовнішнього середовища та впроваджувати нову наукомістку технологію. Сюди належать, зокрема, дивізійні, матричні та проектні організаційні структури. Всі ці структури мають як і переваги, так і недоліки.

Бюрократичні та адаптивні структури є крайнощами, а реальні структури реальних підприємств знаходяться між ними і мають ознаки бюрократичних та адаптивних структур у різних співвідношеннях. Слід зазначити, що не можна однозначно охарактеризувати різні види організаційних структур управління. Усе залежить від того, у яких умовах функціонує підприємство і що воно із себе уявляє.

Сучасний етап розвитку економіки України ставить нові вимоги до побудови організаційних структур управління підприємствами. Так, забезпечення широких можливостей для підприємництва зумовлює необхідність наступних змін в організаційній структурі: посилення функцій, зв'язаних з випуском конкурентно спроможній продукції та послуг; підвищення ролі стратегічного планування (всупереч переважаючим в даний час функціям оперативного управління) на вищих рівнях управління; здійснення системної оцінки керівних кадрів з врахуванням комплексних результатів їх праці, а також

мотивації; тісну взаємодію між постачальницькими підрозділами, а також відділами, які займаються технічним розвитком і керівництвом підприємства.

Література:

1. Базові типи організаційних структур управління // <http://www.ukreferat.com>
2. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва // Пуцентейло П.Р. - <http://tourlib.net>
3. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: Навчальний посібник. / Чепурда Л.М., Беляєва С.С, Плахотнікова М.В. та ін. Під заг. ред. Л.М. Чепурди — К.: ВД «Професіонал», 2005. — 272 с.
4. Класи організаційних структур управління виробництвом // www.refine.org.ua
5. Конспект лекцій (КНЕУ) «Менеджмент» // <http://in1.com.ua/book>
6. Мескон М.Х. , Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Учебник. – пер. с англ. – М.: «Дело», 1994. – с. 107.
7. Організаційна структура управління підприємством // <http://www.iqdiplom.com>
8. Типи організаційних структур // <http://www.djerelo.com>
9. Організація, планування, управління діяльністю промислових підприємств: підручник для вузів. / С.Е. Каменипера, Ф.М. Русинова - М.: Вища школа, 1984.
10. Основи економічної теорії. Ніколенко Ю. В. // <http://ebk.net.ua>

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК РЕЗУЛЬТАТ МОТИВАЦІЇ ЯКОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Полтавська О.В., к.е.н., доцент,

Кулик М.В., к.е.н., доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет,

Домище-Медяник А.М., к.е.н., доцент,

Ужгородський торговельно-економічний інститут

Високий рівень інтенсивності конкуренції, коливання споживчого попиту та платоспроможності споживачів ресторанних послуг мають значний вплив на розвиток ресторанного бізнесу України. Наведені тенденції обумовили зменшення чисельності та якості праці персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу та скорочення витрат на оплату праці і суттєве зниження мотивації персоналу до надання конкурентоспроможних ресторанних послуг.

Кризова ситуація потребує формування дієвих концепцій управління та розвитку, реалізація яких спрямована на консолідацію персоналу для досягнення соціальних і економічних цілей підприємств та формування цілісного підходу до управління мотивації персоналу. Це дозволить гармонізувати відносини в системах «працівник – працедавець», «працівник – працівник» та «працівник – споживач», підвищити професійну компетентність, продуктивність і якість праці персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу, оскільки персонал має безпосереднє відношення до створення ресторанного продукту як пріоритетного чинника формування доходу підприємства, збереження та посилення його ринкової позиції.

Дослідженню концептуальних підходів до мотивації якісної праці персоналу присвячено праці С. Адамса, М. Альберта, В. Врума, Г. Ганта, Ф. Герцберга, П. Друкера, Г. Емерсона, Е. Лоулера, Е. Мейо, М. Мескона, Р. Оуена, М. Туган-Барановського, А. Файоля, Г. Форда, Ф. Хедоурі та інших дослідників. Однак у теоретичному доробку дослідників не висвітлено підхід до мотивації якісної праці персоналу в сфері гостинності в контексті обґрунтування визначення впливу мотивації на розвиток професійних та сервісних компетентностей, розроблення уніфікованих методик оцінювання якості праці, тощо. Недостатня теоретична розробленість проблематики, її значущість для підвищення ефективності функціонування суб'єктів ресторанного бізнесу обумовили актуальність та вибір теми нашого дослідження.

За результатами теоретичного дослідження та узагальнення інформації щодо практики роботи і особливостей функціонування суб'єктів ресторанного бізнесу у загальному вигляді мотивація якості праці персоналу – це динамічний процес впливу на трудову поведінку та професійні і сервісні компетентності за допомогою стимулів, які сприяють формуванню зацікавленості у якісних результатах праці, розвитку та підвищенню рівня професійної компетентності для забезпечення якісними ресторанными послугами, ступеня задоволеності споживачів процесом обслуговування, позитивного іміджу підприємства, а також підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Враховуючи практику функціонування суб'єктів ресторанного бізнесу є очевидним, що мотивація до якісної праці персоналу має враховувати традиційні показники формування оплати праці в комплексі з показниками, які сприяють розвитку професійних і сервісних компетентностей, підвищенню рівня задоволення споживачів процесом обслуговування, якості праці, участі у створенні ресторанного продукту та процесі сервісної взаємодії зі споживачами. Ці завдання та цілі може реалізувати управління мотивацією персоналу на основі підходу, що забезпечує формування позитивного іміджу підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Структуруючи управління мотивацією до якісної праці персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу, слід виокремити оцінку якості персоналу як одну із найважливіших елементів цього процесу.

Існують різні підходи до поняття «якість», що потребує уточнення цієї термінології. Наприклад: В. Шухарг стверджує, що якість має суб'єктивну частину та об'єктивні фізичні характеристики [4]; ДСТУ ISO 9000:2007 визначає якість як ступінь сукупності властивостей та характеристик продукції (послуги), які надають їй можливість задовольняти потреби [14]; М.Босовська доводить, що якість – це сукупність характеристик, властивостей та ознак об'єкта (продукції, послуги, роботи, процесу), рівень яких формується виробником у процесі виробництва та обумовлює ступінь задоволення потреб споживачів [1].

Отже, якість визначається з позицій сукупності характеристик та можливості задоволення потреб. Більшість науковців визначають характеристики якості продукції, послуг та праці, але на нашу думку персонал також має свої характеристики (компетентності), які відповідно можуть задовольняти потреби як роботодавців так і споживачів. Таким чином, якість праці, послуг та персоналу мають різні характеристики (властивості), які можливо оцінити, але спільну мету – задоволення потреб споживачів, роботодавців, керівництва. Ці поняття взаємозалежні: від якості персоналу залежить якість праці, а від якості праці залежить якість послуг.

Аналіз наукової літератури та змісту специфіки діяльності суб'єктів ресторанного бізнесу дає можливість стверджувати, що в управлінні персоналом переважною є група професійних компетентностей, яка базується на властивостях як універсальності, так і спеціалізованості, забезпечує якість сервісного обслуговування і є клієнтоорієнтованою.

Враховуючи вищенаведені особливості, персонал, який безпосередньо зайнятий процесом надання послуг, має бути спеціально підготовленим до такої роботи, оскільки від рівня його взаємодії залежить і формування лояльності споживачів послуг, що безпосередньо впливає на кінцеві результати функціонування підприємства.

Система оцінки сервісних компетентностей персоналу є логічною і необхідною складовою процесу управління мотивацією якості праці персоналу підприємства і побудована на таких принципах:

- об'єктивності – оцінювати сервісні компетентності персоналу відповідно до професійних стандартів та поточного моніторингу діяльності;
- достовірності – всебічної перевірки результатів оцінювання;
- економічної та логічної обґрунтованості порядку здійснення процедури оцінки;
- демократичності – прийняття рішень лише за умов однакості експертів, що здійснюють оцінювання.

Особливістю суб'єктів ресторанного бізнесу є те, що значна частина персоналу має безпосередній контакт зі споживачем послуг (Front Office), тому важливе значення при визначенні сервісної компетентності цієї групи працівників потрібно враховувати їх вагомість з позиції споживачів і послуг

виокремити сервісні та комунікативні компетентності.

У загальному вигляді сервісна компетентність персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу розглядається через сукупність універсальних, а також технологічних, корпоративних, комунікативних, сервісних, управлінської та наукової її складових.

Отже, якість персоналу суб'єктів ресторанного бізнесу визначається через оцінювання компетентності як необхідної чітко сформованої і структурованої адекватної системи критеріїв і еталонних рівнів.

Для суб'єктів ресторанного бізнесу критерії та рівні оцінювання сервісної компетентності мають стати основою для прийняття управлінських рішень з матеріального стимулювання персоналу та розробки програм розвитку персоналу, з огляду на підвищення конкурентоспроможності його послуг і, як наслідок, покращення результатів діяльності підприємства. Крім того, при управлінні мотивацією праці персоналу необхідно використовувати їх для формування показника коефіцієнта компетентності, який впливає на розмір посадового окладу, що забезпечить розвиток професійних компетентностей, і як наслідок, підвищення якості праці та задоволеності споживачів ресторанными послугами.

Література:

1. Управління якістю послуг готелів: методологія та практика : монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.В. Босовська, О.В. Полтавська – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 728 с.
2. Hulyaeva N. Competence-based measurement of higher education quality / N. Hulyaeva // Herald of Kyiv national university of trade and economics. – 2014. – N 6 (98). – P. 104–113.
3. Poltavska O. Assessment methodological framework staff hotel / S. Melnichenko, M. Bosovskaya, O. Poltavska // Economics and national economy management: problems and prospects. B&L Publishing, San Francisco, California, USA, 2013. – P. 62–71.
4. Shewhart W.A. Economic Control of Quality of Manufactured Product / W.A. Shewhart. – New York : Van Nostrand, 1931.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТА СВІТОВОГО ДОСВІДУ РЕФОРМУВАННЯ ОСВІТИ В ПРОЦЕСІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

Потанова О.М.,

*аспірант кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»*

Практика переходу багатьох країн світу до демократичної організації суспільства супроводжувалася пошуками таких варіантів управління освітніми системами, які б найбільш ефективно забезпечували їм підтримку місцевих громад. Цим країнам доводилося відмовлятися від централізованого управління всією мережею дошкільних і шкільних закладів і передавати відповідальність за них місцевим органам управління. Такий процес прийнято називати децентралізацією управління освітою. У передових країнах Європи та США історично склалися різні моделі управління освітою. Водночас навіть в умовах зближення політики в рамках Європейського Союзу освітні системи залишаються унікальними в кожній країні з різним ступенем централізації/децентралізації управління та фінансування сфери освіти. Саме тому віднайти раціональне зерно в кожній з таких систем і зможти застосувати його в Україні в умовах децентралізації влади становить першочергове завдання як вітчизняних управлінців, так і вчених-педагогів.

На засадах аналізу європейського досвіду децентралізації управління базовою освітою в Європі нами обґрунтовано основні висновки і положення щодо їх можливого використання в Україні, зокрема: на загальнодержавному рівні – щодо підходів до фінансування на рівні місцевого самоврядування, державної політики у сфері навчальних програм, підручників, підвищення кваліфікації вчителів, забезпечення прозорих механізмів контролю за якістю освіти (інспекторська служба, зовнішнє оцінювання, система моніторингу якості освіти); на рівні органів місцевого самоврядування – щодо фінансування шкіл і реалізації освітньої політики відповідно до локальних потреб, залучення громад до проблем освіти, моніторингу якості освіти на локальному рівні; на рівні навчальних закладів – щодо залучення громадськості до планування розвитку школи, проведення самооцінювання роботи школи [1].

Одним із критеріїв аналізу освіти у європейських країнах було обрано управлінський, який визначається такими показниками, як тип управління освітою; управління відбором кандидатів на посаду; фінансування системи освіти (оплата праці).

Тип управління освітою. У зарубіжних дослідженнях вивчення досвіду європейських країн виділяються три типи управління освітою: централізований, децентралізований та децентралізований з посиленою

автономією шкіл. Централізований тип – реалізація освітніх завдань передбачається державою, а рішення щодо навчальних програм, методів навчання, працевлаштування, оплати праці тощо приймаються на центральному рівні. Такий тип характерний для Австрії, Греції, Іспанії, Італії, Португалії, Франції. Централізований механізм фінансування освіти передбачає забезпечення рівного доступу до освіти та однакового рівня освітніх послуг у всіх регіонах. Однак централізація знижує ефективність використання ресурсів, хоча водночас дозволяє досягнути певної рівності між школами. Надання ж більших повноважень та більшої відповідальності органам місцевого самоврядування (децентралізація) може призвести до суттєвих відмінностей у фінансуванні різних регіонів чи шкіл, і тим самим посилити нерівність. Децентралізований тип характеризується переданням повноважень до органів місцевого самоврядування (громади) реалізації більшої частини освітніх завдань. Передача освітніх завдань місцевому самоврядуванню ґрунтується на переконанні (доктрині), що члени таких місцевих громад – платники податків, батьки, вчителі, вихователі, викладачі – краще розуміють освітні потреби дітей у місцевих спільнотах і школах. Тому у них мотивація дбати про краще функціонування освітнього закладу у своїй місцевості значно вища. Децентралізований тип із посиленою автономією навчального закладу відзначається наданням більшої частини повноважень безпосередньо навчальним закладам, зокрема, щодо організації навчального процесу, кадрових питань, використання ресурсів. На цій основі визначають три основні системи фінансування системи освіти, що передбачає різні способи передачі коштів із центрального рівня: безпосередньо навчальним закладам; органам місцевого самоврядування на підставі угод; органам місцевого самоврядування на підставі угод з наступним розподілом між навчальними закладами за встановленими правилами. Нідерланди є єдиною країною в Європейському Союзі, в якій майже всі рішення щодо управління персоналом, організації навчання, структури шкільної мережі і використання ресурсів приймаються на рівні школи. Це практикується в країнах з розвиненими формами децентралізації, де значна частина повноважень вже належить територіальному самоврядуванню.

Працевлаштування – це принцип забезпечення прав людини на транснаціональну освіту. Болонська декларація підтвердила, що можливість влаштування на роботу – це основне питання для вищих навчальних закладів у всій Європі; це стратегічна мета, яка не має альтернативи. Працевлаштування – це індикатор успіхів усього Болонського процесу в цілому. Він настільки важливий, що в дискусіях про доцільний термін навчання на будь-якому рівні учасники дійшли висновку, що навчатися, використовуючи принцип – навчання через усе життя – потрібно доти, доки не знайдеш роботи .

У відборі кандидатів на посаду вчителя у країнах Європейського Союзу сформувалося два головних типи: децентралізований відбір, що здійснюється

на місцях. Відповідно до нього вчитель не має гарантії постійної роботи і сам відповідає за працевлаштування (Англія, Данія, Нідерланди). Централізований набір кандидатів на посади вчителів для всієї системи освіти гарантує вчителю постійну роботу або він очікує розподіл у відповідну школу згідно зі своєю предметною спеціалізацією (Ірландія, Угорщина).

Фінансування системи освіти: оплата праці вчителів. За даними звіту Європейської асоціації університетів щодо державного фінансування, такі країни, як Австрія, Чехія, Польща, Швеція, Франція, Литва демонструють збільшення фінансування освіти, і навпаки зменшення до 25 % – Італія, Нідерланди, Словаччина, Португалія, Великобританія, Греція, Угорщина). В освітніх системах, що сигналізували про скорочення фінансування, найбільш вразливими сферами стали викладацький склад та інфраструктура. У країнах, в яких відбулося скорочення фінансування досліджень, університети сподіваються на більше фінансування з боку ЄС з метою підтримки дослідницької діяльності та розвитку інфраструктури[2].

Література:

1. Педагогічний альманах: збірник наукових праць / редкол. В. В. Кузьменко (голова) та ін. –Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2017. – Випуск 33. – 319 с.

2. Кристопчук Т. Є., д.пед.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне) Особливості децентралізації управління освітою: досвід європейських країн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://irbisbuu.gov.ua/cgiin/irbis_nbuu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Ppog_2016_2_17.pdf.

МАТРИЧНІ МОДЕЛІ В ОЦІНЦІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Славінська О.С.,

доктор технічних наук, професор,

Харченко А.М.,

кандидат технічних наук, доцент,

Національний транспортний університет

Оцінка підприємницької діяльності є важливою складовою стратегічного управління компанією. Згідно світового досвіду найбільшого розповсюдження в оцінці підприємницької діяльності компанії в ринкових умовах дістали

матричні моделі, зокрема, це двовимірні матриці відомих американських консалтингових фірм BCG, Мак-Кінсі, ADL, Shell (хоча можуть бути використані і матриці з більшим числом вимірів, наприклад, матриці Абелла і Цвіккі) [1]. На одній із осей таких матриць відмічають показники оцінки стану або перспектив розвитку ринку, галузі, стратегічної зони господарювання, а на іншій – показники оцінки конкурентоспроможності відповідних їм стратегічних одиниць підприємницької діяльності (бізнесу) компанії [2-3]. За цими показниками і позиціонуються стратегічні одиниці підприємницької діяльності в матриці. Для кожної позиції, отриманої на перетині векторів вказаних показників для кожної стратегічної одиниці бізнесу визначають рекомендовані для них відповідні стратегії.

Оцінку підприємницької діяльності компанії за матричними моделями необхідно здійснювати за наступним алгоритмом:

1-й крок, визначають ієрархію рівнів підприємницької діяльності компанії: від окремого продукту до рівня компанії в цілому.

2-й крок, визначають стратегічні одиниці бізнесу, які будуть позиціонуватися на матрицях.

3-й крок, визначають параметри матриць, за якими буде проводитись аналіз господарського портфеля. Це роблять для того, щоб: а) обрати параметри, за якими буде проводитись аналіз; б) з'ясувати яка інформація необхідна для аналізу.

4-й крок, отримують та аналізують інформацію за вказаними параметрами матриці.

5-й крок, будують і аналізують матриці, отримуючи при цьому уявлення про поточний стан господарського портфеля компанії, на основі якого можна прогнозувати і майбутній стан за різними сценаріями розвитку середовища компанії.

6-й крок, здійснюють вибір з поміж альтернативних варіантів оптимального бізнес-портфеля, який найкраще сприятиме досягненню цілей компанії.

Такий підхід має переваги у порівнянні з традиційним аналізом ринку, оскільки матричні моделі поєднують експертно-аналітичні, статистичні методи та методи математичного моделювання.

Література:

1. Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд III, А., Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: [Пер. с англ.] – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
2. Левик С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання / С. Левик // Наука й економіка. – 2010. – № 2 (18). – С. 132-138.
3. Методи стратегічного аналізу: навч.-метод. посібник / К.А. Мамонов, Б.Г. Скоков, О.О. Короп, Ю.І. Мімік. – Х.: ХНАМГ, 2007. – 208 с.

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ І ФІНАНСОВОЮ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДОРОЖНІХ КОНЦЕСІЙ

*Соколова Н.М., к.е.н., доцент,
Національний транспортний університет*

На сучасному етапі розвитку економічної системи України укладання дорожніх концесій на засадах державно-приватне партнерство (ДПП) постає як ефективний шлях розбудови її інфраструктури. Реалізація дорожніх концесій потребує значних незворотних інвестицій, здійснюється протягом багатьох років в умовах ризику і невизначеності. Важливим фактором невизначеності і ризику дорожніх проектів ДПП є неточні або зовсім помилкові прогнози інтенсивності і складу дорожнього руху [1].

Для впровадження економічно привабливих концесій в дорожній галузі на засадах ДПП, які можуть бути окуплені в реальній перспективі, доцільно застосовувати метод дисконтованого грошового потоку (Discount Cash Flow – DCF), на основі якого розраховується показник чистої теперішньої вартості (NPV), але з позицій стратегічного управління цей метод не враховує можливі майбутні рішення – управлінську гнучкість, яка може підвищити величину NPV. Перспективним напрямом вважається застосування так званих «реальних опціонів», запропоновані Маерсом, які дозволяють підвищити ефективність реалізації концесій державно-приватного партнерства (ДПП) за рахунок використання гнучкості управлінських рішень [2, с. 29].

В останній час тема реальних опціонів стала дуже популярною в колах наукових діячів та ділових людей. Цей метод доповнює традиційні методи оцінки і дає змогу враховувати деякі аспекти, які недоступні такому методу, як метод чистої приведеної вартості. Водночас, реальний опціон виступає фінансовим інструментом, який сприяє менеджерам знижувати ризики проекту. Реальний опціон – це контракт, який дає право, але не зобов'язує купити чи продати базовий актив у вигляді реального проекту за заздалегідь встановленою ціною протягом деякого наперед встановленого проміжку часу і водночас виступає способом хеджування ризиків інвестиційних проектів, пов'язаних з придбанням та створенням власними силами нових реальних активів, а також придбанням реальних активів. Всі аналогічні фондовому опціону параметри реального опціону можуть бути прописані в опціонних угодах [4].

Об'єктом опціону може бути реальний товар - сировина, цінні папери, валюта та ф'ючерсні контракти на вказані активи. За технологією виконання розрізняють три види опціонів: опціон з правом купівлі (option call); опціон з правом продажу (option put); подвійний опціон (double option; put and call option). Опціон на купівлю – опціон «кол» – дає його покупцеві право, але не зобов'язання, купити ф'ючерсні контракти за відповідною ціною протягом

строку дії опціону. Опціон на продаж – опціон «пут» – дає його покупцеві право продати ф'ючерсні контракти за відповідною ціною протягом строку дії опціону. Подвійний опціон – «кол» і «пут» – це комбінація опціонів на купівлю та продаж, він дозволяє покупцеві або купити, або продати за погодженою ціною. Використовується за умови невизначеності кон'юнктури ринку. Такі опціони активно котирувалися в минулому столітті, сьогодні вони збереглися на біржах Великобританії. Ціна, за якою покупець «кола» зможе купити, а покупець «пута» продати ф'ючерсний контракт, називається базисною ціною (basis price), ціною виконання (exercise price) або ціною зіткнення (strike price).

Ще одним основним поняттям опціонного контракту є строк його дії. В економічній літературі застосовуються такі терміни для його позначення – період, термін закінчення та дата закінчення. Термін закінчення опціону чітко фіксується (наприклад, 3, 6, 9 місяців тощо). Стандартизація самого основного інструменту, ціни, типу опціону (їх два: на купівлю та продаж), кінцевого терміну дії, кількості, дозволяє опціонові існувати самостійно. Він стає обмінним, може вільно переходити з рук у руки. Саме із створенням вторинного ринку опціон отримав нову якість. До основних характеристик опціонів належать: 1) основний інструмент (товар, валюта, ф'ючерс тощо); 2) кінцевий строк дії; 3) ціна, за якою власник (holder) опціону може купити або продати інструмент - страйкова ціна; 4) тип опціону: кол (call) або пут (put); 5) бажана ринкова ціна або інструкція.

Особа, що купує опціон, є власником опціону. Особа, що продає опціон, називається продавцем, або емітентом опціону, або особою, що виписує опціон. Власники опціонів використовують свій опціон і так купують продану або куплену позицію – продану для власників опціонів пут і куплену для власників опціонів «кол» за основним ф'ючерсним контрактом. Власникові опціону немає необхідності чекати закінчення строку дії серії, щоби використати свій опціон. Тоді, коли тримач використовує свій опціон, продавцеві передається обернений ф'ючерсний контракт.

Реальний опціон можна визначити як право, але не обов'язок, прийняття гнучких рішень в умовах невизначеності. Гнучкість має певну вартість і здатність пом'якшувати вплив негативних факторів і використовувати сприятливі можливості при здійсненні проекту.

Є два типи опціонів [2, с. 7], опціон «колл» (call) і опціон «пут» (put). Опціон «колл» дає власникові право на купівлю активу, якщо ціна активу вище ціни виконання опціону на заздалегідь визначену дату в майбутньому. Опціон пут дає право продати актив за ціною виконання, якщо ціна активу впаде нижче ціни виконання в майбутньому. Існують також інші типи опціонів [2, с. 574-588].

Реальні опціони виникають природним чином з тлумачення умов, встановлених у пректах дорожніх концесій. Умовна вимога (contingent claim), або опціон, являє собою вимогу, виплата по якій проводиться тільки за певних

умов: якщо вартість базового активу (underlying asset) перевершує попередньо встановлену вартість виконання колл-опціону (опціону покупця), або ж вона виявиться менше попередньо встановленої вартості пут-опціону (опціону продавця) [2, с. 29].

Базовим активом опціону є інвестиція, капітал, визначена кількість доходів і витрат у проектах дорожніх концесій. Аналіз проекту за допомогою реальних опціонів буде поєднувати в собі стратегічні (недетермінована оцінка оптимальної стратегії) і операційні елементи (можливості розширити, відкласти, модифікувати проект або відмовитися від нього).

До основних стратегій на основі реальних опціонів можна віднести опціони на [3]: збільшення пропускної спроможності дороги; контракт на придбання землі для дороги; на відстрочку платежів концесійних зборів; відмову від проекту; мінімальну гарантію надходжень; механізм найменшої приведеної вартості доходу; механізм поділу доходів; раннє припинення проекту; гарантії дорожнього руху; можливість розвитку прилеглих земель; можливість регулювати концесійний ціну; боргові гарантії; гарантії процентної ставки; гарантії обмінних курсів валют.

Можна зробити такі висновки. Застосування теорії реальних опціонів в проектах автомобільних доріг на умовах ДПП є перспективним засобом для оцінки економічної ефективності проекту для приватного партнера

Однак, теорія реальних опціонів, методологія їх оцінювання ще не знайшли відображення в нормативних методиках обґрунтування ефективності проектів ДПП. Проблема, на наш погляд, полягає у новизні і складності методів оцінки вартості реальних опціонів. Ці методи повинні враховувати особливості реальних опціонів, притаманних дорожнім інвестиційним проектам, потребують подальшого розвитку і максимального наближення до практичних потреб.

Література:

1. Базиліук А.В. Впровадження та розвиток автодорожніх концесій в Україні [текст]: монографія // А.В. Базиліук, О.В. Жулин – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 218 с.

2. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов [Електронний ресурс] / Асват Дамодаран ; Пер. с англ. — 5-е изд. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. — 1340 с. - Режим доступа: https://new.vk.com/doc218018909_236081303?hash=c059bbd97c6ae3e399&dl=256efc57ac352c185b

3. Pellegrino R. (2011) Risk management and real options in PPP projects: A literature review / Roberta Pellegrino, Nevena Vajdic // Discussion Papers Public Private Partnerships in Transport: Trends & Theory. Available at: http://www.ppptransport.eu/docs/TRA2012/Nevena_TRA.pdf.

4. Реальные опционы в управлении инвестиционными рисками: теоретические основы и практические приемы / Д. И. Артемова, С. В. Валдайцев, Н. Д. Волкова, А. С. Минаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. - 2001. - N3. - С. 89-103.

ПРИНЦИПИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Стеценко М.О.,

аспірант кафедри менеджменту,

Полтавська державна аграрна академія

Дотримання й виконання розроблених і закріплених законодавством правових, технічних, екологічних, економічних, соціально-психологічних вимог у процесі виробничої діяльності вимагає створення у підприємстві системи, яка займається адмініструванням екологічно спрямованих робіт і проєктів, а також несе відповідальність за результати їх виконання. Важливими умовами існування такої системи є:

- формування єдиної екологічної політики та цільової програми;
- наявність у керівництва системи екологічного менеджменту відповідних кваліфікації та досвіду роботи в даному напрямку;
- чітке осмислення співробітниками підприємства своїх завдань, обов'язків і прав у процесі виконання цільової програми;
- розробка та впровадження у підприємстві єдиних методів, процесів для виконання екологічно спрямованої цільової програми;
- створення засобів і умов для виконання цільової програми [1].

Звідси, необхідною умовою переходу до стійкого розвитку є екологізація виробництва. Вона передбачає обмеження і зниження природомісткості виробництва та перехід до використання екологічно безпечних технологій, які мінімізують екологічний ризик і негативний вплив на навколишнє середовище.

Зазвичай при вирішенні екологічних проблем використовувалися різні методи знешкодження забруднюючих речовин, що утворювалися в процесі виробництва. Основна увага приділялася при цьому технічним і технологічним аспектам. У сучасних умовах поряд із підвищенням екологічних вимог до технологій виробництва менеджмент виходить на перший план і стає вирішальним фактором, який визначає подальший ефективний розвиток підприємства. Таким чином, при вирішенні екологічних проблем підприємства більше уваги приділяється менеджменту, політиці, культурі, які знаходять своє вираження у стилях і методах управління.

Усі ці аспекти загалом висувають нові вимоги до управління діяльністю усіх видів підприємництва і, відповідно, до знань і компетенції менеджерів

усіх рівнів у сфері екології. Необхідно враховувати екологічні особливості в управлінні виробництвом, розробці нової продукції, маркетингових операціях, персоналі та фінансах.

Відновити баланс між викидами шкідливих речовин у середовищі та екосистемою підприємства може екологічний менеджмент.

Екологічний менеджмент підприємства – це частина загальної системи менеджменту, що включає в себе організаційну структуру, планування, розподіл відповідальності, практичну діяльність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для розробки, впровадження, досягнення цілей екологічної політики, її перегляду і коректування [3, 4].

Екоменеджмент є складовою загальної системи управління господарюючого суб'єкта, що обумовлює його функціонування на загальноприйнятих управлінських принципах, зокрема:

1) принцип системності, що визначає екологічний менеджмент як комплекс взаємозалежних елементів, які забезпечують найкращу реалізацію цілей екологічного менеджменту підприємства;

2) принцип стандартизації, в основі якого лежить регламентація організації екологічного менеджменту. Об'єктами стандартизації є: технологічні операції, технологічні процеси виробництва й контролю; методи організації управління; засоби технологічного оснащення; форми документів; класифікатори техніко-економічної інформації; матеріальні та трудові нормативи тощо;

3) принцип оцінювання, що підкреслює необхідність постійного виміру й моніторингу системи екологічного менеджменту та її організації;

4) принцип зобов'язань і політики, що полягає у визначенні підприємством власної екологічної політики і гарантуванні виконання прийнятих екологічних зобов'язань.

5) принцип доступності, тобто забезпечення свободи доступу до інформації і простоту організації екологічного менеджменту;

6) принцип розвитку, який передбачає постійне вдосконалення екологічного менеджменту та відстеження рівня найефективніших систем на підприємствах, упровадження всього нового й прогресивного, досягнутого в сфері раціональних форм організації підготовки виробництва;

7) принцип безперервності, що передбачає раціональну організацію процесів для забезпечення постійної уваги до охорони довкілля [2].

Таким чином, інтеграція екологічно значимих напрямів діяльності в загальну систему менеджменту може привести до ефективного впровадження системи екологічного менеджменту, а також позначитися на підвищенні ефективності діяльності підприємства агропромислового комплексу загалом.

Література:

1. Loomis J., Helfand G. Environmental Policy Analysis for Decision Making.

Springer. 2010. 365 p.

2. Сагайдак Ю.А. Екологічний менеджмент: нові можливості для українських підприємств. Економіка. Управління. Інновації. 2015. № 2.

3. Siebert H. Economics of environmental theory and policy. Berlin: Springer. 1998. 187 p.

4. Soderbaum, P. (2000). Ecological Economics: A Political Economics Approach to Environment and Development. London: Earthscan. 287 p.

СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМ КАПІТАЛОМ В УКРАЇНІ

Заруцька О.П.,

доктор економічних наук,

Міняйло В.Ф., аспірант,

Сосєдка О.В., аспірант,

Університет митної справи та фінансів

За останні роки довіра населення до банків суттєво впала у зв'язку із ліквідацією великої кількості банків у період криз 2009-2010 та 2014-2017 років. Банківська спільнота систематично повертається до проблеми відновлення довіри до вітчизняних банків. Так, 17-19 лютого 2016 року у Львові відбулась Міжнародна науково-практична конференція «Творення простору суспільної довіри в Україні ХХІ століття». Тему зміцнення банківської системи, достатнього рівня капіталу, адекватного управління ризиками детально розглянули представники Асоціації українських банків та провідних наукових і навчальних закладів, у тому числі, С.М.Аржавітін, Т.А.Васильєва, Т.С.Смовженко, М.І.Савлук та інші. Були викладені результати наукового аналізу проблеми довіри в українському суспільстві та міркування щодо подолання економічної і банківської кризи. Значною мірою платоспроможність банків визначається адекватним розміром капіталу банків та методами управління ризиками.

Оскільки банківська і фінансова система регулюються Базельським комітетом з банківського нагляду, для успішної інтеграції в європейську і світову фінансову системи необхідно вивчити не тільки положення рекомендацій Базельського комітету, а і світовий досвід становлення і розвитку банківської системи.

Всі найбільш розвинені країни світу, від яких залежить глобальна фінансова стабільність, мають нормативну базу, схвалену їх центральними банками, що відповідають вимогам Базельського комітету. Рекомендації Базельського комітету можна поділити на шість нормативних задач:

1. Підвищена якість капіталу. Базель III включає в себе різні заходи, спрямовані на підвищення якості капіталу і, в кінцевому підсумку, на підвищення здатності поглинати збитки, як при нормальному, так і при ліквідаційному сценарії.

2. Підвищена кількість капіталу. Базель III містить різні заходи щодо підвищення рівня капіталу фінансових інститутів і забезпечення антициклічних механізмів.

3. Знижене боргове навантаження в результаті введення обмежувального коефіцієнта боргового навантаження (leverage ratio). Введення цього коефіцієнта – поки що спірне питання, і деякі аспекти конкретного розрахунку все ще не визначені.

4. Підвищене покриття короткострокової ліквідності. Реакція регулюючих органів на фінансову кризу - своєрідна, кілька запізніла спроба відновити баланс в сторону значущості управління ризиком ліквідності та доповнення «Принципів сталого управління ризиком ліквідності та нагляду» («Principles for Sound Liquidity Risk Management and Supervision»). Базельський комітет продовжує посилювати регулювання шляхом розробки 2 мінімальних стандартів щодо фінансування ліквідності.

5. Підвищене стабільне довгострокове фінансування. Вводиться коефіцієнт Net Stable Funding Ratio (NSFR) для стимулювання і мотивування банків в залученні стабільних джерел фінансування своїх операцій і для зниження залежності від короткострокового фінансування.

6. Повномасштабне охоплення ризиків, особливо ризику контрагента. Базельський комітет прагне забезпечити повне покриття ризиків в компоненті Pillar 1 - ризики, що входять в розрахунок регуляторного показника достатності капіталу (норматив H2) - кредитний, ринковий та операційний, збільшуючи вимоги до капіталу на покриття ризиків, які не відображені адекватно в угоді Базель II. Істотне збільшення вимог для торгової книги і сек'юрітизаційних позицій було вже включено в пропозиції Базель 2.5 (липень 2009). Пропозиції Базель III головним чином модифікували підходи до позицій, відкритим на фінансові інститути, і ризик контрагента за деривативами. Ці пропозиції набули чинності 1 січня 2013 року.

Детальне вивчення вимог «Базеля III» щодо банківського капіталу свідчить, що головна увага приділяється не абсолютному розміру, а достатності капіталу для покриття ризиків. Підвищенні вимоги Базельського комітету до капіталу стосуються відношення доступного регулятивного капіталу банку до розрахованого за регуляторними правилами обсягу активів, зважених за ризиком (RWA). Посилення вимог до доступного капіталу і збільшення обсягу активів, зважених за ризиком, викликає ріст необхідного рівня достатності капіталу.

Вимоги «Базеля III» не стосуються підвищення статутного капіталу, а навіть навпаки. Вимоги до підвищення статутного капіталу можуть призвести до режиму обмеженої конкуренції, що ми зараз і спостерігаємо на банківському

ринку. Така обмежена конкуренція вже відбувалась майже сто років тому, коли невеликі банки були витиснуті з ринку, а інновації у фінансовому секторі скоротились.

Значне посилення вимог до капіталу і ліквідності може призвести до спаду банківської діяльності або принаймні до значного росту вартості такого фондування. Інвесторів можуть менше приваблювати випуски акцій і облігацій банками у плані ймовірного зниження дивідендів, пов'язаного з необхідною перебудовою бази капіталу. ROE (Return on equity – коефіцієнт рентабельності власного капіталу) і прибутковість значно знизяться. Це відношення інвесторів виразиться в ціні нового капіталу і в міжбанківських ставках запозичення. Така ситуація не сприяє поліпшенню економічної ситуації у країні, бо стимулює зростання інфляції.

Слід зазначити, що за ініціативою практиків-банкїрів та науковців Національний банк України зменшив вимоги до поступового зростання абсолютного розміру капіталу. Постановою Правління від 07 листопада 2019 року № 130 «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України» мінімальний розмір статутного капіталу банків на рівні 200 млн грн. зберігається до 1 січня 2021 року.

Значна роль у створенні довіри до банківської системи належить Національному банку України. Важливим кроком у цьому напрямку стало затвердження регулятором Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах, вимоги якого ґрунтуються на принципах Базельського комітету з банківського нагляду та враховують кращу міжнародну практику. Відповідну постанову Правління НБУ № 64 було прийнято 11 червня 2018 року. Положення вимагає від банків більш поглибленого підходу до побудови та функціонування системи управління ризиками, адекватного особливостям їх діяльності, характеру і обсягам банківських та інших фінансових послуг. Запровадження вимог Положення сприятиме підвищенню загальної довіри вкладників та кредиторів до банківської системи, що має вирішальне значення для її ефективного функціонування.

Останнім часом багато уваги приділяється організації корпоративного управління. «Корпоративне управління визначає спосіб розподілу повноважень і відповідальності між органами управління, а також способи прийняття ними рішень.»[2]

На нашу думку, достатність капіталу для кожного конкретного банку залежить від якості управління ризиками та організації корпоративного управління. Над розбудовою цих систем працюють сучасні банки.

Література:

1. Арабова Н., Грачова М. Корпоративне управління в банках у контексті

Базельських принципів Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. [Електрон.ресурс]. – Спосіб доступу: URL: http://www.uфин.com.ua/analit_mat/sdu/027.htm.

2. Методичні рекомендації щодо організації корпоративного управління в банках України, затверджені Рішенням Правління Національного банку України від 03.12.2018 № 814-рш «Про схвалення» [Електронний ресурс]:– URL: <https://old.bank.gov.ua/document/download?docId=83329177>.

3. Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах, затверджене Постановою Правління Національного банку України від 11.06.2016 № 64 [Електронний ресурс]: URL: <https://old.bank.gov.ua/document/download?docId=71600453>.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Чечуга О.С.,

кандидат технічних наук, доцент,

Каськів В.І.,

кандидат технічних наук, доцент,

Національний транспортний університет

Аналіз досліджень учених про підприємництво у XVIII – XIX ст. дозволяє зробити один з важливих висновків: у них закладені фундаментальні положення про підприємництво, підприємців, які не втратили актуальності і зараз. У той же час можна відзначити широкий спектр поглядів на досліджувані питання. У своїх роботах ці науковці дали науково-практичне визначення сутності та ролі підприємців в економічній діяльності. Уже на початку XIX ст. в їх роботах виділяються економічні, організаційні та психологічні ознаки підприємництва, які пізніше трансформуються у його основні функції. Тоді ж, у XIX ст., науковці-економісти вказували на інноваційний характер підприємництва. Ця точка зору широко використовується й надалі.

Підсумком підприємницької діяльності, є його економічна ефективність. Ефективність, як відомо, це відношення результату до витрат. Фінансовий стан та фінансові результати підприємства визначають її конкурентоспроможність, потенціал підприємства, дозволяють встановити, якою мірою гарантовані економічні інтереси все учасників ділових відносин [1].

Перш за все, оцінка ефективності підприємницької діяльності необхідна самому підприємцю. Вона йому потрібна для того щоб: 1) порівняти отриманий прибуток, з прибутком яку можна було б отримати при альтернативному (другом) використанні капіталу. 2) для вироблення правильних управлінських рішень щодо підвищення рентабельності виробництва, 3) для визначення

найбільш привабливих напрямків вкладення тимчасово вільних коштів і 4) дія контролю підприємницької діяльності.

Поряд з оцінкою підприємницької діяльності, з розвитком ринкових відносин зростає необхідність оцінки самих сільськогосподарських підприємств. При цьому, практика показує, що найчастіше ринкова вартість підприємства може суттєво відрізнятись від його балансової вартості. Оцінка майна та бізнесу необхідна підприємству при плануванні його розвитку, інвестування, реструктуризації, відновлення його платоспроможності і т.д. Така комплексна оцінка підприємства також потрібна при здійсненні наступних заходів[2]:

- купівлі-продажу бізнесу;
- продажу частки підприємства при виході з нього власників;
- заставне кредитування і оренда майна;
- страхування підприємства;
- техніко-економічне обґрунтування інвестиційного проєкту на підприємстві;
- оцінка акцій підприємства;
- оподаткування;
- реструктуризація підприємства;
- відновлення платоспроможності підприємств-банкротів;
- виконання права спадкування.

Оцінка підприємницької діяльності багато в чому залежить від цілей і завдань самого підприємства. При цьому необхідно виходити з такого:

По-перше, при оцінці ефективності підприємницької діяльності кінцевий результат повинен збігатися з метою підприємства, тобто досягненням результату, запланованого на початку підприємницького проєкту або підприємницької ідеї. По-друге, показники оцінки ефективності підприємництва повинні бути доступними в їх визначенні і використанні. По-третє, при оцінці ефективності підприємницької діяльності доцільно віддавати перевагу цілям характеризують стійкість підприємства. По-четверте, оцінка ефективності повинна бути взаємопов'язана з життєвим циклом підприємства.

По-п'яте, слід мати на увазі, що підприємницький успіх досягається за допомогою дій, що не завдають шкоди іншим. В іншому випадку це є невдача. По-шосте, підприємницький успіх пов'язується в першу чергу з ідеєю, бажанням самоствердження або прагненням змінити ситуацію. Гроші, капітал, прибуток - супроводжують підприємницький успіх, але в самій підприємницької діяльності не виступають в якості самоцілі.

Основні показники характеризують фінансовий стан і фінансові результати підприємств, їх стійкості на ринку, розраховують за даними документів фінансової звітності: баланс активів і пасивів (форма №1 річної та квартальної звітності), звіт про прибутки і збитки (форма №2) та ін. для оцінки реального фінансового стану і фінансових результатів підприємства необхідно всебічно

проаналізувати ці документи не менше ніж за 2-3 роки, в умовах нестійкої економіки аналіз необхідно проводити регулярно протягом року[3].

Література:

1. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва : навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
2. Яценко І.В., Каськів В.І., Чечуга О.С. Інвестиційний потенціал будівельної організації // Автомобільні дороги і дорожнє будівництво. 2018. Вип. 103.
3. Буров В.Ю. Основы предпринимательства : учебное пособие. – Чита: 2011. – 441 с.

ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ПРОДОЛЖЕНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УГОЛОВНО-ПРАВОВОМ И КРИМИНОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ

Лавицкая М.И.,

*доктор исторических наук, доцент,
профессор кафедры теории права и сравнительного правоведения,
Российский государственный гуманитарный университет,
г. Москва, РФ*

Выбрав в 1991 году новый социально-политический курс развития, постсоветские страны стали активно развивать транзитарную экономику с её последующим переходом к рыночной. Построение рыночной экономики требует не только изменения политической системы в сторону её демократизации, но и повышения уровня деловой активности населения путем изменения привычных советских паттернов поведения, а также появления самого мобильного сегмента общества – предпринимателей, что не исключает со стороны государства необходимости расширения возможностей для повышения уровня свободы экономической деятельности, который напрямую коррелирует с уровнем благосостояния и темпами роста национальной экономики при условии, что данные процессы происходят в правовом поле. На законодательном уровне реализация экономических прав субъектов настолько значима, что отнесена к конституционным правам, которым гарантирована особая охрана и защита со стороны государства.

Следовательно, одной из главных задач государства является обеспечение экономических и правовых гарантий этого процесса, создание для этого всех

необходимых условий. Осуществлять выполнение этой задачи органам власти следует применяя для этого, в том числе, и уголовно-правовые средства охраны и защиты прав субъектов предпринимательской деятельности.

Попытки усиления экономической активности, происходившие в 90-е годы XX века на фоне ослабления функций государства, включая правоохранительные функции, и утрата им монополии на насилие во многом привели к негативным последствиям, центральным из которых оказался невиданный разгул преступности с её трансформацией в процессе адаптации к изменившимся социальным реалиям. Видоизменения преступной деятельности, которая стала носить организованный и массовый характер, коснулись и экономической сферы, которая в 90-е годы представляла собой период первоначального накопления капитала со всеми вытекающими отсюда последствиями: «...произошло не просто тривиальное мультиплицирование криминальных деяний — к жизни был вызван целый массив селективно новых видов преступлений и методов их совершения» [4, с. 189]. Попытки «подморозить» ситуацию, вернуть государственную управляемость в сфере экономической политики вызвали к жизни другие негативные явления. Утратив те положительные моменты, которые все же возникли по результатам экономической активности девяностых годов, государство не смогло предоставить прочную и равную защиту всем формам собственности, которую гарантировало конституционно, легитимировать в сознании населения возникновение крупных состояний, сформировать и упрочить положительный имидж экономически активных субъектов. Напротив, эта общественная страта оказалась не только не защищенной от рейдерских захватов, но и, фактически, маргинализованной и подвергаемой криминальному прессингу. Протекающие неформализованные процессы таковы, что предпринимательская деятельность становится деятельностью рискованной и не в том смысле, в котором она таковой считалась всегда. Сегодня в постсоветской действительности быть предпринимателем – это подвергаться возможности утратить свое имущество, бизнес и личную свободу в процессе привлечения к уголовной ответственности по надуманным поводам, применения мер уголовной репрессии, избежать которых предприниматели пытаются, задействуя коррупционные механизмы, и, тем самым, дополнительно подвергая опасности правопорядок и ухудшая состояние законности в стране.

Особенностью преступлений в сфере экономической деятельности и, шире, в сфере экономики, является их теснейшая взаимосвязь с экономической политикой государства на том или ином этапе его развития. Естественное действие экономических законов (или противоестественное – как в советский период) опосредуется нормами позитивного права, в котором ключевые компоненты, являющиеся основой экономической активности, находят свое выражение и защиту (например, право собственности). В некоторых работах даже утверждается, что уголовные законы обеспечивают

проведение экономической политики. В этой связи логичным кажется наличие повышенной изменчивости этих уголовно-правовых норм, следующих за изменениями экономических реалий.

Отсутствие единой консолидированной позиции даже в вопросе дефинирования определений, в вопросе систематизации экономических преступлений, вопросы анализа последствий проведенной масштабной либерализации норм УК РФ в 2011-2012 гг. вызывают необходимость дальнейшего изучения уголовно-правовых и криминологических аспектов преступности в сфере экономической деятельности.

В российской юридической науке исследование теоретико-правовых основ экономических преступлений, как и преступлений в сфере экономической деятельности, осуществляли многие современные и дореволюционные криминологи. Криминологи предлагают своё видение совершенствования норм, составляющих главу 22 Уголовного кодекса РФ на страницах журналов и сборниках научных трудов. Тема преступлений в сфере экономической деятельности была предметом рассмотрения во многих диссертационных исследованиях (см. например [1-3]). Несмотря на ее фундаментальную проработку, ряд из таких работ являются во многом устаревшими ввиду того, что были написаны еще до масштабной либерализации экономических преступлений, предпринятой в 2011-2012 годах. Поэтому научное осмысление методов борьбы с экономической преступностью должно продолжаться, однако противодействие преступности в сфере экономической деятельности будет эффективным только тогда, когда, помимо совершенствования уголовно-правовых норм главы 22 УК РФ, будет реализовываться комплексная стратегия, включая общесоциальную превенцию, которая представляется нам самым важным элементом при проведении такой политики. Мы не склонны к излишней приверженности к юридическому позитивизму: общественные проблемы не могут быть решены, разгул экономической преступности и вред от нее не могут сокращены только путем корректировки уголовного закона, принятия его в новой редакции, нового правоприменения, подписания нового закона и т.п. Но нетерпимость к противоправному поведению на фоне повышения социально-экономического уровня жизни, изменения общественного правосознания может дать долговременный эффект в вопросе предупреждения преступности в сфере экономической деятельности и, шире, экономики в целом.

Литература:

1. Колесников В. В. Условия и причины криминализации экономических отношений на этапе рыночных реформ (политико-экономические исследования): автореф. дисс. ...докт. экон. наук. – СПб., 2005. – 37 с.
2. Лопашенко Н. А. Преступления в сфере экономической деятельности: дисс. .докт. юрид. наук. – Саратов, 1997. – 427 с.

3. Пинкевич Т. В. Криминологические и уголовно-правовые основы борьбы с экономической преступностью: дисс. ...докт. юрид. наук. – М., 2002. – 414 с.

4. Преступность среди социальных подсистем. Новая концепция и отрасли криминологии / Под ред. Д. А. Шестакова. – СПб., 2003. – 353 с.

ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ЗЕМЕЛЬ В ДОНЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Удовиченко С.М.,

*кандидат економічних наук, старший науковий співробітник,
Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція
Національної академії аграрних наук України*

Агропромислове виробництво є однією з основних галузей, яка чинить значний вплив на земельні ресурси. Донецька область має високий рівень освоєння та розораності території, тому ефективність використання земель сільськогосподарського призначення є важливим фактором розвитку сільського господарства регіону.

Згідно статистичної інформації загальна площа земель в Україні становить 60,4 млн.га. З них 42,7 млн.га (70,8%) – землі сільськогосподарського призначення, з яких щорічно обробляється понад 32 млн.га. У Донецькій області площа земель сільськогосподарського призначення складає 2044 тис. га, що становить 79,0% у структурі земельного фонду області.

З метою запобігання виснаження орних земель та підвищення ефективності їх використання при вирощуванні сільськогосподарських культур планово проводяться такі агротехнологічні заходи як унесення в ґрунт органічних і мінеральних добрив, обробка посівів засобами захисту рослин, вапнування і гіпсування ґрунтів, застосування біологічних засобів захисту рослин.

З роками спостерігається позитивна тенденція використання добрив, що обумовлено зниженням родючості ґрунтів та збільшенням потреби рослин у поживних речовинах для їх зросту і розвитку. Необхідність застосування добрив з'ясовується агровиробниками у кожному окремому випадку.

Аналіз застосування пестицидів (в активній речовині) під урожай сільськогосподарських культур 2018 року показав, що в Донецькій області було внесено пестицидів на площі 87,4%, обсяг їх унесення у розрахунок на 1 га уточненої посівної площі склав 0,980 кг. По Україні цей показник дорівнює 1,421 кг/га.

Застосування біологічних засобів захисту рослин на території країни [1] відбулось на площі 153,9 тис.га, тоді як в Донецькій області – на площі 2,8 тис.га, що склало 0,14% земель сільськогосподарського призначення. Для

порівняння: у Черкаській області біологічними засобами було оброблено 72,9 тис. га, що склало більше 5% сільгоспугідь, в Харківській – 0,24 тис.га (0,0099%), в Херсонській області – 20,1 тис.га (1%), в Тернопільській – 0,28 тис.га (0,03%).

Перехід агровиробників до повної відмови від мінеральних добрив та хімічних препаратів на користь біологічних методів живлення та захисту рослин — процес поступовий і дуже повільний. Під виробництвом органічної продукції перебуває лише 0,05% українських земель.

Впровадження агротехнологічних заходів має великий вплив на ефективність використання земель. Дослідження показали, що збільшення обсягів внесення добрив та засобів захисту рослин в Донецькій області не веде за собою підвищення врожайності сільськогосподарських культур. Причиною такої ситуації можуть бути як неякісні добрива, так і порушення технологічних процесів вирощування. Так, врожайність зернових та зернобобових культур знизилась з 3,3 т/га у 2016 році до 2,4 т/га у 2018 році, соняшнику – з 1,9 т/га до 1,7 т/га, сої – з 0,6 т/га до 0,5 т/га, ріпаку та кользи – з 2,7 т/га до 1,7 т/га, картоплі – з 11,5 т/га до 9,7 т/га тощо [2].

Важливим інструментом, що дозволить підвищити результативність та ефективність прийнятих управлінських рішень стосовно виробництва сільськогосподарських культур та визначити комплекс заходів по збереженню та підвищенню родючості ґрунтів, є створення єдиної бази даних по полях та історії їх обробки.

Аналіз рівня використання земель в Донецькій області за продукцією сільського господарства в господарствах усіх категорій показав, що ефективність виробництва знижується. Якщо виробництво продукції у 2017 році зросло на 168 млн. грн. у порівнянні з попереднім роком, то у 2018 році зменшилось на 725 млн.грн.

Економічна ефективність використання земель за рівнем рентабельності виробництва основних видів продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Донецького регіону також знаходиться на низькому рівні [3]. За роками в області не спостерігається тенденції до підвищення рентабельності виробництва, навіть присутні від’ємні значення, тоді як вцілому в Україні рівень рентабельності позитивний і коливається від 0,6% по картоплі до 127,5% по плодовим та ягідним культурам.

Комплексним показником оцінки ефективності використання земель у сільському господарстві є її вартість. Станом на 01.01.2018 року нормативна грошова оцінка ріллі та перелогів в Україні складає 30937,9 грн/га, багаторічних насаджень – 53861,4 грн/га, природних сіножатей - 7239,3 грн/га та природних пасовищ – 5667,2 грн/га; в Донецькій області нормативна грошова оцінка складає відповідно 34854,7 грн/га, 69852,2 грн/га, 5762,4 грн/га та 5698,6 грн/га. Найбільша нормативна грошова оцінка землі в Черкаській області – 39810,8 грн/га, найменша – 20581,0 грн/га – в Житомирській області.

Середній розмір річної орендної плати за земельні ділянки сільськогосподарського призначення державної власності, переданих в оренду на земельних торгах, в Україні склав 3431,5 грн/га, тоді як в Донецькій області – 1637,8 грн/га [4]. Найвища орендна плата в Хмельницькій та Вінницькій областях – 7780,8 та 7136,9 грн/га відповідно; найнижча в Херсонській та Волинській областях – 1402,3 та 1441,8 грн/га відповідно. Низький розмір річної орендної плати в Донецькій області вказує на слабку ефективність використання землі.

Окрім розглянутих факторів, що впливають на ефективність використання сільськогосподарських угідь, є державна політика з питань землевпорядкування та землекористування, яка шляхом нормативно-правового забезпечення чинить економічний вплив на розвиток земельних відносин.

Література:

1. Використання добрив і пестицидів під урожай сільськогосподарських культур 2018 року. Київ: Державна служба статистики України. 2018. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.11.2019).
2. Сільське господарство України. Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України. 2019. 225 с.
3. Регіони України. Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України. 2018. Ч.ІІ. 682 с.
4. Середня орендна плата за користування землею сільськогосподарського призначення в Україні у 2018 році. Київ. 2018. URL: <https://land.gov.ua> (дата звернення: 08.11.2019).

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ЗАПОБІГАННЯ ТА БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Хитько М.М.,

*кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри публічного управління та права,*

Постол М.Ю.,

*магістрант кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»*

На сьогодні все ще найбільш складними залишаються питання, пов'язані з розробленням, удосконаленням та втіленням інструментів реалізації

механізму протидії корупції. Аналіз діяльності місцевої влади дає можливість стверджувати, що корупцію на місцевому рівні контролювати і відстежувати легко. Тому децентралізація влади несе у собі позитивний момент на шляху до подолання хабарництва. Децентралізація інтерпретується як можливість громад мати повноваження і розпоряджатися ресурсами на їх реалізацію. Раніше повноваження і ресурси були сконцентровані в центрі і розподілялися по виконавчій вертикалі, що робило громади залежними і створювало складнощі для розвитку реального самоврядування. Тепер же основна частина зароблених коштів залишається в громаді, і її члени самі приймають рішення, на що ці гроші витратити. Поступово трансформуються відносини між центром та об'єднаними громадами від підпорядкування до партнерства. Відносини набувають більш прагматичного характеру.

В результаті децентралізації спостерігається поживлення економічної активності на місцевому рівні, створення у сфері обслуговування робочих місць, раніше непритаманних сільській місцевості. Деяко парадоксальним є розуміння, що децентралізація влади децентралізує корупцію. Тобто з корупцією на місцях набагато легше боротися, адже злочинні зв'язки зверху ламаються. Хабарництво знищується коли встановлювати контроль громадськості. Всі країни, які проходили децентралізацію, фіксували злам корупції. Лише антикорупційні органи не подолують хабарництво в Україні, бо з цим явищем треба боротися, опираючись на його основу, а саме знов створені територіальні громади. Просто антикорупційних органів замало. Треба боротися з основою самого явища. І в цьому процес децентралізації є переможним і демонструє успіхи.

Першочерговими кроками на шляху подолання корупції в державі вже здійснено. Зокрема це: політична воля керівництва країни щодо вирішення питань протидії корупції у вищих ешелонах влади; закріплення повноважень на горизонтальних рівнях таким чином, щоб вони не дублювали одне одного; запровадження курсу навчання з державно-правових питань у вищих навчальних закладах з метою подолання необізнаності населення у цій сфері; залучення громадян до роботи у громадських радах, розроблення проєктів управлінських рішень, громадської експертизи, фінансового контролю діяльності органів влади[8].

Сьогодні у світі розробляється безліч стратегій для протидії корупції та усунення причин її виникнення (залежно від національної, регіональної, територіальної чи відомчої локалізації; політичних, соціальних, економічних, законодавчих, організаційних і правових традицій державного управління), їхнє смислове наповнення має бути інтегровано до національних антикорупційних програм, адже процес їхнього розроблення має спиратися на досвід інших суб'єктів міжнародних відносин. Аналіз даних, що характеризують процеси боротьби з корупцією за кордоном, доводить наявність ефективно функціонуючих механізмів, котрі обмежують корупційні ризики до рівня,

на якому вони не становлять серйозної загрози для нормальної діяльності державного апарату. В сучасних демократичних суспільствах навіть створено певну систему заходів боротьби з корупцією, яка ґрунтується на визнанні права громадян на чітке виконання державою своїх обов'язків.

Найпублічнішим, послідовним і рішучим вважається американський варіант політики боротьби з корупцією, визначальною характеристикою якої вважається фактична відсутність імунітетів, які давали б можливість посадовим особам уникати покарання за корупційну поведінку.[7]

У інших державах світу також спостерігається тенденція на основі застосування комп'ютерних технологій вирішити проблеми непотизму і трайбалізму, здебільшого притаманні східним та азійським країнам. Так, у Кореї і Сінгапурі інтернет дедалі активніше використовують у процесі рекрутингової діяльності[9]. Досвід цих країн можна використати і в Україні. Але поки що це проблематично, оскільки в Україні майже не врегульовано питання застосування права публічних органів і окремих службовців на запит та одержання конфіденційної інформації від фізичних (і, особливо, юридичних) осіб, у більшості випадків така діяльність дає широкі можливості для зловживань, тобто є формою і передумовою корупції[10].

Дослідження в галузі запобігання корупції показують, що: всі країни з високим рівнем корумпованості суспільств належать до категорії держав із низьким доходом; у більшості країн світу найкорумпованішими відомствами вважаються державні установи, що займаються процесами ліцензування, видачею будь-яких квот, бюджетними трансфертами, митними питаннями, регулюванням діяльності дорожньої поліції; законодавство держави повинно передбачати не тільки традиційні санкції, котрі можна застосувати до осіб, винних у корупційних злочинах (штраф, позбавлення волі), а й заборону на продовження державної служби, ліквідацію пенсійних виплат, позбавлення соціальних пільг; результативність боротьби з корупцією залежить від рівня підзвітності виконавчої влади виборним органам та суспільству.

Сьогодні в умовах децентралізації найкраще підзвітність спостерігається в знов створених територіальних громадах і є реальний шанс зробити серйозний крок в справі подолання явищ корупції в органах публічної влади.

З огляду на все вищесказане можна зробити висновок, що для України особливе значення має практика країн, котрі, реалізувавши антикорупційні програми, досягли необхідних позитивних результатів, що дали їм змогу закласти основи позитивного суспільно-політичного розвитку. Орієнтуватися необхідно на положення ключових міжнародно-правових документів, що визначають основні заходи, спрямовані на боротьбу з корупцією, зокрема: Резолюції VIII Конгресу ООН із запобігання злочинності й поведіння із правопорушниками; Декларації ООН про боротьбу з корупцією і хабарництвом у міжнародних комерційних операціях; Кримінальної конвенції Ради Європи про боротьбу з корупцією; Конвенції ООН проти корупції[2]. Для успішного

подолання негативних явищ пов'язаних з корупцією в нашому суспільстві необхідне проведення аналізу національного законодавства на предмет його відповідності заходам протидії усім видам корупції, а також застосуванню необхідних санкцій; створення ефективних каналів для подачі громадянами скарг; установлення процедур виявлення, розслідування та припинення дій корумпованих чиновників, включаючи найвищих посадових осіб тощо. Ці напрямки удосконалення механізмів запобігання та боротьби з корупцією дадуть змогу не допустити її проявів на місцевому рівні в умовах здійснення процесів децентралізації.

Література:

1. Конституція України, від 28.06.1996 № 254к/96-ВР
2. ЗУ “Про запобігання корупції” Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 49, ст.2056
3. ЗУ “Про Національне антикорупційне бюро України” Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 47, ст.2051
4. ЗУ Про засади державної антикорупційної політики в Україні (Антикорупційна стратегія) на 2017-2020 роки Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 46, ст.2047
5. Резолюція Комітету міністрів Ради Європи «Про двадцять принципів боротьби з корупцією» від 6 листопада 1997 р. № (97) 24.
6. Кримінальна конвенція про боротьбу з корупцією (ETS 173) від 27 січня 1999 року. // Офіц. вісник України, 2006 р. - № 44. – с. 41. – ст. 2939.
7. Денисов С.А. Опыт Соединенных Штатов Америки в борьбе с коррупцией / С.А. Денисов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chinovnik.uara.ru/modern/article.php?id=509>].
8. Невмержицький, Є.В. Корупція в Україні: причини, наслідки, механізми протидії: монографія / Є.В. Невмержицький. – К.: КНТ, 2008. – 368 с.
9. Сенаторов А. Как избавиться от коррупции? / А. Сенаторов // Япония сегодня. – 2001. – № 7. – С. 9.
10. Чемерис І.В. Стратегічні пріоритети / І.В. Чемерис // Суспільно-політичні процеси. – 2009. – № 3 (12). 19. Чубенко І. Зарубіжний досвід боротьби з корупцією в органах виконавчої влади / І. Чубенко // Вісник державної служби України. – 2003. – № 1.

ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ГЕОМЕТРИЧНИХ ФІГУР ПРИ СТВОРЕННІ ОРНАМЕНТІВ

Шаповалова Н.В.,

*фізико-математичний факультет,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри вищої математики,*

Бублик А.С.,

*магістрант 2-го року навчання,
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

Створення орнаментів корисне не лише для учнів навчальних закладів середньої освіти, а і для студентів навчальних закладів вищої освіти, оскільки ця тема тісно пов'язана з темою «Многокутники», геометричними перетвореннями, періодичними функціями і відображеннями, та деякими іншими розділами сучасної математики, і має широкий спектр прикладних застосувань.

Геометричний орнамент формує лінійні, просторові композиційні системи. Саме геометричний орнамент дає можливість досягнути суть математичного, раціонального «пояснення» навколишнього світу. Створюючи різноманітні композиції, що складаються з центричних, квадратних, трикутних сегментів, художник спирався на вихідні положення побудови геометричного орнаменту – математичний розрахунок. У центр ставилося число, яке в орнаментальній композиції кратно повторювалося або виражало пропорційне співвідношення компонентів [7, с. 219].

При створенні геометричного орнаменту використовують геометричні фігури у характерній послідовності та впорядкованості таким чином, щоб вони утворювали неперервний ритмічний ряд однакових сегментів. В орнаменті застосовується ритмічний повтор (лінійний і центричний), дзеркальна симетрія (дзеркальна симетрія і / або поворот), накладання декількох елементів (створення сітки) геометричних фігур, сполучень та закономірних кривих. Основою для побудови орнаменту є геометричні побудови, а тематика може бути різною, як технічною, так і рослинною [2, с. 84].

При побудові орнаментальних композицій на паркетних виробках застосовують три різновиди орнаментів, які були описані в роботах [5, с. 250] та [6, с. 220].

Схеми орнаментів розробляються на основі ряду принципів побудови, які були розглянуті в книзі [8, с. 26], а їх застосування в роботі [3, с. 168].

Створювати орнаменти можна за допомогою таких програм як Corel Painter, Live brush, ArtRage, Twisted Brush, Pro Studio та інші [1].

Однак більшість даних продуктів є платними та орієнтованими на те, що користувачі будуть займатися цим професійно.

Але існує багато онлайн сервісів для створення орнаментів. Прикладами даних сервісів можуть слугувати такі: Silk, Myoats, DeviantArt Muro, Ornament UA та інші. Дуже простим в користуванні та найбільш вдалим сервісом для створення унікальних орнаментів є Ornament UA (<http://ornament.name/>), інтерфейс якого написаний українською мовою. Користувачеві доступні вибір елементів (абетка, паски, цифри, декор), зміна кольору, форматування вибраних елементів (відобразити по вертикалі/горизонталі, поворот, дублювати об'єкт). В широкому доступі онлайн галерея вже раніше створених іншими користувачами орнаментів. Реєстрація в даному сервісі є необов'язковою. Слід відмітити, що створені орнаменти можна одразу завантажити у вигляді зображення на персональний комп'ютер користувача [4, с. 75].

Необхідність продовження подальших досліджень при створенні орнаментів обумовлена широкими можливостями застосувань не лише в геометрії, але й в мистецтві, живописі, дизайнерській справі, архітектурі, легкій промисловості, ювелірному виробництві.

Пошук і класифікація нових мозаїчних многокутників є однією з актуальних задач у сучасній комбінаторній геометрії і триває в даний час.

Література:

1. Павлова О. Програми для малювання на комп'ютері. [Електронний ресурс] // Сайт для початкових користувачів ПК. – Режим доступу: <http://www.rcbee.ru/soft/programmy-dlya-risovaniya-na-komputer.html>

2. Шаповалова Н. В., Панченко Л. Л. Орнаменти на площині: їх види, властивості і застосування [Електронний ресурс] // Математика в сучасному технічному університеті. – 2015. – Номер 1 (1). – С. 80-92. – Режим доступу: http://mmtu.in.ua/issues/1/MMTU_Iss1_10.pdf

3. Шаповалова Н. В., Слободенюк І. І. Геометрія в мистецтві створення орнаментів // Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. «Математика в сучасному технічному університеті», Київ, 28—29 грудня, 2017 р. — Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – С. 164-169. – Режим доступу: <http://matan.kpi.ua/public/files/2017/mvstu6/MSTU6.pdf>

4. Іванків І. І., Шаповалова Н. В. Використання програмного забезпечення для створення геометричних орнаментів // Інформаційні технології – 2018: зб. тез V Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців, 17 трав. 2018 р., м. Київ / Київ. ун-т імені Б. Грінченка. – К. : Київ. ун-т імені Б. Грінченка, 2018. – С. 74-75. – Режим доступу: http://fitu.kubg.edu.ua/images/stories/Departments/kitmd/Internet_conf_17.05.18/Zbirnyk%20materialiv%20konferentsii_%20IT%20-%202018.pdf

5. Шаповалова Н. В., Панченко Л. Л., Башук О. Ю. Вивчення та створення паркетів, мозаїк і замощень площини для формуванні професійних компетентностей студентів закладів вищої освіти // Наукові записки: [збірник

наукових статей] / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – Випуск СХХХХІ (141). – (Серія педагогічні науки). – С. 247-256. – Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/24909/2/Zmist.pdf>

6. Шаповалова Н. В., Бублик А. С. Геометричні перетворення фігур на площині та їх використання при створенні орнаментів // Інноваційні пріоритети у розвитку науки, ХХVІІ Міжнародна науково-практична інтернет-конференція. – м. Вінниця, 18 лютого 2019 року. – Ч.4. – С. 92-96. – Режим доступу: <http://el-conf.com.ua/wp-content/uploads/2019/02/4-%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%90.pdf>

7. Шаповалова Н. В., Бублик А. С., Рижик О. П. Використання властивостей геометричних перетворень при створенні орнаментів та мозаїк // Наукові розробки, передові технології, інновації [матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції]. — Nemoros s.r.o., - Prague, - 2019. – С. 219-222.

8. Morant, H. de. (1970) Histoire des arts décoratifs : des origines à nos jours, Chêne, Paris.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ГРАФІВ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ КЕРІВНИКІВ. ОПТИМІЗАЦІЯ ПРЯЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Шаповалова Н.В.,

*фізико-математичний факультет,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри вищої математики,*

Мороз В.П.,

студентка 4 курсу,

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Високі темпи інформатизації різних видів діяльності нині призвели до того, що виникла необхідність комп'ютерного моделювання та проектування складних систем, вивчення їх властивостей і управління ними в умовах дефіциту часу, обмеженості ресурсів, неповноти інформації. Однак для дослідження характеристик будь-якої системи математичними методами повинна бути обов'язково виконана формалізація, тобто, побудована математична модель.

Дослідження за допомогою математичних моделей найчастіше є єдином можливим способом вивчення складних систем і вирішення найважливіших практичних завдань управління [3].

Графи виявилися хорошою математичною моделлю широкого класу об'єктів і процесів. Теорія графів застосовується в таких областях, як фізика,

хімія, теорія зв'язку, проектування ЕОМ, електроніка, машинобудування, архітектура, дослідження операцій, генетика, психологія, соціологія, економіка, антропологія і лінгвістика. Особливо можна виділити науку про прийняття управлінських рішень. При цьому зазвичай на графі вирішуються завдання про досяжності, завдання мережевого планування, поточкові завдання.

Якщо розробити концептуальні засади графового моделювання структур вирішення задач оптимізації прийняття рішень в управлінні, то це дасть можливість компактно скласти модель за допомогою математичних методів, дозволить підвищити якість і результативність рішення.

Теорія графів - відносно молода галузь математики (перша робота Леонарда Ейлера про Кенігсберзькі мости, з якої почався розвиток теорії графів, була опублікована в 1736 році, а сам термін граф з'явився лише через 200 років: його вперше використав в 1936 році угорський математик Денеш Кеніг). В даний час вона інтенсивно розвивається, це пояснюється тим, що у вигляді графових моделей описується багато об'єктів і ситуацій: комунікаційні мережі, схеми електричних і електронних приладів, хімічних молекул, відношення між людьми і багато іншого.

Початкові відомості про графи як геометричні схеми, що складаються з точок (вершин) і ліній, що їх з'єднують (ребер), досить прості, а робота з ними викликає великий інтерес.

Сучасна теорія графів знаходить ряд цікавих і важливих застосувань в інших розділах математики, фізики, в теорії рідких кристалів, в молекулярній біології, кібернетиці, обчислювальній техніці та ін. Наприклад:

1. Моделювання організаційних структур (вершинами є різні об'єкти організаційних структур, а ребрами - інформаційні управлінські та технологічні зв'язки між ними).

2. Моделі, що відображають структуру і поведінку соціальних груп (вершини - члени суспільства, ребра - відношення між ними).

3. Моделі обмінних схем (вершини - учасники обмінної схеми, ребра - потоки фінансових або матеріальних ресурсів).

4. Транспортні завдання (вершини - пункти розміщення, ребра - транспортні або інформаційні потоки).

5. Завдання мережевого планування. Ці завдання пов'язані з плануванням складних проектів, які потребують виконання великої кількості взаємопов'язаних операцій. Такі завдання полягають у визначенні оптимальної послідовності виконання операцій і розподілу ресурсів між ними [1].

Розглянемо кілька типових задач прийняття рішень, пов'язаних з оптимізацією на графах.

- 1) **Завдання комівояжера.** Потрібно відвідати всі вершини графа і повернутися у вихідну вершину, мінімізувавши витрати на проїзд (або мінімізувавши час).

- 2) **Задача про найкоротший шлях.** Як найкоротшим шляхом потрапити

з однієї вершини графа в іншу? У термінах виробничого менеджменту: як найкоротшим шляхом (і, отже, з найменшою витратою палива і часу, найбільш дешево) потрапити з пункту А в пункт Б?

3) **Завдання про максимальний потік.** Як (тобто за якими маршрутами) послати максимально можливу кількість вантажів з початкового пункту в кінцевий пункт, якщо пропускна здатність шляхів між пунктами обмежена?

4) **Завдання лінійного програмування при максимізації потоку [2].** Завдання такого роду, як правило, зручно формулювати і вирішувати, користуючись малюнком, що складається з точок (вершин) і відрізків (ребер або дуг), що з'єднують між ними будь-які пари вершин і що означають, що між ними існує певний зв'язок. У загальному вигляді структури такого типу об'єднуються назвою графи, а розділ математики, що їх вивчає, носить назву теорії графів. В рамках цієї теорії добре моделюються на математичній мові завдання, пов'язані з побудовою схем, плануванням, ідентифікацією в органічній хімії, вивченням функціонування «малих груп» в соціології та соціальної психології та ін.

Теорія графів та пов'язані з нею методи дослідження використовуються на різних рівнях у всій сучасній математиці. особливо широке застосування методи теорії графів знаходять в таких областях прикладної математики, як програмування, теорія кінцевих автоматів, у вирішенні ймовірнісних і комбінаторних задач. Таким чином, можна зробити висновок, що графи використовуються як математичні моделі в багатьох наукових і прикладних задачах. Широке застосування графів пояснюється наочністю побудованої моделі - зазвичай людина легко запам'ятовує і розрізняє особливості графічних образів.

Література:

1. Бартіш М.Я., Дудзяний І.М. Дослідження операцій. Частина 2. Алгоритми оптимізації на графах: навчальний посібник. - Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. - 120 с.
2. Орлов А.И. Методы принятия управленческих решений: учебник - М.: КНОРУС, 2018. - 286 с.
3. Липатов Е. П. Теория графов и ее применение. - М.: Знание, 1986. -32 с.

ЗАСТОСУВАННЯ СИМЕТРІЇ В КОМП'ЮТЕРНІЙ ГРАФІЦІ

Шановалова Н.В.,

кандидат фізико-математичних наук, доцент,

Панченко Л.Л.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

Павлюк К.О.,

магістрант 2-го року навчання,

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Проаналізувавши застосування різних проявів симетрії в комп'ютерній графіці, виявлено відсутність візуалізації саме прояву симетрії як руху, певного перетворення площини, який можемо задавати самостійно, різними елементами фігур та їх положенням, а саме: як самостійно можемо зображати елемент фігури, орнаменту, так, щоб застосовувалась дзеркальна (центральна або осьова), поворотна симетрії, поєднавши це з постійною зміною координат точок. Наприклад, в постійному русі зображувати певні точки, лінії, які будуть відображатися одночасно відносно прямої (горизонтально і вертикально), або відносно центра з певним кутом повороту, розбиваючи площину на n частин. Також цікавим також є візуалізація перетворення подібності, назовемо це «принципом пантографа», бо саме за допомогою пантографа виготовляють копії креслень зі зміною масштабу.

Скористаємося онлайн компілятором `p5js` та покажемо, що це цілком можливо, знаючи певні математичні формули та синтаксис `Java Skript`.

Перше, що вдалося візуалізувати – це принцип роботи пантографа, і продемонструвати перетворення подібності, як одного з перетворень симетрії.

Скористаємось означенням та формулами перетворення подібності: перетворення площини, при якому відстань між точками змінюється в одне й те саме число $k > 0$ разів, називається перетворенням подібності, або просто подібністю. Отже, якщо точки A і B переходять у точки A' і B' при подібному перетворенні, то $A'B' = k \cdot AB$. Число $k > 0$ називається коефіцієнтом подібності, воно одне й те саме для всіх пар відповідних точок площини в даному перетворенні. У нашому випадку будь-яка точка $A(x;y)$ переходить у $A'(x';y')$,

так що
$$\begin{cases} x' = kx \\ y' = ky \end{cases}$$
 [1, с. 254].

Розглянемо візуалізацію дзеркальної симетрії, а саме осьової та центральної симетрії. Скористаємося формулами, при яких кожна точка $A(x,y)$ площини перетворюється в точку $A'(x',y')$ таку, що $x'=x$, $y'=-y$ (симетрія відносно осі абсцис). Аналогічно симетрія відносно осі ординат, виражається формулами: $x'=-x$, $y'=y$. Якщо центр симетрії збігатиметься з початком координат, то координати симетричних точок $A(x,y)$ і $A'(x',y')$

визначатимуться такими рівностями: $x' = -x$, $y' = -y$. Останні переконують, що для найпростішого аналітичного зображення центральної симетрії зручно за початок системи координат брати центр симетрії [1, с.30]. Утворимо композицію симетрії відносно центру (початку координат), осі абсцис і осі ординат та запрограмуємо це.

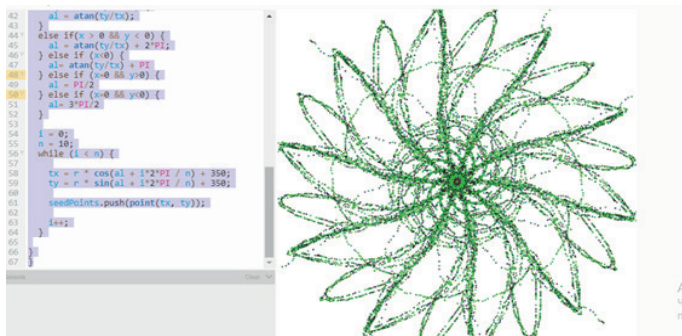


Наступний рисунок виконано за таким алгоритмом: поставлена точка, відрізок, відображається одночасно симетрично осі абсцис, ординат і центру координат. Тобто, площа розбивається на 4 частини, ми зображаємо в одній з частин, і у всіх інших зображення створюється автоматично.

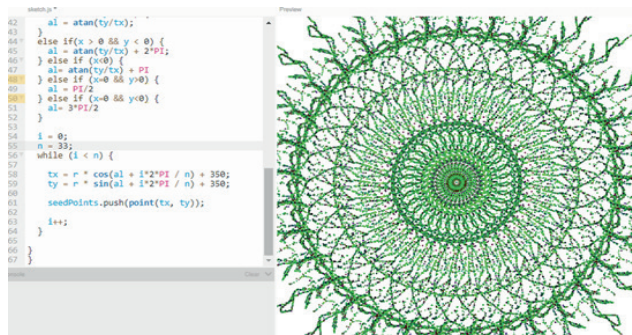


Також, використовуючи формули перетворення від декартової системи координат до полярної системи та комбінуючи з формулами центральної симетрії, можемо шляхом розбиття площини на n частин, утворювати різноманітні візерунки та орнаменти. Задаємо центр системи координат, програмуємо формули переходу та відображення.

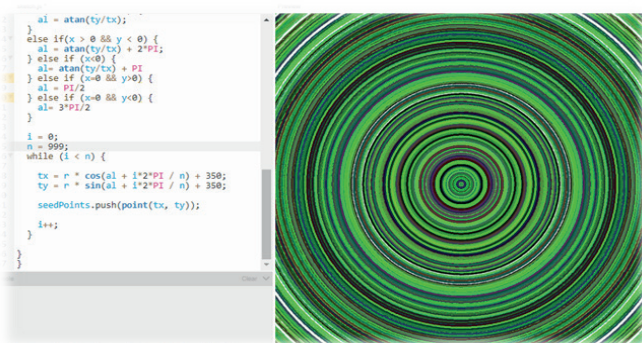
При умові, що $n=10$, маємо:



При умові, $n=33$, маємо:



Поступово збільшуючи n , отримуємо різні візуалізації зображень:



Симетрія – захоплююча тема у багатьох різних галузях, включаючи науку, техніку та мистецтво. Виявлення симетрії, як чисте інтелектуальне прагнення

до програмного сприйняття, або як практичний інструмент для стиснення даних використовується в комп'ютерних програмах і комп'ютерній графіці. Численні біологічні, фізичні або штучні структури містять симетрію як фундаментальний принцип конструкції або в якості одного з найважливіших аспектів їх функціонування. Симетрія також відіграє важливу роль в зоровому сприйнятті і естетиці людини. Велика частина розуміння оточуючого нас світу побудована на основі сприйняття і розпізнаванні повторюваних структур. З огляду на різноманітність ідей, отриманих від концепції симетрії, сподіваємося, що вона зробить значний вплив на обчислювальні технології, зокрема комп'ютерну графіку [2, с. 68].

Література:

1. Геометричні перетворення площини: Навчальний посібник / В. Н. Боровик, І. В. Зайченко, М. М. Мурач, В. П. Яковець. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2003. – 504 с.
2. Горулько К.О. Симетрія в комп'ютерній графіці // Студентські фізико-математичні етюди. – Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова. – 2018. – № 17, том 2. – С. 68-72. – Режим доступу: https://www.fmf.npu.edu.ua/images/%D0%A1%D0%A4%D0%9C%D0%95_2018_21.pdf

СТВОРЕННЯ ГЕОМЕТРИЧНИХ МОЗАІК ЗА ДОПОМОГОЮ КОМП'ЮТЕРНОЇ ПРОГРАМИ GRAN 2D

Шаповалова Н.В.,

*фізико-математичний факультет,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри вищої математики,*

Рижик О.П.,

*магістрант 2-го року навчання,
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова*

Метод геометричних перетворень є досить продуктивним методом розв'язування геометричних задач [5]. Математична теорія симетрії, симетрія у живій та неживій природі, мистецтві, архітектурі, інженерії отримали спільне підґрунтя у геометричних перетвореннях.

Між тим, при навчанні даної теми вчитель зустрічається з певними труднощами у своїй педагогічній практиці. Це можна пояснити навіть не стільки браком часу, що відводиться на розгляд даної теми, скільки обмеженістю відповідної наочності, що і викликає труднощі у сприйманні

матеріалу. Не завжди вчитель має змогу підготувати достатню кількість моделей, що ілюструють відповідний теоретичний або задачний матеріал, тим більше, що як правило такі моделі не відрізняються суттєвою різноманітністю.

Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є використання на уроках математики комп'ютера з відповідним програмним забезпеченням. Даний напрямок застосування комп'ютерного моделювання в геометрії широко відомий в нашій країні та за кордоном: достатньо відмітити такі широко відомі програмні продукти як Cabri, Cinderella, DG, GRAN-2D [3, 4]. Однак, необхідно відмітити, що наявність відповідного програмного продукту не призводить автоматично до зростання рівня навченості учнів або їх зацікавленості у вивченні предмету. Необхідне врахування й інших чинників: зокрема, відповідність розглядуваного програмного продукту шкільному курсу математики, наявність в цьому програмному продукті зручних інструментів, використання яких дозволяє на якісно новому рівні підходити до вивчення матеріалу, а також наявність методичного забезпечення, орієнтованого на навчання з використання такого продукту.

Як вже згадувалось вище, серед значної кількості різноманітних геометричних перетворень, в шкільному курсі математики розглядають лише симетрію (відносно точки та прямої), поворот, паралельне перенесення та гомотетію. Всі ці перетворення геометричних об'єктів можна робити і за допомогою програми GRAN-2D [3, 4] (крім того, в програмі доступні такі геометричні перетворення, як інверсія та деформація, які не розглядаються в шкільному курсі геометрії).

Основні відомості про паркети та мозаїки можна знайти в наших публікаціях [6, 7] та інших.

Алгоритм побудови мозаїки у Gran 2d

1. Будуємо многокутник, ламану або будь-яку іншу фігуру, але вона обов'язково має бути замкненою.

2. Виконуємо різні геометричні перетворення.

3. Замощуємо всю площину мозаїкою.

Приклад побудови

Приклад 1. Побудуйте мозаїку з правильного шестикутника за допомогою центральної та осьової симетрії.

Побудова:

1) На площині беремо 2 довільні точки. => Через ці точки будуємо коло. => у дане коло вписуємо шестикутник (рис. 1).

2) Одну із сторін шестикутника ділимо навпіл. => через цю точку відображаємо, за допомогою центральної симетрії, сторону фігури. Маємо (рис. 2)

3) Знаходимо центр шестикутника. Аналогічно до попереднього кроку, таким же способом відображаємо пряму, але відносно центра шестикутника. Маємо (рис. 3):

4) Повторимо кроки 2)-3) по 2 рази. Отримаємо правильну мозаїку з семи елементів (рис. 4).

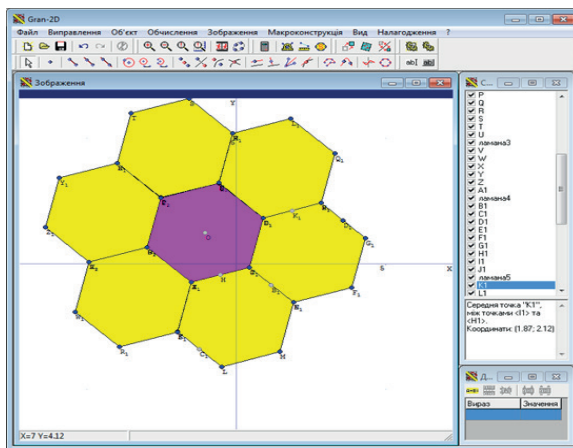


Рис. 4.

Таких повторень кроків 2) і 3) буде стільки, скільки потрібно, щоб замостити площину.

Література:

1. Бевз Г. П. Геометрія паркетів. Київ: Вежа, 2007. 88 с.
2. Бурда М.І., Савченко Л.М. Геометрія: Навч. посібник для 8-9 кл. шк. з поглиб. вивченням математики. К.: Освіта, 1996. 240 с.
3. Жалдак М. И. Горощко Ю. В., Винниченко Є. Ф. Математика з комп'ютером: Посібник для вчителів. К.: РУНЦ „ДІНІТ”, 2004. 254 с.
4. Жалдак М. І. Програмний засіб GRAN-2D – Режим доступу: <https://www.zhaldak.npu.edu.ua/prohramnyi-zasib-gran>
5. Ленчук І. Г. Природа перетворень фігур на площині / Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми теорії і методики навчання математики: до 70-річчя кафедри математики і теорії та методики навчання математики НПУ імені М. П. Драгоманова», 11–13 травня 2017 р. – Режим доступу: <https://www.fmi.npu.edu.ua/ua/nauka-na-fakulteti/materialy-konferentsii/969-mizhnarodna-konferentsiia-tezy-dopovidei>
6. Шаповалова Н. В., Панченко Л. Л., Башук О. Ю. Вивчення та створення паркетів, мозаїк і замощень площини для формуванні професійних компетентностей студентів закладів вищої освіти // Наукові записки: [збірник наукових статей] / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. – Випуск

CXXXXI (141). – (Серія педагогічні науки).– С. 247-256. – Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/24909/2/Zmist.pdf>

7. Шаповалова Н. В., Рижик О. П. Створення геометричних паркетів за допомогою комп'ютерної програми PowerPoint // Сучасні інформаційні технології в освіті і науці: II Всеукраїнська наукова Інтернет-конференція [27-28 березня 2019 р.]. – Умань : Візаві, 2019. – С. 159-163. – Режим доступу: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewjxz8j8utLiAhUNAhAIHWv9AX0QFjACegQIARAC&url=https%3A%2F%2Finformatika.udpu.edu.ua%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F04%2F%25D0%2597%25D0%25B1%25D1%2596%25D1%2580%25D0%25BD%25D0%25B8%25D0%25BA-%25D0%25BC%25D0%25B0%25D1%2582%25D0%25B5%25D1%2580%25D1%2596%25D0%25B0%25D0%25BB%25D1%2596%25D0%25B2-%25D0%25BD%25D0%25B0-%25D1%2581%25D0%25B0%25D0%25B9%25D1%2582.pdf&usg=AOvVaw0W4Vqd6_CICneKNB60X_CB

РОЗВИТОК ПОНЯТТЯ ПРО ГЕОМЕТРИЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ПРОЕКТИВНОЇ ГЕОМЕТРІЇ

Шаповалова Н.В.,

*фізико-математичний факультет,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри вищої математики,*

Свистун А.С.,

магістрант 2-го року навчання,

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Курс проективної геометрії у навчальних закладах вищої освіти завершується вивченням проективних перетворень площини. Розглядаються такі проективні перетворення: колінеарні перетворення або колінеації, гомології, інволютивні перетворення або інволюції, їх види, властивості, аналітичний запис та застосування.

Колінеарною відповідністю між плоскими полями α і α' (колінеацією) називається така взаємно однозначна відповідність, при якій:

- 1) кожній точці поля α відповідає точка поля α' ;
- 2) кожній прямій поля α відповідає пряма поля α' ;
- 3) зберігається належність точок і прямих (тобто, якщо точка і пряма

поля α належать одна одній, то їх образи в полі α' також належать одна одній) [4, с. 68].

Прикладом колінеарного перетворення плоского поля α в плоске поле α' є перетворення проектування і перерізу. Відповідність між образами другого ступеня називається проєктивною, якщо вона зберігає гармонічну спряженість пар елементів. При колінеарному перетворенні гармонічна спряженість пар прямих зберігається.

Слід звернути увагу на те, що будь-яка колінеація встановлює проєктивну відповідність між будь-якими відповідними в ній образами першого ступеня. Зокрема, образом кривої 2-го порядку є також крива 2-го порядку, проєктивно відповідна першій.

Постає питання про те, скільки умов визначають колінеацію. Існує єдина колінеація, при якій даному неvierодженому чотирикутнику ABCD відповідає даний чотирикутник $A'B'C'D'$. Для визначення колінеації можна задати два відповідних чотиристоронника або чотири пари відповідних прямих (з яких ніякі три не проходять через одну точку). Колінеація може бути також визначена заданням трьох пар відповідних точок і пари відповідних прямих.

Гомологія – це взаємно однозначне проєктивне перетворення проєктивної площини в себе, яке переводить всі точки деякої прямої l (вісі гомології) в себе і має лише одну нерухому точку S (центр гомології) [3, с. 173]. Якщо центр гомології не лежить на вісі гомології, то гомологія називається неособливою або гіперболічною гомологією. Якщо центр гомології лежить на її вісі, то гомологія називається особливою або параболічною гомологією.

Гомологія з власним центром і невласною (нескінченно віддаленою) віссю є гомотетією. Окремим видом гомології, при якому нескінченно віддалені елементи перетворюються знову в нескінченно віддалені, є афінна. Іншими словами, це гомологія, в якій невласна пряма є подвійною.

Проєктивна відповідність двох форм першого ступеня з спільним носієм, що володіє тією властивістю, що кожна пара відповідних елементів цих рядів не залежить від того, яку з точок цієї пари ми відносимо до першого, а яку – до другого ряду називається інволюцією [9, с. 135]. Для визначення інволюції достатньо задати дві пари відповідних елементів.

Розв'язуючи задачі на застосування проєктивних перетворень в курсі «Проєктивна геометрія та методи зображень» студенти усвідомлюють той факт, що проєктивна геометрія є наукою, яка вивчає інваріанти групи проєктивних перетворень, або іншими словами можна сказати, що це галузь геометрії, в якій вивчаються властивості фігур, що не змінюються відносно проєктивних перетворень, і як будь-яка інша наука має свою власну внутрішню логіку [10, с. 161].

Література:

1. Боровик В.Н., Яковець В.П. Курс вищої геометрії: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 464 с.
2. Заїка О. В. Методична система навчання проєктивної геометрії в педагогічних університетах: Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Заїка Оксана Володимирівна. – К. 2013. – 257 с.
3. Ломаєва Т.В., Семенович О.Ф. Перетворення і аксіоматичний метод в геометрії. В 3-х частинах. – Ч.1. – Черкаси, 1998. – 216 с.
4. Певзнер С.Л. Проективная геометрия. – М.: Просвещение, 1980. – 128 с.
5. Певзнер С.Л., Цаленко М.М. Задачник-практикум по проективной геометрии. – М.: Просвещение, 1982. – 80 с.
6. Сергунова О.П., Котлова В.М. Практикум з проєктивної геометрії. – К.: Вища школа, 1971. – 188 с.
7. Тадеєв В.А. От живописи к проективной геометрии. – К.: Высш. шк., 1988. – 232 с.
8. Циганок Л.В. Проективна геометрія: Навчальний посібник. – Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2010. – 146 с.
9. Четверухин Н.Ф. Проективная геометрия. – М.: Просвещение, 1961. – 359 с.
10. Шаповалова Н. В., Панченко Л. Л., Свистун А. С. Розвиток понять проєктивної геометрії в неперервній математичній освіті майбутнього учителя // Наукові розробки, передові технології, інновації [матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції]. — NemoROS s.r.o., - Prague, - 2019. – С. 156-162.
11. Шаповалова Н. В., Панченко Л. Л. Проективна геометрія у формуванні професійних компетентностей майбутніх вчителів математики // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 3. Фізика і математика у вищій і середній школі: Зб. наукових праць. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2012. – № 9. – С. 132-140. Режим доступу: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/2976>http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/2976/1/Shapovalova_Panchenko.pdf

ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ЕКСТРЕНОЇ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ

Шевченко Н.О.,

*доктор наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри публічного управління та права,*

Постол Ю.М.,

*магістрант кафедри публічного управління та права,
КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти»
Дніпропетровської обласної ради»*

Кожна розвинена держава має власну систему, яку можна віднести до системи екстреної медичної допомоги, що включає різноманітні сили і засоби, які залучаються для її надання[10]. Як свідчить статистика, ефективність екстреної медичної допомоги в Україні не досягає світового рівня. Так, за умов кризи промислового виробництва та значно меншого рівня забезпеченості населення автотранспортом, в порівнянні з країнами з розвинутою економікою, в державі відчувається загальна тенденція до підвищення рівня травматизму. Нещасним випадкам, травмам та отруєнням, що стали причиною смертності, в Україні належить третє місце. Серед населення працездатного віку травматизм займає перше місце, внаслідок чого смертність перевищує аналогічні показники в розвинутих країнах світу не менш як у 3 рази.

Щороку понад 15 млн. громадян звертається за екстреною медичною допомогою з різних причин. Бригадами швидкої медичної допомоги виконується близько 13 млн. виїздів на виклики хворих та травмованих громадян. Діюча система екстреної медичної допомоги побудована, в основному, на мережі закладів державної та комунальної форм власності, при чому переважна більшість закладів – комунальної форми власності. З огляду на це, система екстреної медичної допомоги держави потребує реформування. Внаслідок вивчення світового досвіду організації такої допомоги в розвинених країнах виникла ідея про створення єдиної системи екстреної медичної допомоги. Концепція її створення в Україні була розроблена фахівцями МОЗ України.

У Концепції формулюються завдання розбудови єдиної системи екстреної медичної допомоги: удосконалення нормативно-правової бази з питань єдиної системи; поліпшення матеріально-технічної бази закладів єдиної системи; об'єднання ресурсів закладів охорони здоров'я; розвиток засобів зв'язку; розробку єдиної методології роботи бригад швидкої медичної допомоги; створення єдиної системи підготовки кадрів.

Єдина система надання екстреної медичної допомоги створюється з метою забезпечення доступності, безоплатності, своєчасності надання та підвищення її якості. Хоча рівень оснащеності лікувально-профілактичних

закладів лікарськими засобами та медичним обладнанням на сьогодні дещо підвищився, ресурси, які має держава все ще не скоординовані в єдину систему, яка б забезпечила їх ефективно і своєчасне використання, як у повсякденних умовах так і в умовах надзвичайних ситуацій.

Після відомих подій 2014 року певні положення й Концепції організації надання екстреної медичної допомоги населенню України за умов надзвичайних ситуацій переглядалися та удосконалювалися. Так було розроблено принципи державного регулювання організації надання екстреної медичної допомоги в умовах надзвичайних ситуацій[9].

До основних принципів державного регулювання було віднесено наступні: загальнодержавний характер; централізація і децентралізація управління; територіально-виробничий принцип; плановий характер; двоетапний підхід до медичного постачання для надання екстреної медичної допомоги постраждалим; мобільність, оперативність і постійна готовність медичного постачання для надання допомоги; принцип само- та взаємодопомоги, що полягає у навчанні населення правилам надання домедичної допомоги у вигляді само- та взаємодопомоги; принцип професіоналізму і відповідальності медичних і фармацевтичних працівників[8].

Дані принципи забезпечують ефективність, доступність і своєчасність надання екстреної медичної допомоги в постраждалих в надзвичайних ситуаціях.

Поняття державного управління медичним постачанням є похідним від поняття державного управління в цілому. З урахуванням цього державне управління забезпеченням екстреної медичної допомоги є видом діяльності органів виконавчої влади з реалізації державної політики цивільного захисту, однієї з її основних складових – медичного захисту. На основі сформульованих принципів можна запропонувати підходи до удосконалення Концепції державного управління організацією надання екстреної медичної допомоги, і нормативноправової складової організаційно-правового механізму. Для удосконалення вищезгаданої Концепції необхідно визначити основні напрями формування й реалізації концепції, які включають методичне, організаційне, інформаційне й ресурсне забезпечення, що дозволить побудувати організаційно-функціональні моделі організації надання екстреної медичної допомоги.

Література:

1. Закон України від 05.07.2012 р. № 5081-VI «Про екстрену медичну допомогу».
2. Закон України від 02.10.2012 р. № 5403-VI «Кодекс цивільного захисту України».
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 листопада 2012 р № 1115 «Порядок підготовки та підвищення кваліфікації осіб, які зобов'язані надавати

домедичну допомогу».

4. Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18.03.2005 р № 120 «Про організацію навчання медичних та немедичних працівників з надання медичної допомоги в екстрених ситуаціях».

5. Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 02.03.2009 р № 132 «Про організацію навчання окремих категорій немедичних працівників навичкам надання першої невідкладної медичної допомоги».

6. Наказ Міністерство охорони здоров'я України від 19.11.2009 р № 833 «Про удосконалення системи підготовки з надання першої невідкладної медичної допомоги».

7. Організаційно-методичні аспекти навчання навичкам надання домедичної допомоги немедиків – працівників сфери цивільного захисту / Волянський П.Б., Долгий М.Л., Терент'єва А.В. // Мат. Міжнар. наук.-практ. конф. «Надзвичайні ситуації: безпека та захист» (9-10 жовт. 2014 р.). – Черкаси, 2014. – 115-118.

8. Медичний захист за умов надзвичайних ситуацій / Гур'єв С.О., Волянський П.Б., Скидан М.А. та ін. - К.: УНДЦЗ, УНПЦ ЕМД та МК МОЗ України, 2012. – 230 с.

9. Волянський П.Б. Комплексний аналіз потреби в медичному захисті населення від наслідків надзвичайних ситуацій [Електронний ресурс] /П.Б. Волянський//Державне управління: удосконалення та розвиток. –2015/ –№ 3. Режим доступу до журналу:<http://www.dy.nauka.com.ua>.

10. Організація екстреної медичної допомоги постраждалим за умов надзвичайної ситуації у Франції. Навчальний посібник / Г.Г.Рошін, В.О.Волошин, Г.Ф.Мацидонська [та ін.]. — К.: МОЗ України, УНПЦ ЕМД та МК, КМАПО ім. П.Л.Шупика, 1999. - 76 с.

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ В ТАВРІЙСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО

Шевченко О.О.,

*доктор наук з державного управління,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,*

Соколовська І.О., к.т.н., доцент кафедри економіки,

підприємництва та природничих наук,

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Сьогодні в умовах глобалізаційних процесів у всіх сферах життя особливо гостро стоїть питання інтернаціоналізації вищої освіти [1]. Інтернаціоналізація

освіти – це широке поняття: - синхронізація навчальних і наукових процесів з процесами інших країн; - інтеграція національної освіти і науки в світову; - розвиток національної освіти і науки шляхом адаптації освітніх програм спрямованих на експорт освітніх послуг.

Глобалізаційні процеси значно впливають на розвиток освітніх послуг, підвищуючи конкуренцію, стимулюючи заклади вищої освіти підвищувати якість послуг. Ринок освіти на сьогодні в світі, за даними ВТО, складає близько складає близько 50–60 млрд доларів за своєю ємністю. Третину ринку займає США, близько 30% займає Європа, 10–15% — частка Нової Зеландії й Австралії. Експортом освітніх послуг займаються 129 країн, це приблизно 70% всіх держав. Україна за цими даними займає менше ніж 0,5% [2].

Інтернаціоналізація вищої освіти підвищує якість надаваних послуг шляхом впровадження світових стандартів, постійного оновлення, відповідності запиту ринку праці, соціальних і економічних потреб світової спільноти. Інтеграція університетів в світові процеси сприяє індивідуальному розвитку викладачів – це і спільні наукові проекти і публікації, і міжнародні стажування та підвищення кваліфікації; системному розвитку закладу, факультету, кафедри, окремої спеціальності обумовленої економічними, політичними та освітніми процесами в країні.

В європейських університетах інтернаціоналізація є однією зі складових освітнього процесу. У ланцюгу знань «освіта – наука – інновації» вона виступає одним із якісних інструментів формування культури забезпечення якості, сприяючи розвиткові людського капіталу. Людський капітал поняття комплексне, можливо тому у європейських країнах до використання інтернаціоналізації як засобу забезпечення якості освіти застосовують комплексний підхід відповідно до сформованих національних стратегій, які здебільшого мають універсальний характер. Ці стратегії впроваджуються майже на всіх рівнях функціонування навчальних закладів: на рівні наукової діяльності; формування програм; забезпечення репутації навчального закладу. У європейських університетах інтернаціоналізація забезпечує розроблення системних програм сприяння проведенню міжнародних наукових конференцій та участі науково-викладацького складу в них. Окрім цього, академічні працівники мають підтримку міжнародних наукових публікацій, програми заохочують також до участі в науково-освітніх чи в дослідницьких проектах.

Долучитися до процесу інтернаціоналізації має і Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського (ТНУ). Це вищий навчальний заклад з історією, заснований в 1918 році. В зв'язку з анексією Кримського півострова, університет було переміщено до Києва з вересня 2016 року. Освітній заклад знаходиться в режимі адаптації до нових умов, однак участь у глобалізаційних процесах України, процес реформи освіти спонукає до впровадження інновацій у освітній процес.

Інтернаціоналізація – один з найважливіших напрямів роботи університету,

одним з основних показників цього регулярно проходження викладачів міжнародних стажувань, підвищення кваліфікацій, публікації у міжнародних виданнях, залучення студентів до міжнародних проектів, адаптації освітніх програм до аналогічних програм Європейських вузів.

Періодично в ТНУ відбувається перегляд програм в зв'язку з глобалізаційними і інтернаціоналізаційними процесами. Періодичність перегляду для кожної програми різна, це пов'язано з процесами політичними, економічними, постійною зміною ринку, тощо.

Вітчизняні програми сфери послуг, а саме спеціальності готельно-ресторанна справа спрямовані на глибоке вивчення технологічних процесів і виробництва, в той час як програми в іноземних вузах спрямовані більше на розвиток управлінських якостей у здобувачів.

Після проведеного аналізу вітчизняних і іноземних програм 2018 році була переглянута освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа», зміни в програмі були пов'язані з переорієнтацією її. На сьогодні програмні компетенції і результати навчання спрямовані на виховання управлінців, підприємців, інвесторів у даній сфері.

Процес інтернаціоналізації освіти надзвичайно важливий сьогодні в умовах економічного розвитку України та глобалізаційних процесів загалом.

Тому, вивчення досвіду європейських країн щодо використання інтернаціоналізації як засобу внутрішнього й зовнішнього забезпечення якості вищої освіти сприятиме виробленню вітчизняної стратегії та основних напрямів її впровадження до освітнього простору, розробці моделі управління цим явищем, виробленню процедур оцінювання й моніторингу якості освітньої діяльності.

Література:

1. Сбруєва А. Інтернаціоналізація вищої освіти: пріоритети комплексної стратегії Європейського Союзу. Вища освіта України, 2013, 3: 89-95.
2. Красовська О. Інтернаціоналізація вищої освіти в умовах глобалізації світового освітнього простору. 2011. Режим URL:
3. Шепель Г. Інтернаціоналізація як інструмент забезпечення якості освіти. http://www.er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/642/%D0%A8%D0%B5%D0%BF%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%86%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F.pdf?sequence=5&isAllowed=y

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО МОТИВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

*Ясніцький Д.В., аспірант,
Інститут підготовки кадрів
Державної служби зайнятості України*

Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу в сучасних умовах господарювання займають вагомe місце у всіх керівників організацій. Адже добре продумана і організована система мотивації є ефективним інструментом як для залучення нового персоналу, так і стабілізації робочих місць.

Підприємства можуть витратити безліч коштів на впровадження новітніх технологій, проведення ґрунтовних ринкових досліджень, але якщо їхні зусилля не будуть підкріплені розумінням кожного працівника його ролі у цьому інноваційному процесі, очікуваної ефективності не буде досягнуто. Те, наскільки швидко впроваджуються та ефективно використовуються інновації, великою мірою залежить від персоналу підприємства, від його готовності та здатності реалізувати інноваційні заходи. Тобто перехід підприємства на інноваційний шлях розвитку можливий насамперед після підвищення інноваційності його персоналу. На відміну від традиційних підходів управління персоналом керівники сучасних підприємств повинні активізувати інноваційну поведінку персоналу, створювати умови для професійного та творчого розвитку, застосовувати прогресивні підходи до мотивації. Дослідження проблем формування і розвитку персоналу для здійснення інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах відображені у багатьох наукових працях.

До інноваційного персоналу учені зараховують винахідників, раціоналізаторів, науковців, інженерів, підприємців та інших працівників, яких можна поєднати у категорійні групи: управлінські кадри; інженерно-технічні кадри; висококваліфіковані кадри. Науковці вважають, що інноваційні кадри відрізняються від звичайного персоналу такими рисами: висока професійна компетентність, самостійність, ініціативність, підприємливість, активність, творчість, новаторство, оригінальність у праці, спроможність довести інноваційну ідею до впровадження, наполегливість, здатність до виконання трудових функцій на рівні міжнародних стандартів, високі адаптаційні можливості, високий рівень культури [1, с. 118].

Успіх інноваційного процесу залежить від того, наскільки безпосередні учасники інноваційного процесу зацікавлені у швидкому впровадженні результатів НДДКР у виробництво. З огляду на це, стимулювання інноваційної праці повинно постійно спиратися не лише на матеріальні, а й на нематеріальні (соціально-психологічні) форми стимулювання, орієнтовані на задоволення

потреб вищого рівня [2, с. 532].

Учені наголошують, що мотивація персоналу до інноваційної діяльності на підприємстві має свої особливості, і вказують на необхідність розроблення методичних основ для створення відповідного механізму мотивації як інструменту активізації інноваційної поведінки його працівників [3, с. 530]. Існує безліч визначень поняття «мотивація», основні з яких наведені у рисунку 1.

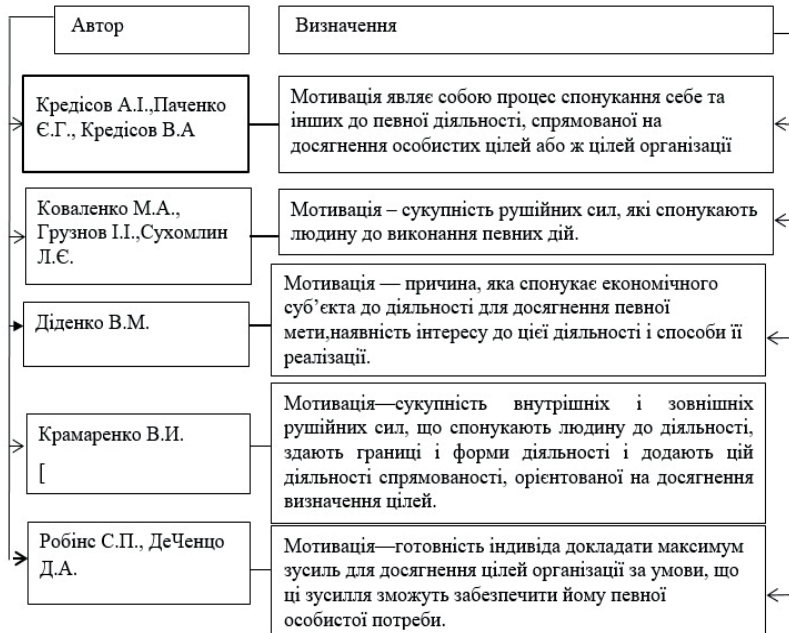


Рис. 1. Визначення економічної сутності поняття «мотивація»

На більшості вітчизняних підприємствах керівники дотримуються тих традицій управління, які були сформовані ще в умовах командної економіки. У своїй діяльності замість орієнтації на виробництво високоякісної продукції, здатної конкурувати на внутрішньому та світовому ринку, менеджери концентрують свою увагу на виготовленні продукції без застосування творчого підходу, що потребує мінімальних якості та витрат. Через відсутність необхідних інституційних змін і слабку мотивацію трудової поведінки більшості працездатного населення України залишається пасивною та характеризується очікуванням результатів подальших економічних і соціальних реформ. Проте ця тематика досліджена не надто глибоко та комплексно, оскільки інноваційна діяльність є складним, тривалим, специфічним процесом і потребує від працівників постійного розвитку, нових прогресивних знань, креативності мислення.

Якісно нові зміни у ставленні персоналу до якості гальмуються

невідповідною мотивацією і кваліфікацією працівників. Низька зайнятість (два–три дні на тиждень) не сприяє набуттю стійких навичок. Кризові економічні явища не сприяють проведенню системного оновлення знань і підвищення кваліфікації працівників, спостерігається відтік найкваліфікованіших кадрів за кордон. Досвід показує, що персонал вітчизняних підприємств не готовий до використання різного роду інновацій та здебільшого є стримульовальним фактором впровадження інновацій. Це пов'язано з тим, що у персоналу виникає страх змінювати звичний спосіб роботи, небажання прикладати зусилля на додаткове навчання без істотних матеріальних заохочень. Визначальною мірою від персоналу залежать творчість і новаторство, які роблять продукт чи послугу унікальною і тим самим надають їм відмінну якість і конкурентні переваги. Тому підприємству необхідно намагатися задовольнити потреби і очікування своїх працівників у визнанні і отриманні задоволення від роботи, а також у їхньому розвитку.

Література:

1. Кузнецова Н. Б. Кадри інноваційного типу: сутність, значення та особливості формування в умовах розвитку інноваційної економіки. – 2009. – № 6 (96). – С. 115–121.
2. Карпунь І. Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства // Проблеми економіки та управління. – 2000. – № 628. – С. 529–533.
3. Монастирська Г. В. Механізм мотивації інноваційної діяльності на підприємстві // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2009. – № 2 (16). – С. 207–212

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ БРЕНДУ: ВИМІРЮВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Бойко В.В., студентка,

Алексютіна Е.А.,

Жуковська В.М., д.е.н., професор,

Київський національний торговельно-економічний університету,

Ринок товарів та послуг насичений різноманітними пропозиціями різних видів та цінкових категорій товарів та послуг, що створює для брендів як нові ризики, так і широкі можливості на конкурентному полі у боротьбі за споживача й утримання позицій свого бренду. Розвиток і конвергенція цифрових знань суттєво впливає на формування нових споживчих запитів та вимагає від

компаній впроваджувати дієві інструменти у стратегіях просування бренду на глобальному і локальному ринках. Здатність вибудовувати аргументацію своїх ідей/рішень у взаємодії з клієнтами, постачальниками та іншими заінтересованими сторонами посідає чільне місце у комунікаціях бренду компанії, у тому числі соціальних мережах. Вибір інструментів брендингу безпосередньо впливає на тривалий іміджевий, репутаційний та фінансовий успіх компанії. Зважаючи на значний внесок не можна стверджувати, що це питання вичерпано. Не кожна компанія здатна регулювати та просувати свій бренд таким чином, щоб максимально перетворити споживача зі статусу «лід» на «лояльного споживача». Тому тема обґрунтування вибору аналітичних показників оцінювання впливу і ринкової позиції бренду в соціальних мережах стає з кожним роком актуальною.

Теоретичні та методичні основи впливу маркетингових заходів на залучення споживачів до бренду через соціальні платформи розкрито у публікаціях Л. Вебера, М.Васко, М. Демченко, М. Трафагена, Ф. Рейхельда, Г. Пятницької, Є.Ромата, С. Хадсона та ін. Науковці та експерти значну увагу приділяють увагу інструментам оцінювання соціальної залученості підприємств рітейлу, в тому числі шляхом активної поведінки працівників у соціальних мережах. Підтверджується тенденція, що соціальна мережа стає платформою для ведення бізнесу і виникає необхідність у розвитку соціальних і цифрових компетенцій персоналу у просуванні товарів урахуовуючи особливості аудиторії кожної мережі, складним є вибір інструментів та їх фінансова сторона[3]. Наприклад, М.Демченко зазначив, що бренд має три складові: ім'я, емоційний та змістовий інформаційний компоненти, але споживач сьогодні найкраще сприймає візуалізацію та звуки, аніж текстову інформацію [2]. А тому, погоджуючись з автором, у подальшому стратегічна перевага належатиме тим брендам, у яких інструментами впливу будуть синергія звуку, колористики відео сюжетів та психології. Відомі харчові бренди KFC, Burger King в логотипі та рекламних роликах наявний червоний колір, адже доведено, що він викликає сильне почуття голоду та спонукає до покупки.

Наприклад, в якості рекламного контенту торговельні мережі України застосовують різновекторні емоційні та життєдайні історії, навчальні майстер класи для дітей та дорослих, які прямо або опосередковано пов'язані з продуктами та послугами підприємства торгівлі, повідомлення про конкурси та акційні дні у магазині; участь клієнтів, партнерів, споживачів у різноманітних заходах життя громади міста(наприклад, святкові активності магазину, прибирання території, спортивні та оздоровчі заходи). Чим більш захоплюючим доступний в соціальній мережі відео контент бренду, тим вищим буде рівень взаємодії із споживачем і висока ймовірність його переходу на сайт за покупкою [1,3].

Невідомою складовою у стратегії просування бренду є соціальна залученість брендів у медіа просторі. Аналіз сайтів брендів одягу Colin's,

ARGO, Mangosвідчить, що ними використовуються різні інструменти впливу на аудиторію. Виявлено, що найбільше привертає увагу споживача постійне нагадування про бренд. Соціальні мережі та інтернет-платформи - це постійне безперервне транслявання товару та бренду загалом за допомогою відеороликів та фотографій. Постійне налаштування таргетингу в мережі значно допомагає підприємству поліпшити свою економічні показники та збільшити попит на товар[3, с.70].

Таким чином, вплив глобальної конкуренції за ринки збуту, кваліфіковані ресурси, споживачів вимагають від менеджменту компаній диференційованих інструментів виміру активності бренду у стратегіях просування в мережевому просторі. Тенденція зростання кількості розміщених відео (відеороликів, історій) підприємствами, на які реакція споживачів є більш активною, у перспективі тільки зростатиме, що актуалізує ретельну увагу до вибору аналітичних показників впливу на конверсію покупок та лояльність бренду. Комплексне використання метрик дозволяють своєчасно коригувати дії, що впливають на конкурентний статус бренду, підвищують конверсію продажів та вартість бренду.

Література:

1. Mazaraki, A., Piatnytska, G., Hryhorenko, O. (2019). Identification of the nation branding content // HERALD of Kyiv National University of Trade and Economics. No. 2(124): 5-33.
2. Бренд у сучасних медіа: принципи формування, просування та розвитку / М. Демченко // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. - 2010. - Вип. 2. - С. 466-472.
3. Жуковська В. М. Соціальна залученість підприємства торгівлі : підходи до аналізу в мережі / В. М. Жуковська // Вісник ПУЕТ. – 2017. – Вип. 5 (84) – С. 67–74.

GOVERNANCE OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT THE NATIONAL TOURISM SYSTEM

Okhrimenko A.,

Ph.D. (Economics), Associate Professor,

Romanchuk L., Lecturer,

Kyiv National University of Trade and Economics

The national tourism system (NTS) is an important component of the national economy and is defined as a complex, whole, integrated entity, an integral part

of the national economic system, which is formed from the subjects of tourism (production of tourist products) and other (related) types of economic activity, consumers of tourist products, markets, public and regulatory institutions, that have a direct and indirect influence on the production, exchange, distribution, sale and consumption of the national tourism product [1].

The factors of change (post-industrialism, globalization, «digital society», «society of knowledge», integration processes, shifting of interests and values about intangible assets), which are objective factors of modern society, have a significant impact on various aspects of socio-economic activity, including economic systems. Scientific and technological progress, consumer needs, factors of production are the main determinants of modern changes in economic systems.

In the context of permanent transformational influences and the national tourism system being in a state of instability, the problem of management of its development in order to reduce the extent of this volatility and amplitude emerges. However, the chaotic at first glance nature of the movement of modern economic systems precludes the management of them. Indeed, the instability of the developing system's trajectories makes them extremely sensitive to control [2, 224].

The importance, necessity and perspective of the managerial approach to the national tourism system is also due to the fact that, in case of possible institutional changes and fluctuations of the situation, the management objectives and procedures will trigger the organizational and economic mechanism taking into account the changes taking place in the environment. Particular processes occurring in the national tourist system may be spontaneously unregulated. Therefore, there is a need to identify stable parameters, patterns and trends in it, filling with the specific content of existing processes and working out a clear vector of development.

Consequently, the need to guide the processes, which are characteristic of the exogenous and endogenous environment of the national tourism system, into the optimal direction determines the leading management role. For directions, understanding the situation, definition of trends, system control there is a need to use a set of regulators (economic, social, legal, international, environmental, aesthetic, moral), that will serve as a framework for the management of the national tourism system

Therefore, the managerial approach to the functioning and development of the national tourism system should: Firstly, take into account the transformational trends of social development; Secondly, present instruments for the identification and evaluation of efficiency indicators, the synergy of components, multiplication and cumulative effects of the national tourism system; Thirdly, become the basis of a concept and strategic reference points of the tourism system, which will contain certain management methods, instruments, indicators, parameters, and will form a framework and its activity mechanism [3, 508].

Therefore, in the modern world state, private, public and other institutions should be involved in the management process, including tourism at the macroeconomic

level. Historically, the state influence on macroeconomic processes was decisive. Accordingly, economic science at all times of its existence sought to determine the extent of state participation in the economic life of society. The degree of intervention may be justified by the desire to achieve certain goals.

Regarding the mechanism, in a market economy the system of management of socio-economic processes (including in tourism) includes self-regulation and state regulation, the forms and ratios of which may vary, depending on the history of the country's development, traditions, habits, customs, way of thinking, peculiarities of the functioning of the economic sectors - state, cooperative, and private [4, 12].

Despite the fact that the processes of self-organization plays a significant role in tourism systems, management institutes also play an important role in their formation, functioning and development. The main tendency of recent time in the management of tourism systems was the departure from the use of traditional administrative levers to the partnership mechanism. Therefore, in many countries of the world, the authorities of the national tourism system are increasingly involving business entities, their facilities and organizational capacity to implement socially significant tourism projects and programs through the mechanism of public-private partnership [5, 34]. Thus, one of the ways of cooperation between the state and the private sector is public-private partnership, which presents the relationship between state authorities and governance, public organizations with private entities of economic activity and is one of the effective mechanisms for solving problems of accelerated development of promising types and spheres of economic activity , regions and destinations [6, 485].

Consequently, the national tourism system as a systemic formation has a number of specific properties that need to be taken into account when implementing management processes:

1. Nonadditivity, that is, tourism is a large system, that does not equal the sum of subsystems that it includes (accommodation, transport, places of tourists attraction, etc.), and the properties of elements (tourism enterprises) differ from the properties of the system itself. In other words, speaking about the economy of tourism, the effect of its development cannot be reduced to a simple algebraic sum of the effects of individual enterprises serving the tourists.

2. Tourism develops in a certain area and is prone to the influence of factors of different origins. In this context, it is worth highlighting the concept of a regional environment, that is, the territory in which all social reproduction is carried out. It is a holistic and inseparable set of conditions of production and life activity.

3. The presence of a tourism multiplier - the ratio of changes in key indicators that characterize the level of development of the industry (income, employment, budget revenues, etc.) to the increase in tourist spending in the region.

4. The defining feature of tourism, which actualizes the specifics of its manifestation, is its multifunctional character, which manifests itself in the diversity of its functions, conditions and factors of development.

5. Features of the result of the tourism industry, which is that, unlike the branches of material production, tourism does not export the product, but the impression (the tourist does not export anything from a country or region, except impressions - a virtual product, and leaves material one – money).

6. Inability to move tourist product to a consumer, he himself must move to the place of its production, tourism products can be tested only at the time of consumption.

Therefore, in order to stimulate the development of the national economy, such a national tourism system must operate in the country, which effectively combines the mechanisms of state regulation and market self-regulation, stimulates cooperation between business, science and the state and provides a decentralized system of state support. Otherwise, the country is unable to respond to complex challenges and it means weakening, including its geopolitical positions, and the transition to a catching-up development model.

References:

1. Mazaraki A., Boiko M., Bosovska M., Vedmid N., Okhrimenko A. (2018) Formation of National Tourism System of Ukraine. Problems and Perspectives in Management. 4. 68–84.

2. Yakovleva T. (2011). Evolutionary approach to the development of economic systems: the formulation of the issue. Bulletin of the Bryansk State University. 3. 224.

3. Okhrimenko A. (2017). Strategic vectors of transformational shifts in the national tourism system of Ukraine. CES Working Papers. 9(3). 506–528.

4. Berlin S. (2007). Financial and economic policy and recreational economy: interaction models // Scientific journal «Fundamental Research». 4. 12–15.

5. Aleksandrova A. (2014). The newest notion of the tourism sphere as a system // Modern problems of service and tourism. 1. 34–40.

6. Bosovska M. (2015). Integration processes in tourism, Kyiv: KNTEU.

ENOLOGY IN UKRAINE: HISTORY AND DEVELOPMENT TRENDS

Vitriak O., Tkachenko L.,

Candidates of Technical Sciences, Associate Professors,

Tonkonoh I.,

Ph.D., Assistant Professor,

Kyiv National University of Trade and Economics

The history of winemaking in the territory of Ukraine began almost 2.5 thousand years ago, and it is based on historical traditions, accomplishment of scientists and

genetic memory of the inhabitants of the country [2]. In southern Ukraine became wine trade which get abroad as early as the 6th century. Simultaneously with the advent of the Greek colonies and their cities in the Northern Black Sea. Long-standing winemaking traditions have existed in Transcarpathia and Podillya, in particular in Transcarpathia - from the 3rd century. Foreign travelers left in their notebooks descriptions of the vineyards in the Dniester and Bug rivers, in the areas neighbor to modern Vinnytsia. In the chronicle was mentioned that in the monastery gardens on the slopes of the Kiev mountains the grapes were grown until the 13th century.

The oldest material monuments of winemaking culture in the territory of modern Ukraine have been preserved in Mykolaiv region (Olbia), Odessa (Belgorod-Dnestrovsky - Tira), Kherson region [3]. From the 10th century onwards, the population of the Dniester-Danube lands became actively involved in Christianity, in the ritual of which sacred role was played by bread and wine, which became indispensable attributes of church communion.

Historical information confirms that in the XII-XIII centuries on the territory of northern Ukraine developed its own wine trade. Most of the vineyards belonged to the monasteries, and above all to the Kiev-Pechersk Lavra. All the local monasteries and churches owned the vineyards, and the monks produced wines, hold over them, and constantly renew their stocks. In the XII century, special terms appear in the Old Russian dictionary: "Vinegar wine" (sour dry wine); «Wine is defiled» (sweet grape wine with spices); «Church wine» (red dessert wine of the highest quality).

Winemaking in the territory of present-day Ukraine during the XII-XX centuries went a difficult way: subjected to complete destruction during the Tatar-Mongol yoke, revolutions and wars. In the 60th of the twentieth century in the number of vineyards, Ukraine occupied the third place in the former USSR, and second in wine production. In 1971, the area of vineyards stand 188 thousand hectares. But then the area of vineyards was halved. This was due to three negative factors: the transfer of vineyards to grafting (1971-1984), the period of the anti-alcohol campaign (1985-1988) and the renovation period (1988-1996).

During the days of Ukraine's independence, the revival of wine trade began gradually. However, only in 2005 the Law of Ukraine «On Grapes and Grape Wine» was adopted, to which in the period from 2006 to 2018 about fifteen changes were made [1]. Phased, the wine industry is gaining momentum: the demand for wine products is increasing, and the wine market is becoming more saturated. In April 2018, «On Amendments to Some Legislative Acts of Ukraine on the Development of Production of Terroir Wines and Natural Honey Beverages» the Law of Ukraine was adopted. The adopted law allowed winemakers who make wine from their own grapes without the addition of alcohol to obtain production licenses on a declarative basis and without passing certification. Compliance with the requirements of the legislation, quality control and safety of wines by accredited letter of credit laboratories on a contractual basis will be a sufficient minimum to enter the market.

In order to assess the attitude of Ukrainians to domestic wine, consumption of the Ukrainian wines and beverages in restaurants, the potential of the development of enology in Ukraine, market research was conducted. The purpose of the survey was to determine the attitude and preferences of potential consumers about alcoholic beverages of Ukrainian producers. A total of 392 respondents participated in the survey.

The analysis of the results of the survey showed that most often (71%) in the establishments of the restaurant business of Ukraine order spirits, much less - wine (12%), and other drinks (17%). When asked about the choice of a particular wine from the wine list, only 3% of respondents choose wines from Ukrainian producers.

Particular attention should be paid to the respondents' answers to the questions regarding the attitude towards the wine of Ukrainian producers. 83% of consumers have a negative attitude and only 6% of them have a positive attitude. Analyzing the data obtained, firstly it is necessary to understand, why such a negative attitude towards the wines of Ukrainian producers and, on the other hand, outline ways to overcome these obstacles.

So, historically, wine has been produced since time immemorial in Ukraine.

Why, having such a historical heritage with regard to wine and winemaking in Ukraine, do our consumers know and consume domestic spirits and have little interest in Ukrainian wines, and most of them consume wines made in other countries? It is necessary to develop a culture of wine consumption! This is a type of drink that is drunk not for the purpose of alcohol intoxication, but mainly for aesthetic, dietary, medical, gastronomic reasons. It is worth remembering that wine has more than 600 chemical compounds those have a positive effect on the human body, including 24 trace elements: manganese, zinc, rubidium, fluorine, vanadium, iodine, titanium, cobalt, as well as potassium and phosphorus, which play an important role in the regulation of nervous processes, mineral metabolism [4].

In addition, wine contains biologically active substances such as amino acids, proteins and vitamins (B1, B2, B6, B12, PP). The major part of these substances goes into wine from grapes and other compounds are formed at the expense of wine yeast during grape must fermentation.

In order to promote the Ukrainian Wine brand, enhance the culture of consumption of Ukrainian wine and raise the prestige of the wine-making profession, wine festivals, introductory lectures, wine tastings (demonstration and consumer) are held in all wine regions of Ukraine. National wine forums are held to discuss the problems of the wine industry and reward the best producers of Ukrainian wines, identified by experts through «blind tasting». Winery complex «Chateau Chizai» introduced «Feast of young wine», wineries: Prince Trubetskoy, Petrov's families, V.Petrov, Beykush, Colonist, Guliyev Wines, Kotnar, Inkerman, Shabo, Koblevo invite guests for tastings to their raccoons and more.

Analyzing the results of the conducted researches, it can be concluded that in Ukraine there is considerable potential of development of enology in combination

of climatic conditions of Odesa, Mykolaiv, Kherson and Transcarpathian regions with ancient traditions of Ukrainian winemaking.

There are high quality wines in Ukraine. In order to develop Ukraine's competitive advantages in the field of winemaking, it is necessary to constantly raise the level of awareness of Ukrainians about domestic wines that are not inferior to their foreign counterparts by their quality indicators, to promote wine production in establishments of the restaurant industry, to increase the range of Ukrainian wines in wine list.

Ukrainian wine is to be!

References:

1. Zakon Ukrayiny «Pro vynohrad ta vynohradne vyno» vid 16.06.2005 r. № 31 (stanom na 23.11.2018 r.) [Elektronnyy resurs] / Zakony Ukrayiny // Verkhovna Rada Ukrayiny: ofitsiynyy veb-sayt. – Ofits. vyd. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15#n2>
2. Antychnye vynodel'ny na Tyrytatskom horodysheche v Kerchy. Opyt doysledovanyya arkheolohycheskykh ob'ektov y predlozhenyya po muzeefykatsyyi / N. P. Andrushchenko ; [otv. red. A. A. Puchkov] ; Tsentr yst.-hradostroyt. yssled. – Kyev : TSYHS, 2010. – 52 s.
3. Popova M.M. Suchasnyy stan vynohradarstva i vynorobstva Ukrayiny ta rol' yiyi okremykh rehioniv u rozvytku haluzi // Biznes Inform. – 2014. – №7. – S. 136-142.
4. Valuyko H.H., Domaretsky V.A., Zahoruyko V.O. Tekhnolohyya vyna. – K.: Tsentr uchebnoy lyteratury, 2003. - 604 s.

CLOUD TECHNOLOGY AS A MODERN INNOVATION IN HOTEL MANAGEMENT

Danylenko M.,

Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor,

Senenko I.,

Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor,

Tkachuk T.,

Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor,

Kyiv National University of Trade and Economics

Particular role in the modern formation and development of information technology in the hotel business is played by the use of cloud technologies [1]. According to the international online statistics portal Statista, the cloud technology

market is constantly growing and, as of 2018, reached 141 billion. According to experts, the positive dynamics of the increase will be observed by 2020 and will amount to \$160 billion [2].

The use of cloud technologies and services in the activities of enterprises in most sectors of the economy (including the hotel business) is becoming increasingly important due to the following factors:

1) Reduction of investment for installation, maintenance and support of hardware. In particular, hotel management software has significant maintenance and operating costs to date;

2) increased flexibility and mobility of staff workflows - cloud technologies help employees to work outside the office space, and the owner - to control and manage the business remotely;

3) increased level of data security compared to traditional methods (use of anti-virus programs, various encryption methods, etc.). Thus, management does not have to worry about data if a disaster strikes or security breaks;

4) effective collaboration inside and outside the enterprise by creating, editing, storing and sharing the necessary documentation in the workplace. Thus, using a cloud-based technology, the hotel network can manage the customer's database and needs anywhere in the world.

5) integration with many cloud service providers, which in turn integrate with operations such as HR, accounting, etc. Such integration allows business owners to concentrate on its core areas and so on.

The analysis of the international reporting on the global cloud computing system and the country's readiness for the use of cloud technologies made it possible to identify the leading countries in this field.

Thus, according to the main indicators of the rating, including such as data confidentiality, security, cybercrime, intellectual property rights, maintaining industry-led standards and international harmonization of rules, promotion of free trade, IT readiness and scalability, it was identified the top five countries use of cloud technologies: Germany, Japan, USA, UK, Australia.

At the same time, the market of cloud technologies of Ukraine is currently only at the stage of demand generation. This is evidenced by the superficial knowledge of end users about cloud computing and the low level of technology penetration. Thus, 47% of IT services surveyed consider their awareness of cloud solutions to be superficial, and 88% of executives surveyed are completely unfamiliar with cloud services [3].

Cloud technologies are gaining popularity in the world. However, an important aspect in deciding on the use of cloud technologies in an enterprise is the consideration of their infrastructure. It is customary to single out private, public and hybrid cloud technologies in the global IT technology market. Each of them, depending on the scope, has its own peculiarities in use. However, despite the increasing popularity of the use of private cloud technologies, hybrid infrastructure remains the most

popular in all areas and types of economic activity. An exception is the sphere of the hotel business, where the share of use of hybrid cloud technologies is growing annually and as of 2018 is 56% (as opposed to private and public with a share of 16% and 28% respectively).

Dynamic development of cloud technologies is accompanied by a variety of vectors of their application in the hotel business.

Particular role in the hotel business is played by online distribution of services using cloud technologies. This not only helps hotels generate more bookings, but it also provides a number of benefits to the success of the hotel business as a whole, including:

1) cost savings for equipment, energy and operating costs, as these costs are funded by the cloud software provider;

2) saving time and increasing productivity by performing more operations in a shorter period of time, automating basic business processes, managing the hotel remotely;

3) reducing the risk of loss of the information database by updating the installed program within the software;

4) Cloud-based actual processing and computing are faster because they use related capabilities that were not previously possible on one computer. This greatly facilitates the tracking, collection and analysis of metrics such as booking data;

5) improving the efficiency of hotel staff by automating daily tasks and using a personalized approach to customer service (which in turn facilitates the rapid development of up-to-date loyalty programs, pricing strategies, etc.) [4];

6) increase in hotel room sales and enterprise revenue as a whole by integrating software to manage service distribution channels;

7) simultaneous centralized management of operations across multiple resources (including management of travel agents and corporate profiles for all its facilities).

Although the growth of cloud services is relatively rapid, they still represent a small percentage of the global IT services market, which according to experts will reach approximately \$ 1.03 billion in 2019. Analysis of international statistics on profitability from the use of cloud technologies, including in the hotel business, allowed to determine the positive dynamics of its increase until 2021 in the amount of \$ 53.3 billion, which is 56.8% more than in 2018 [5].

The dynamic development of information technology plays an important role in the development of the hospitality industry. The modern vector of their application in the international services market is cloud technologies. Cloud computing disrupts the traditional business model by changing the delivery method of many computer services, including servers, data stores, databases, networking, software, analytics, and intelligence. The introduction of a cloud network system over traditional data centers and servers enables companies to obtain a number of advantages, which include minimal initial investment in hardware, cost recovery, increased network speed and the benefits realized from more efficient economies of scale. As a result,

companies in all aspects of the national economy are increasingly transferring cloud services to different providers, often using more than one cloud network to form a hybrid cloud system. This trend has accelerated monitoring and acquisitions across a broad range of cloud computing sectors and industries. Moreover, the largest operators are increasingly seeking to acquire less specialized cloud enterprises, allowing more traditional technology companies to strengthen their competitive position in the market.

A cloud-based hotel management system is an ideal technology that can help hoteliers build an enterprise management system, reduce operating costs, improve the promotion of a hotel product (service) with Internet marketing tools, increase revenue and get competitive advantage through quality and fast customer service.

References:

1. Lam, C., & Law, R. (2019). Readiness of upscale and luxury-branded hotels for digital transformation. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 60–69. doi:10.1016/j.ijhm.2018.12.015.

2. Online portal for international statistics. [ONLINE]. Available at: <https://www.statista.com>.

3. De-novo is a leader in the cloud services and services market. [ONLINE]. Access mode: <https://www.de-novo.biz/blog/de-novo-ta-gfk-ukraine-vimiryali-hmarnij-potencial-ukrayini-22>.

4. 6 reasons your hotel should be using cloud technology to increase bookings. - [ONLINE]. Available at: <https://www.siteminder.com/r/hotel-distribution/hotel-direct-bookings/6-reasons-your-hotel-should-be-using-cloud-technology-to-increase-bookings/>

5. Schneider, A. (2012). "The Adaptation of Cloud Computing by the Hotel Industry". UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 1330.

THE TECHNOLOGY OF THE HALF-FINISHED FOODS BASED ON THE JERUSALEM ARTICHOKE FOR SWEET WHIPPED DISHES

Vasylieva O.,

*Associate Professor, Candidate of Technical Sciences,
Department of Technology and the Organization of Restaurant Business,
Kyiv National University of Trade and Economics*

One of the most important conditions for the health of the person, his capacity for work, human tolerance to diseases and life span, is a balanced adequate feeding,

that provides eating of biologically active food.

With the view to functional properties and tendencies of use in food production, the half-finished food based on fruits and vegetables belongs to the most promising.

Among the variety of purees, pastes, homogenates, juices people give preference to half-finished foods of high degree of availability.

The half-finished foods based on plant raw material are a puree made from feedstock. The half-finished food contains considerable amount of useful for people, including biologically active, substances – vitamins, microelements, dietary fibres, colouring agents, monodisaccharides, pectines, inulin-containing substances.

On the modern level of development of pharmaceutical and food industry, the special attention is paid to the production of natural inulin and oligofructans, for their further use as a source of monosaccharides. Inulin is a low molecular biopolymer that during the process of hydrolysis forms monosaccharide – fructose that is widely used in the technology of dietetic foods. The tubers of the Jerusalem artichoke are the main plant raw material for receiving of inulin in Ukraine.

The chemical composition of the Jerusalem artichoke tubers was quite good investigated. Inulin is a main natural polysaccharide of the Jerusalem artichoke. Inulin dissolves in hot water, at the temperature about 60-70 degrees it precipitates. The sediment is transparent.

The molecule of inulin hydrolyzes easily and consists of the remains of fructose in furanose form, during the process of hydrolysis firstly fructans are formed, and during the more deep disintegration – fructose and glucose in the ratio 12:1.

The main mass of the nitrous substances is represented by the protein compounds – up to the 57,5% to the mass of the total nitrogen. The main parts of Jerusalem artichoke protein are water-soluble and salt-soluble proteins.

Metabolism of its uptake carries out with out insulin, and this valuable property allows using it widely in food by patients with pancreatic diabetes and obesity.

However fructose has a high hygroscopicity and destroys quickly while storage. This fact restricts its use in food industry. Therefore, there is a tendency in the world to receive fructose with out preliminary separation it from plant raw material. In order to achieve easy assimilable fructose we have investigated the conditions of the acid hydrolysis of Jerusalem artichoke tubers polysaccharides . We also conducted the studies that allowed us to observe the process of fructose accumulation during the hydrolysis of inulin polysaccharide subject to the following factors: actual acidity, temperature, duration of the process of hydrolysis.

The process of inulin hydrolysis was investigated by means of chemical analysis of reaction medium, taking into consideration amount of formed fructose and measuring the angle of solution rotation.

It is known that inulin solution rotates the polarized light area to the left, the angle of rotation is 39 degrees, but for fructose the angle of rotation changes considerably, it is 92,4 degrees. The content of inulin in the model system was 18,5%, the content of reducing sugars was 0,23%, acidity – 5,89, the content of amine nitrogen-

0,79. This solution was subject to the hydrolysis under the different indices of medium acidity. The medium acidity was simulated by means of microadditives of concentrated hydrochloric acid.

The solution was heated in the water bath under the temperature 95...98 C. At regular intervals the optical angle of polarized light rotation was measured with the help of Arkchipov`s polametrical method. The experimental data are an evidence of the fact that when pH=3, the fructose formation lasted 4...4,5 minutes. The reaction accelerates with the increase of acidity.

The process of the fructose accumulation almost completes for 5,5 minutes. Under the further hydrolysis, the absolute value of the angle of rotation decreases. This fact can be explained by destruction of fructose up to the more simple substances, i.e. up to hydroxymethyl furtural.

If the value of pH is about 4,0 the inulin hydrolysis lasts 10...15 minutes. If the value of pH is 5,0 the inulin hydrolysis does not complete fully, this is an evidence of the fact that the conditions of hydrolysis of the Jerusalem artichoke model system have the value 4,0...4,2.

References:

1. Kim V.V., Kharitonov D.V., Shcherbakov E.G. Foreign experience of use of prebiotics // Dairy industry. – 2001.- №2. – P.31-32.
2. Pronina G.M., Vasil'yeva T.I., Bibilashvili M.A. Technology of sweet dishes from fruit pastes and puree //Problems of state public catering industrialization: Theses of the report. 2-nd All-USSR scientific conference- Kharkov,1989.- P.142-143.
3. Parfenenko V.V., Eingor M.B., Nikiforova V.N. Production of confectioneries with the use of untraditional raw materials. – М.: Agropromizdat, 1986.-207p.
4. Denny C. Emulsification smooths the way //Food ingredients and process.-1992.-Vol. 62, №1.-P.87-90.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПЛУАТАЦІЇ СИСТЕМ ЕЛЕКТРИЧНОГО ОПАЛЕННЯ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ

Романенко Р., к.т.н.,

Гахович С., к.т.н.,

Київський національний торговельно-економічний університет

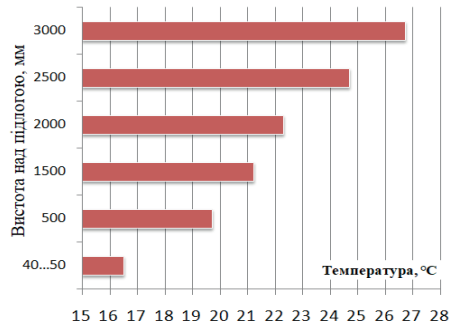
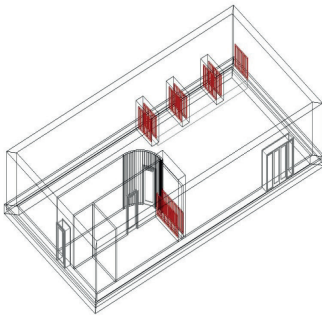
У готельно-ресторанних комплексах є окремі групи приміщень, експлуатація яких відбувається нерівномірно. Одним з таких приміщень є кімната для ділових переговорів. У зимовий період постійно опалювати це

приміщення немає сенсу, проте, при замовленні, кімнату необхідно швидко і рівномірно прогріти. Для вибору оптимальної системи опалення було протестовано три електричні системи та їх комбінацію.

Було виконано моделювання систем опалення зали для проведення переговорів, площею 46 м², з підсобними приміщеннями 8 та 12 м². Висота стелі підвісної - 3200мм, матеріал – полівінілхлоридна плівка, висота приміщення – 3400мм. Матеріал внутрішніх стін – газоблок 250мм, перегородки гіпсокартонні товщиною 80мм. Зала має два входи та одну зовнішню стіну.

ККД всіх систем електричного опалення прийнято на рівні 98%. В дослідженні не проводилися з так званими «керамічними панелями», оскільки вони рідко мають вбудований терморегулятор і термозахист, і їх експлуатація у готельних комплексах прямо протирічить нормам пожежної безпеки.

Класична схема опалення передбачає розташування опалювальних конвекційних приладів у зоні під вікнами, або вздовж стін (рис. 1.).



а) розташування приладів опалення

б) градієнт температур

Рис. 1. Опалення приміщення для переговорів електричними конвекторами висотою 450мм

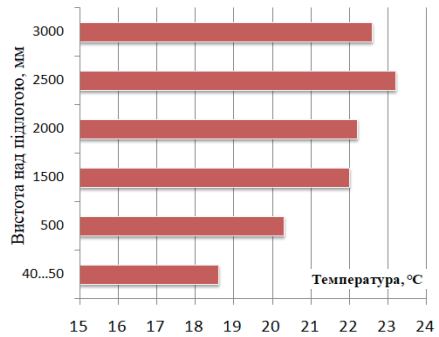
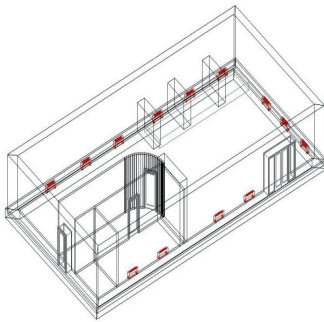
Для прикладу було наведено розташування повнорозмірних електричних конвекторів потужністю 1,6кВт висотою 450мм. з природною конвекцією.

Проте, як видно, з рис. 1. Ця схема має певні недоліки: висока температура на висоті 2-3,2м, яку відвідувачів не відчувають, проте відбувається перегрів проекційного обладнання і перевитрати електроенергії на опалення. Та неприємний запах, який з'являється внаслідок перегрівання пилу, який затягується на ТЕНи нагрівачів конвекційними потоками.

Для зменшення ефекту накопичення тепла під стелею приміщень, було використано модель з електричними конвекторами «плінтусного» фактору, висотою 220 мм. та потужністю 0,75кВт. (рис. 2.)

Тепле повітря, що піднімається вгору з конвекторів «плінтусного» розміру має значно меншу швидкість рушу, і шляхом до стелі, встигає перемішуватися

з холодним повітрям. Внаслідок чого вертикальний градієнт температур стає значно меншим. Щоб забезпечує більш комфортні умови перебування відвідувачів.



а) розташування приладів опалення

б) градієнт температур

Рис. 2. Опалення приміщення електричними конвекторами висотою 220мм

Проте, «плінтусні» конвектори коштують значно дорожче, із-за меншої потужності, їх потрібно більше, що збільшує вартість такої системи на 78%, а її монтаж на 35% у порівнянні з повно розмірними конвекторам.

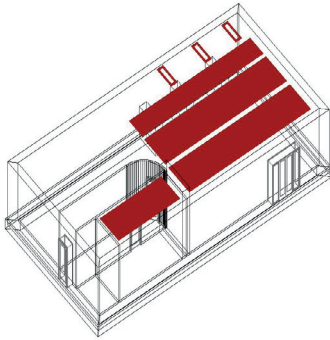
Окрім того, у процесі монтажу та експлуатації такої системи виявилися ще два суттєві недоліки – відвідувачі, як правило, не помічають конвектор і часто зачіпали його речами або стільцями; через невеликі розміри конвектора, персонал часто, порушуючи правила пожежної безпеки, загромаджує конвектори інвентарем.

Наступний спосіб опалення – інфрачервоні плівки, які монтуються безпосередньо на гіпсокартонну підвісну стелю, або під ПВХ-стелю. Потужність ІЧ плівки складає 400Вт /м². Плівка нарізується кратно 0,6м.

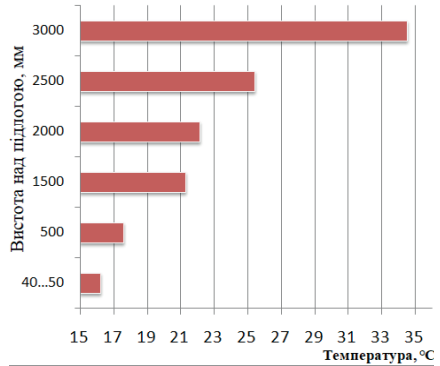
Тепло від такої системи, поширюється випромінюванням і нагріває не повітря, а безпосередньо предмети, що повинно забезпечити комфортне перебування відвідувачів у приміщенні. Схема розташування приладів опалення та градієнт температур по висоті наведено на рис. 3.

Проте, в процесі, експлуатації, виявилися два суттєві недоліки. По-перше, відвідувачі скаржилися на перегрів голови, в той самий час, як ноги, як правило, у літньому взутті, мерзли. По – друге, температура на рівні столу для нарад у центрі приміщення перевищувала температуру на рівні стільців для помічників на 4...50С, по-третє – значно ускладнено монтаж точкових світильників, що призводить до здорожчання робіт та гіршої освітленості робочих поверхонь зали для нарад.

Отже, схема опалення приміщення за допомогою інфрачервоних нагрівачів будь-якого типу стельового монтажу не може бути рекомендована для приміщень.



а) розташування приладів опалення



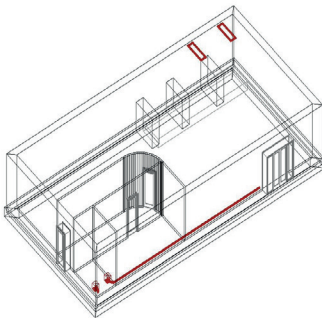
б) градієнт температур*

Рис. 3. Опалення приміщення інфрачервоною плівкою

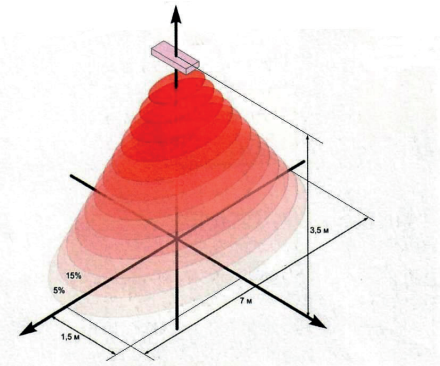
*температуру визначали пірометром на тканині чорного кольору, яка була розташована горизонтально протягом 10хв.

Для усунення недоліків інфрачервоного опалення, було протестовано комбіновану систему (рис. 4.). В якій вздовж стін приміщення, на висоті 45мм, було прокладено модульний нагрівальний елемент малої потужності «теплий плінтус». А над робочими зонами в нішах, під зовнішньою стіною, встановлено інфрачервоні нагрівачі з індивідуальним включенням.

Граденти температур визначити не вдалося, із-за суттєвої різниці температур в різних зонах приміщення.



а) розташування приладів опалення



б) модель інтенсивності теплового випромінювання

Рис. 4. Комбіноване опалення приміщення інфрачервоними нагрівачами та системою «Теплий плінтус»

Комбінована схема дозволяє регулювати індивідувальну температуру у кожній зоні роботи нагрівача, водночас прогріваючи шар повітря під підлогою за допомогою системи «теплий плінтус».

Вартість обладнання для комбінованої стріми, перевищує вартість системи обігріву електричними конвекторами всього на 10-12%. Проте вартість монтажу такої системи на 70% перевищує вартість монтажу конвекторів. Окрім того, потрібне ознайомлення всіх відвідувачів с системою управління інфрачервоними обігрівачами.

Вибір оптимальної системи електричного обігріву залежить від призначення приміщення, інтенсивності його експлуатації, часу на підготовку, кількості відвідувачів та персоналу.

Для приміщень з інтенсивною експлуатацією або з мінімальною кількістю персоналу, можна порекомендувати опалення «плінтусними» конвекторами. Яка характеризується високою автономністю управління, проте недоліком використання конвекторів є висока інертність температури у приміщенні.

Для приміщень, інтенсивність експлуатації яких не висока, і протягом більшості часу, немає сенсу їх опалювати, але інколи їх треба швидко прогріти. Доцільно застосовувати комбіновану систему на основі «теплого плінтусу» та інфрачервоних обігрівачів у віддалених зонах приміщення.

КЕРАМІЧНІ ОБЛИЦЮВАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА ГОТЕЛІВ

*Палієнко О., к.т.н., доцент,
Расулов Р., к.т.н., доцент,*

Київський національний торговельно-економічний університет

Облицювальна кераміка завдяки своїм експлуатаційним і декоративним властивостям широко застосовується в будівництві ,однак її кольорові можливості використовуються в цій області ще недостатньо.

Колір у зовнішньому облицюванні набирає в наш час особливого значення при оформленні фасадів будівель. В сучасному будівництві застосовується, головним чином, однокольорове керамічне облицювання, проте декоративні можливості кераміки надзвичайно широкі [1].

Матова кольорова поверхня ангобованих виробів у декоративному відношенні повністю може бути застосована для оздоблення будівель, в тому числі готелів [2].

Дешева місцева сировина й відходи промисловості, що використовуються для виготовлення ангобів, проста технологія виробництва ангобованих виробів,сприяло розробці технології кольорової ангобованої кераміки з

використанням для неї недорогих і доступних матеріалів, в основному глинистої сировини.

Ангоби виготовлялись на основі монтморилоніто-каолінітової глини Вендичанського родовища, монтморилонітової глини Миколаївського родовища та каоліну Немільнянського родовища Житомирської обл.

Крім глинистої сировини, для ангобів були використані золошлакові відходи Зміївської ТЕС, які служили одночасно фарбуючими і вигораючими домішками.

На підставі комплексу лабораторних досліджених та математичних моделей було розроблено склад мас.

При виборі способу ангобування були визначені оптимальні умови нанесення ангоба на черепок. Керамічні вироби підлягали ангобуванню по сухому черепку методом пульверизації.

Для одержання палітри кольорових ангобів вивчався вплив на їх колір співвідношення Fe_2O_3 і CaO в хімічному складі ангобів.

Головним фактором, що впливає на зчеплення ангобованого шару з черепком, є склад ангоба, який визначає в свою чергу величину зступання й адгезію її з черепком. В процесі випробувань ангобів вивчались і інші фактори, які можуть впливати на адгезію ангоба з черепком: стан поверхні виробу, призначеного для ангобування, температура сушіння виробів, ступень помелу й товщина шару ангоба.

Проведеними випробуваннями встановлено, що температура сухих виробів при ангобуванні не повинна перевищувати 40-500С.

При вивченні ступеню помелу ангобів встановлено, що оптимальною умовою їх подрібнення є доведення залишку на ситі 10000 отв/см² в ангобах до 5-8%.

Товщина шару ангоба має вирішальний вплив на зчеплення його з черепком, так як напруга зступання між ними буде тим менші, чим тонший нанесений шар ангоба. Ангоби з товщею шару 0,1-0,2 мм в процесі випробувань не виявили ніяких дефектів, на підставі чого можна зробити висновок, що товщина шару не повинна перевищувати 0,1-0,2 мм.

Завдяки проведеним дослідженням для одержання кольорової ангобованої кераміки в лабораторних умовах, можна зробити такі висновки.

На основі розроблених складів мас можуть бути отриманні ангоби різних кольорів червоних, жовтих, рожевих, коричневих, сірих. Колір глинистих ангобів зазначених вище відтінків залежить, головним чином, від вмісту в них оксиду заліза, ступеню окислення, співвідношення їх з CaO , умов випалу.

Отриманні данні свідчать про те, що червоний колір ангобів забезпечує в масі 7-8% Fe_2O_3 при співвідношенні $Fe_2O_3:CaO=8:1$. Збільшення кількості CaO робить світлішим червоний колір ангобів і надає їм жовтого відтінку. При 3-4% Fe_2O_3 і співвідношенні $Fe_2O_3:CaO=4:1$ ангоби набувають світло-жовтого і рожевого кольору. Коричневий колір одержано введенням золи ТЕС.

Отримані зразки ангобованої кераміки задовольняють всім вимогам до кольору і адгезії ангоба з черепком, витримали випробування на морозостійкість і термічну стійкість.

Кольорова ангобована кераміка може бути використана для оздоблення фасадів готелів.

Література:

1. Зубехин А.П., Яценко Н.Д. Ангобы на основе красножгущихся легкоплавких//Строительные материалы. 2009.№ 3 с.4-041.

2. Буббико Дж., Крус Х. Керамика. Техники. Материалы. Изделия. М.: Ниола-пресс, 2006. 127 с.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНИХ ОПЕРАТОРІВ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Bovsh L.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor;

Hopkalo L.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor;

Kyiv National University of Trade and Economics

В теорії інвестицій важливе місце належить дослідженню проблем Формування та реалізації інвестиційної політики підприємств, яка базується на системі спонукальних умов зовнішнього та внутрішнього середовища. Ці фактори поглиблюють систему мотиваційних критеріїв та спрямовані на удосконалення методологічного апарату прогнозування ймовірних сценаріїв втілення інвестиційної політики підприємства.

Варто зазначити, що при формуванні інвестиційної політики підприємства необхідно врахувати головні особливості системного підходу – динамічність, взаємообумовленість, взаємозалежність та взаємозв'язок елементів системи, комплексність, цілісність, підлеглість, виділення основної ланки. Тобто системний підхід базується на вивченні об'єктів складних систем, що складаються з окремих елементів із численними внутрішніми зв'язками.

При цьому, застосування системного підходу в рамках його інвестиційної політики, перш за все, дозволяє вирішити наступні завдання:

- оцінити параметри інвестиційного потенціалу та визначити систему показників, що характеризують його ефективність;

- визначити стадію життєвого циклу підприємства, мету та умови здійснення інвестиційної діяльності;

- моделювати можливі варіанти розвитку подій з урахуванням інтересів власників, інвесторів та підприємства в цілому;
 - створити систему мотивації для інвесторів. Оцінити інвестиційну привабливість підприємства, знайти потенційних інвесторів;
 - знайти та відібрати об'єкти вкладення капіталу – власні та зовнішні, фінансові та реальні, які включаються до складу портфеля інвестицій;
 - безпосередньо проаналізувати обрані варіанти досягнення поставленої мети щодо використання інвестиційного потенціалу і зробити вибір найбільш підходящого за найімовірнішого розвитку подій;
 - здійснити аналітичні зведення та сформулювати певний вид інвестиційної поведінки підприємства, що визначає відповідний тип інвестиційної політики.
- Успішність інвестиційної політики залежить від ефективності інвестиційних проектів, які нею реалізуються. При чому результативність та ризик проекту безпосередньо визначаються учасниками проекту та їхньої взаємодії між собою. З огляду на це, варто оцінити готельний ринок України та присутність на ньому основних гравців – вітчизняних та міжнародних операторів (табл. 1)

Таблиця 1

Міжнародні готельні оператори в Україні

Бренд	Категорія	Місткість готелю, номерів	Місце-розташування
Rixos, PRYKARPATTYA	5	769	Львівська обл.
Interkontinental, Interkontinental Kiev	5	272	м. Київ
Hyatt, Hyatt Regency Kiev	5	234	м. Київ
Hilton Kyiv	5	262	м. Київ
Rezidor, Radisson SAS Kyiv	4	255	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Hotel Kiev Podil	4	164	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Resort, Bukovel	4	252	Івано-Франківська обл.
Park INN by Radisson Troyitska	4	450	м. Київ
Accor, IBIS Kiev City Center	3	212	м. Київ
Accor, IBIS Kiev Railway Station	3	160	м. Київ
Accor, Mercure Kyiv Congress Hotel	4	281	м. Київ
Wyndham Hotel Group, Ramada Lviv	3	103	м. Львів
Wyndham Hotel Group, Ramada Encore Kiev	4	264	м. Київ
IHG, Holiday Inn Kiev	4	208	м. Київ
Fairmont Raffles International, Fairmont Grand Hotel Kyiv	5	258	м. Київ
Marriott International, Aloft	4	320	м. Київ

Джерело: розроблено авторами за матеріалами [1, 2]

Як бачимо з таблиці 1, міжнародних готельних операторів приваблює готельний ринок м. Києва. Так, за даними компанії CBRE, на початку 2019 року в столиці працювало 106 готелів, в яких було 9800 номерів. Цього року номерний фонд Києва має збільшитися приблизно на 1000 номерів. Більшість відновлених проєктів нових та реконструйованих готелів їхні власники передають в управління мережевим операторам, як українським так і міжнародним.

Щодо національних мережевих готелів, в Україні вони представлені наступними брендами:

Таблиця 2

Національні готельні мережі України

Назва готельної мережі	Кількість готелів / номерів / категорія готелів	Місце розміщення готелів
Premier Hotels and Resorts	19 готелів / понад 2000 готельних номерів / рівень 3-5*	14 міст України / https://www.phnr.com/ua
Reikarts Holes Group	Понад 40 готелів / рівень 3, 3+, 4*	23 міста України та за її межами / https://reikartz.com/uk/
Royal Hotels and SPA Resorts	Понад 800 номерів	Київ, Трускавець, Буковель https://rhg.com.ua/ua/
Black Sea Hotels Group	6 готелів	Одеса, Київ та курорти Одеської області / https://blacksea-hotels.com/uk/
7 днів	3 готелі	Камянець-Подільський, Київ, Запоріжжя https://www.7dniv.ua/

Джерело: розроблено авторами за матеріалами офіційних сайтів готельних мереж та [3]

Як видно з таблиці 2, найбільшою мережею є Reikarts Holes Group, що об'єднує понад 40 готелів і представляє п'ять брендів: Reikartz Collection Hotel, Reikartz, Optima, Vita park, Raziotel, охоплюючи різні типи готелів. Premier Hotels and Resorts – перша готельна мережа в Україні – сьогодні нараховує 19 готелів категорії 3–5*.

Слід зазначити, що провідною тенденцією останніх років в Україні є активізація інтересу до нашої країни з боку міжнародних операторів, які активно шукають українських партнерів, зацікавлених в реалізації готельних проєктів, незважаючи на фінансову кризу, що почалася всередині 2008 року і відновилась в 2016 році після тривалої стагнації (2013-2016 рр.). Багато в чому прихід міжнародних брендів і управляючих компаній є природним показником розвитку готельного сектора України: представлено такі міжнародні оператори Global Hyatt Corporation, Rezidor Hotel Group, Rixos Hotel, Hilton Hotels Corporation, InterContinental Hotels & Resorts, Marriott International,

Accor Group, Starwood Hotels & Resorts, та національна управляюча компанія Premier International, а такі компанії як Marriott International, Kempinski Hotels & Resorts, Accor Group, Magic Life, Continent Hotels & Resorts, Choice Hotel International та інші задекларували свій інтерес до України. Ринкова кон'юнктура для подібних угод поліпшується. Наприклад, в 2018 році середній показник заповнюваності готелів категорії три і чотири зірки становив в Києві 55-65%, а середня вартість проданого номера для четвірок — 85 євро на добу, говориться в звіті консалтингової компанії Colliers International (Україна). Це приблизно на 30% вище в порівнянні з кризовими 2014-2015 роками.

Так, у 2018 році в Нью-Йорку компанія Marriott представила нову концепцію бренду Sheraton, яка врахована при будівництві Sheraton Kyiv Olimpiyskiy; у Львові – готель Hilton.

Незважаючи на депресивність економіки, готельний бізнес в Україні є інвестиційно привабливим. Отже, очевидно, що розвиток підприємств готельного господарства потребує розробки і реалізації інвестиційних проєктів.

Література:

1. Остапенко Я.О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки - Випуск 8. 2015 <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/256.pdf>
2. Огляд ринку готельної нерухомості // Colliers <https://www2.colliers.com/uk-UA/Research/1Q-2019-Kyiv-Market-Overview-Hotels>
3. Охріменко А. Г. Національна туристична система : монографія / А. Г. Охріменко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019.

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

Авдан О.,

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,*

Компанець К.,

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний торговельно-економічний університет*

Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до інтенсивного поширення їх на всі сфери людської діяльності. Одна зі сфер, яка найбільш тісно взаємопов'язана з інформаційними технологіями, є сфера надання послуг.

Сучасна індустрія гостинності і туризму за останні роки зазнала вкрай вагомій зміни, це пов'язано з тим, що відбулося впровадження нових комп'ютерних технологій. В сучасному гіпереінформаційному світі в продуктивній роботі суб'єктів готельного бізнесу відіграє важливу роль застосування різноманітних видів інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі системи; системи бронювання та резервування; мобільні системи зв'язку; електронні інформаційні системи; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Нині в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи і т.д. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre (табл.1)[7].

Таблиця 1

Глобальні розподільчі системи [9]

Показники	Sabre	AMADEUS	Galileo	Worldspan
Кількість працівників	9000	3654	Дані відсутні	3200
Розподіл	Більше 59000 турагентств	54405 турагентств у 198 країнах	Більше 52000 турагентств у 116 країнах	20210 турагентств у 60 країнах
Доходи	2,5 млрд. дол. США	1,6 млрд. євро	1,6 млрд. дол. США	Дані відсутні
Кількість бронювань	467,1 млн.	393,9 млн.	345,1 млн.	Дані відсутні
Постачальники	450 авіакомпаній, 53000 готелів, 54 компанії з прокату автомобілів	480 авіакомпаній, 54641 готелів, 47 компаній з прокату автомобілів	425 авіакомпаній, 60000 готелів, 23 компанії з прокату автомобілів, 430 туроператорів	533 авіакомпаній, 47000 готелів, 45 компаній з прокату автомобілів

Такі системи дозволяють резервувати всі основні складові туристичної інфраструктури, тобто вони фактично утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільчі мережі для всієї туристичної галузі[7].

На думку М. Хаммера і Дж. Чампі, значимість інформаційних технологій можна продемонструвати такими твердженнями [2]:

- компанія повинна змінити своє мислення з дедуктивного на індуктивне (здатність спочатку розпізнати ефективне рішення, а потім шукати проблеми, які воно може вирішити);

- компанія повинна паралельно здійснювати автоматизацію процесів і впроваджувати різноманітні технології;
- компанія перш за все повинна вишукувати новітні технології, а не проблеми, які виникають.

Для цього потрібно застосовувати найрізноманітніші інформаційні технології, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Однією з основних важелів та прямому зв'язку з споживачами в сучасних умовах можна вважати електронний бізнес підприємств готельного бізнесу який являє собою економічну діяльність, спрямовану на здійснення основних бізнес-процесів із використанням інформаційних і телекомунікаційних технологій. Він дозволяє використовувати більш економічні канали зв'язку з цільовими ринками, забезпечує простий і швидкий для споживача спосіб придбання товарів і послуг, високий рівень обслуговування та утримання потенційних гостей, сприяє скороченню витрат завдяки більшій ефективності внутрішніх операцій та комерційних процедур.

Електронний бізнес за типом суб'єктів, що взаємодіють, поділяється на категорії [4]:

- бізнес–бізнес (Business-To-Business, B2B) – концепція побудови бізнес-процесів підприємства і комплекс Інтернет-технологій та інструментів, які забезпечують підвищення прозорості підприємства і полегшують його взаємодію з бізнес-партнерами. Взаємодія між підприємствами переводиться на рівень спілкування інформаційних систем. При недостатньому рівні автоматизації застосовується форма контрольованого доступу працівників підприємства-партнера до внутрішніх інформаційних ресурсів підприємства. За цією схемою в туризмі функціонує система бронювання «туроператор – турагент». Такі системи використовуються не тільки для удосконалення бізнес-процесів, а також як потужний маркетинговий інструмент формування агентської мережі;

- бізнес–споживач (Business-To-Consumers, B2C) – концепція побудови бізнес-процесів підприємства і комплекс Інтернет технологій та інструментів, які забезпечують підвищення прозорості підприємства і полегшують його взаємодію зі споживачами (Інтернет-магазин);

- споживач–споживач (Consumers-To-Consumers, C2C) – концепція обміну досвідом придбання того чи іншого товару, взаємодії з тією чи іншою фірмою;

- бізнес–адміністрація (Business-To-Government, B2G) – концепція побудови бізнес-процесів підприємства і комплекс Інтернет технологій та інструментів, які забезпечують підвищення прозорості підприємства і полегшують його взаємодію з адміністративними органами;

- споживач–адміністрація (Consumers-To-Government, C2G) – концепція взаємодії споживача з адміністративними органами (соціальна, податкова сфери)[4].

Таким чином, можливості глобальної мережі Інтернет дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності готельного бізнесу, передусім, в маркетингу. Використання онлайн-операцій дозволяє готелю придбати нову аудиторію й охопити послугами значно більші території, відкрити нові форми роботи з гостями, забезпечити можливість постійної взаємодії з партнерами, а також отримати доступ до різних інформаційних джерел. Основні напрямки використання глобальних комп'ютерних мереж в сфері гостинності та їх зв'язок з цільовими аудиторіями представлено на рис 1.

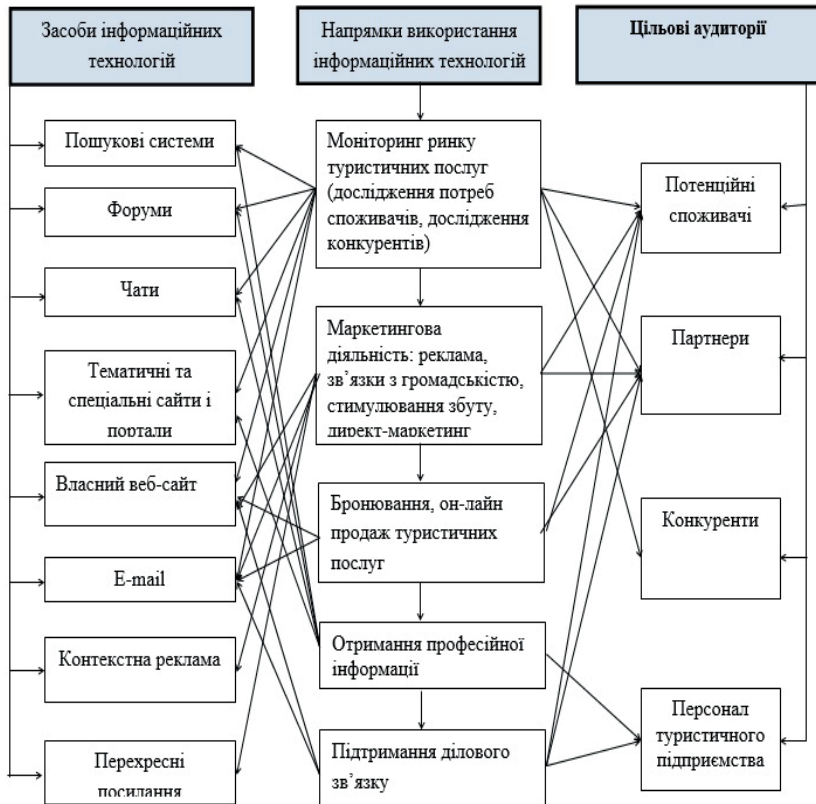


Рис 1 - Напрямки використання сучасних інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств
Джерело: розроблено авторами

Таким чином, можливості сучасних інформаційних технологій дозволяють використовувати її як ефективний засіб у діяльності готельного бізнесу, передусім, в маркетингу. Використання онлайн-операцій дозволяє готелю

придбати нову аудиторію й охопити послугами значно більші території, відкрити нові форми роботи з гостями, забезпечити можливість постійної взаємодії з партнерами, а також отримати доступ до різних інформаційних джерел.

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 туристської діяльності. Більшість туристських підприємств створюють власні сайти, використовують банерну рекламу, вдаються до прямої розсилки по електронній пошті. Комп'ютерні системи резервування дозволяють прискорити процес резервування 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.д [5].

Застосування мультимедійних технологій дозволяє потенційному клієнту наочно уявити потрібну йому інформацію, надалі це прискорить час вибору продукту і усуне виникли сумніви. Використання картографічних сервісів для створення туристських маршрутів [6].

При виборі туристичного продукту в переважній більшості, сучасний споживач звертається до ресурсів мережі Інтернет з метою отримання інформації про існуючі туристичні пропозиції. Споживач здійснює у мережі пошук інформації про туристичні фірми, країни, окремі послуги. Тому підприємствам гостинності для формування тісних стосунків з клієнтами туристичної послуги обов'язковим фактором є надання якісних послуг і популяризувати їх через глобалізаційні інформаційні мережі. Структурна схема надання якісних туристичних послуг за допомогою інформаційних технологій представлено на рис.2.

Інтернет технології здатні допомогти готельному підприємству вирішувати свої власні маркетингові задачі. Інтернет є одним із основних засобів просування та збуту готельних послуг: глобальна мережна відкриває доступ у рекламний простір країн світу, ознайомлюючи потенційних споживачів послуг з будь-якого куточка планети. Доступність будь-якої інформації може бути забезпечена сучасними інформаційними та Інтернет технологіями. Internet-реклама у всіх її формах найдешевше і в більшості випадків найефективніший засіб. Електронні статті та огляди в Інтернеті з одного боку - просто надають необхідну інформацію споживачеві, з іншого - несуть в собі приховану рекламу («вибір редакції», «краще співвідношення ціни і якості»). Стосовно стимулювання збуту через формування будь-яких видів бонусів і знижок. Зв'язки з громадськістю, припускають легкість отримання клієнтом консультацій різного виду (отримання довідкової інформації, прийом скарг і пропозицій). Особисті продажі в Інтернеті здійснюються за допомогою

глобальної мережі, менеджери підприємств гостинності можуть впливати на поведінку споживачів послуги гостинності. Так однією з найбільш важливих знахідок останнього «Глобального Барометра» обслуговування клієнтів (Global Customer Service Barometer), проведеного American Express, стала інформація про те, що підковані в соціальних медіа клієнти, які задоволені рівнем обслуговування клієнтів певних компаній, сказали, що вони б витратили на 21% більше на послуги і продукти цих компаній. На саміті Reuters Global Luxury and Fashion Summit керівники готелів поділилися своїм методом досягнення успіху.



Рис. 2. Структурна схема використання інформаційних технологій у процесі забезпечення якості туристичних послуг [3]

Тобто, активне впровадження сучасних технологій у діяльність підприємств готельного та туристичного бізнесу є необхідною умовою успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у даній сфері. Так зростаюча інформатизація приносить суттєві зміни як в роботу закладів гостинності так і на споживачів туристичних послуг.

Література:

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BA%D0%B8_%D0%B7_%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E
2. Войтюшенко Н. М., А. І. Останець. Інформатика і комп'ютерна техніка — К. : Центр навч. л-ри, 2006.
3. Зайцева О.І. Інформаційні потреби туристичних підприємств в умовах ринкової самоорганізації / О.І. Зайцева, К.В. Самойленко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1: Економіка. - 2014. - Вип.2(22). - С.33-36.
4. Категорії Інтернет-брендів[Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://studopedia.com.ua/1_148425_kategorii-Internet-brendiv.html
5. Кочковая Н. В., Корчагин С.В Влияние информационных процессов на становление современной науки / Кочковая Н. В., Корчагин С.В // Сборник научных трудов по материалам Межвузовской научно-практической конференции. Влияние информационных процессов на становление современной науки Шахты, 15 мая 2011 р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://elibrary.ru/item.asp?id=28772659>
6. Кочковая Н.В., Корчагин С.В Разработка виртуальной экскурсии по ватикану на основе flash-технологий / Кочковая Н.В., Корчагин С.В // Материалы Международной научно-практической интернет-конференции и V Всероссийского семинара – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://elibrary.ru/item.asp?id=28771186>
7. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - №2(6). - С.129–138. 11
8. Семеняк І. В. Стратегический маркетинг : учеб. пособ. / И. В. Семеняк. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007.с. 15. 10
9. Якушкина М. Galileo под новым трендом / М. Якушкина // Турбизнес. - 2007. - № 2. - С. 12. 4

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОСЕРВІСУ

Ложачевська О.,

доктор економічних наук, професор,

Григоренко Р.,

аспірант кафедри менеджменту,

Національний транспортний університет

Рационалізації кумулятивно-синергетичного ефекту інтеграції процесів передачі та сприйняття інформації про товари, послуги, проекти, конкурентів, ціни, нових гравців на ринку послуг відбуваються за допомогою маркетингових комунікацій. Так збалансованість та координованість форм та методів маркетингових комунікацій призводять до вибору маркетингової стратегії взаємодії підприємств з покупцями, клієнтами і бізнес-партнерами, що забезпечує досягнення ефективного впливу на них внаслідок системного доповнення різних видів маркетингової діяльності.

Акцентована увага до маркетингових комунікацій обумовлено якісними змінами в усьому гіперінформованому середовищі, їх зростаючою роллю в системі маркетингу і активним розвитком маркетингових комунікацій як об'єкта наукових досліджень, які наповнюються новим змістом.

Перше з них полягає в необхідності еволюційного аналізу закономірностей становлення системи поняття інтерактивних маркетингових комунікацій, визначенні внутрішньої логіки їх розвитку в координатах ретроспективно-історичного узагальнення світової практики діяльності підприємств.

По-друге зумовлюється евристичною значимістю побудови моделі системи інтерактивних маркетингових комунікацій, що відбиває інтегральну єдність всіх комунікацій через апарат інструментів, засобів і технологій маркетингових комунікацій та забезпечує, внаслідок їх системності, синергетичний ефект.

Третя обставина визначається потребою активного переструктурування системи інтерактивних маркетингових комунікацій для формування сприятливого середовища обміну повідомленнями між підприємством, що пропонує на ринок товари і послуги та цільовими аудиторіями з урахуванням зміни ставлення споживачів до рекламної інформації, зростання потреб у індивідуалізованій інформованості про товари чи послуги, внаслідок чого посилюється кастомізація, перетворення традиційних засобів масової інформації в диверсифікований комплекс засобів надання споживачам послуг.

Четверта обставина характеризується активними ринково-інноваційними перетвореннями України в цілому і діяльності конкретних підприємств, зокрема, а також розвитком маркетингових досліджень, що передують побудові інтегрованих маркетингових комунікацій. В зв'язку з чим представляється необхідним подальший науковий пошук евристичних теоретико-прикладних

рішень, адекватних сучасному етапу розвитку маркетингових комунікацій, що дозволяють концептуально обґрунтувати перспективні моделі і методи їх інтеграції, розробити методiku оцінки ефективності даного процесу.

Отже, зазначені вище аргументи на користь актуальності проблематики, обраної для дисертаційного дослідження, в достатньою мірою підтверджують її теоретичну значимість при явно вираженій практичній спрямованості.

В кінці ХХ - початку ХХІ століття отримала розвиток сучасна концепція інформаційних маркетингових комунікацій, теоретико-методологічну основу якої складає ідея збалансованості та координованості різних форм і методів комунікацій в рамках загальної маркетингової стратегії взаємодії компанії з покупцями, клієнтами і бізнес-партнерами, що забезпечує досягнення ефективних впливів на них внаслідок системного доповнення різних видів маркетингової діяльності.

Дослідницьке поле інтегрованих маркетингових комунікацій є досить широким, в зв'язку з чим було потрібно формування його теоретичної платформи за допомогою системного використання і сполучення концептуальних положень ряду теорій, що сформувалися в сучасному мейнстрімі. Дослідження базується на системно-функціональному підході, що дозволяє конструктивно і ефективно використовувати теоретичні положення, наукові принципи і концептуальні позиції, обґрунтовані провідними вітчизняними та зарубіжними вченими в сфері ринкових відносин, маркетинг-менеджменту, стратегічного маркетингу, маркетингових комунікацій при розробці авторської версії формування системи інтерактивної маркетингової комунікації. На автосервісних підприємствах споживачам надаються послуги, що є результатом доцільної виробничої праці у формі діяльності. Послуга завжди розуміє існування, з одного боку, споживача, з іншого – працівника, який входить у контакт з ним. Споживача цікавить не сама праця, а її корисний ефект. Особливості споживачів, специфіка сфери діяльності надають можливість вважати корисними споживацькі властивості послуг, що більш повно задовольняють запити основної маси населення. Попит на автосервісні послуги зумовлений рівнем автомобілізації країни, розвитком ринку постачання, визначається багатогранністю послуг підприємств автосервісу і їх значенням для споживачів.

Так, перші передумови зацікавленості маркетингологів питаннями якості послуг та заохочення потенційних клієнтів відносяться до у 70-х років минутого століття. З цим етапом і пов'язується виникнення науки про маркетинг послуг, який сьогодні є основною концепцією розвитку маркетингової комунікації.

На даний час відомі кілька концептуальних моделей маркетингу послуг, такі як: модель Д. Ратмела, модель П. Ейгліє і Е. Ланггарда, модель К. Грюнроса, модель М. Бітнер, модель Ф. Котлера.

Незважаючи на те, що еволюційний розвиток діяльності підприємств пов'язаний до переходу до маркетингу 3.0, слід відмітити зв'язок моделей інтерактивного -маркетингу з моделями стандартного маркетингу табл. 1.

Аналіз моделей, що використовуються в інтерактивному маркетингу

№	Моделі	Автори	Характеристики	Складові
1	Модель 4 «Р».	Джерри Маккарти і Нейлом Борденом	Визначили основні чинники, що впливають на маркетингову діяльність підприємств, які в своїй черзі мають безпосереднє відношення до розвитку інтерактивного – маркетингу	Продукт Ціна Місто Просування
2	Модель 5P	К. Грьонроса підтримав Ф. Котлер	До вже сформованим елементів маркетингової концепції додався ще один елемент - «People» маркетинг стає орієнтованим на клієнта.	Продукт Ціна Місто Просування Люди
3	Модель 7 «Р».	Б.Бумс і Дж. Бітнер	До існуючих елементів додані ще три: - 5K-PEOPLE - в контексті інтернет-маркетингу аудиторія інтернет простору; - 6P-PROCESS - процес здійснення покупки в онлайн-просторі; - 7P- PHYSICAL EVIDENCE - форма підтвердження досконалої угоди і закріплення права власності за покупцем	Продукт Ціна Місце Просування Люди Процес Форма
4	Моделі 4С.	Б.Лотеборном	Це сприйняття цільової аудиторії. У широкому сенсі сюди включаються як покупець, так і особи, які приймають рішення про здійсненні покупки, а так само особи, які впливають на дані рішення. В ході проведення маркетингової компанії враховуються не тільки ті фінансові ресурси, які клієнт повинен затратити на здійснення покупки і супутні прямі і непрямі витрати. Маркетингові заходи спрямовуються на те, щоб товар знаходився в найбільш вигідному для покупця місці в найбільш зручний для нього час. Товар наділяється додатковим набором переваг для покупця. До даному елементу можна застосувати термін «Value», тобто цінність, тобто даний елемент має на увазі підвищення ефективності маркетингової комунікаційної політики підприємства за допомогою проведення рекламних заходів, PR, прямого маркетингу з метою підвищення інформаційної обізнаності клієнта не тільки про наявність товару, але і основних його значущих характеристиках і вигоді від придбання.	1С-Customer - до даної категорії відносяться цінності, потреби, потреби покупця, необхідність їх більш ретельного вивчення. 2С- Cost - витрати споживача. 3С- Convenience - доступність послуги для клієнта. 4С - Communication - комунікативність

5	Модель SIVA.	Ч.Девом і Д.Шульцом	<p>До її складу входять наступні елементи:</p> <p>Вибирається і оцінюється найбільш відповідне рішення для задоволення потреби клієнта. Даний елемент має на увазі під собою наявність інформації про продукції, що випускається у можливого споживача для прийняття рішення про здійснення покупки. Дана категорія є вдосконалим елементом теорії. Доступність послуги для клієнта, тобто поняття «цінність» розглядається як забезпечення інформацією покупця про конкретної послуги, про те які витрати він понесе і які можливості отримає. Цей елемент моделі маркетингу SIVA визначає необхідність створення зручної системи оплати за товар і її доставки, тобто знаходиться в прямій залежності від рівня розвитку системи інтернет маркетингу компанії, яка визначає можливість вільного доступу до каталогу продукції в режимі online</p>	<p>S-Solution - рішення Information - інформація. V-Value - цінність. «Convenience» - доступність послуги для клієнта. - A-Access - доступ</p>
6	Модель 2P+2C+3S.	О.Отлаканом	<p>Процес виявлення клієнта з метою встановлення з ним партнерських відносин, що є основним завданням маркетингової діяльності.</p> <p>Формування бази даних, що включає особисту інформацію про клієнтів передбачає певний рівень захисту і порядок доступу. Увага даному аспекту приділяється і в попередніх концепціях, проте в даній моделі обслуговування відбувається за допомогою електронного спілкування, що значно ускладнює представлену модель. Розглядаючи цей елемент, слід відзначити, що в концепції відводиться особливе значення взаємодія не тільки поодиноким клієнтом, але і з різними об'єднаннями в мережі. Site - елемент, властивий тільки даній моделі маркетингу.</p> <p>Цією категорією обумовлена позиція продукції компанії в мережі Інтернет. Використання мережі Інтернет в даній моделі виходить на перший план і стимулювання продажів із застосуванням різних інструментів інтернет-маркетингу визначає можливість виходу на більш високий рівень.</p>	<p>Персоналі. - Personalisation - персоналізація - Конфіденц. - Privacy - конфіденційність - Обслуж. - Customer service - обслуговування клієнтів - Спільнота - Community - спільнота. - Сайт -- Site - сайт (інтернет-ресурс) - Security - елемент, що позначає безпеку процесу купівлі-продажу та збору персональних даних; - Sales Promotion - стимулювання продажів. Безпека</p>

7	Модель i-marketing.	Запропонована консалтинговою компанією «Лідмашіна»	Включає наступні елементи: залучення; методи переконання; утримання; аналітика	Залучення. Важіль Переконання-Утримання. Аналітика
---	---------------------	--	--	--

Джерело: сформовано автором на підставі джерел [5,6,7]

На відміну від досліджених концепцій проривного характеру, сфера дії яких зазвичай обмежувалася галузями матеріального виробництва, сучасні інформаційні технології інтерактивного маркетингу універсальні у своєму застосуванні. При цьому вони не просто поширюються на послуги, але знаходять тут особливо сприятливе підґрунтя, повною мірою відповідаючи специфіці виробництва багатьох видів нематеріального продукту. У багатьох галузях, насамперед з високим рівнем інформаційного змісту, інтерактивні маркетингові комунікації стали технологічною основою виробничих процесів і операцій.

Література:

1. Ілляшенко С.М. (ред) Інновації у маркетингу і менеджменті Монографія. — За заг. ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. — Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. — 616 с.
2. Кевин Келлер, Филип Котлер (Philip Kotler) Маркетинг Менеджмент Питер-2018-С.848
3. Классификация перспективных клиентов по потенциалу сотрудничества [Электронный ресурс] // Записки маркетолога – Режим доступа до ресурсу: http://www.marketch.ru/notes_on_marketing/marketing_tactics/tipologia-klientov-potentsial-sotrudnichestvo/.
4. Компанець К.А. Імплементация маркетинговой информационной системы в діяльність підприємств сфери послуг [Текст] / Катерина Андріївна Компанець // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка” – 2019р. Вп 2 № 12
5. Онлайн-брокер медийной интернет рекламы и ссылочная биржа [Электронный ресурс] / [Ресурс доступу]: - URL: <http://www.prospero.ru>, свободный. - Загл. с экрана
6. Пирогова, С.В. Электронная коммерция // учебное пособие – М.: Перспектива, 2008. – 300 с
7. Сервис «Яндекс.Блоги» [Электронный ресурс] / [Ресурс доступу]: - URL: <http://blogs.yandex.ru>, свободный. - Загл. с экрана.
8. Л.В. Балобанова. Маркетинг підприємства / Балабанов Л.В., Холод В.В., Балабанов І.В. – К. 2013

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСТИННОСТІ

Іванчук С.,

кандидат економічних наук, доцент,

Бондаренко В.,

старший викладач кафедри туризму,

Мороз О.,

асистент кафедри туризму,

Національний транспортний університет

Індустрія гостинності постійно поширюється та змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів середовища. Сфера готельно-ресторанного господарства виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (обслуговування споживачів). Економічні функції сфери готельно-ресторанного господарства розглядаються як комплексний механізм виробництва та надання послуг гостинності та харчування, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги порівняно з іншими галузями бізнесу. Перш за все, це перспективна галузь для вкладання інвестицій, і також це гарантує досить швидкий обіг коштів які вкладаються у бізнес.

Разом з тим, ринок ресторанних послуг характеризується жорсткими умовами конкуренції серед закладів, тому головною задачею постає виживання в цих умовах та боротьба із конкурентами. Тому це визначає необхідність запровадження процесу диференціації послуг з метою позиціонування готельно-ресторанного господарства.

Процес диференціації послуг у готельно-ресторанному господарстві досліджується і по цей день і потребують подальшого вивчення. Технології не стоять на місці, і кожного дня з'являється безліч різних способів вийти на новий рівень, так би мовити обійти конкурентів, в сфері обслуговування споживачів в готельно-ресторанному господарстві.

Є багато визначень стратегії, які важно сформулювати одним реченням. Багато авторитетних вчених трактували власне визначення стратегій диференціації, кожне з яких має різний зміст.

Результати дослідження розвитку диференціації послуг в галузі ресторанного господарства висвітлено у працях (О.І. Кочерги, Шульгіної Л., Н.В. Смірної, Н.О. П'ятницької, О.Д. Тімченко, Бойко М.Г., О.П. Ткаченко, Норта Д., Корягіна Т. В., Воронкової Т. Є., Голубкова Е. П., Іляшенко С. А., Федулової Л. І., Холода Б. І., Черваньова Д. М., Портера М., Карлодіф. Б., П. Друкер та інші.)

Однак, незважаючи на значні наукові напрацювання з цієї проблематики, окремі її аспекти, зокрема сучасний стан методології та тенденції розвитку потребує дослідження.

У науковій роботі В.О. Василенко і С.С. Ткачова класифікацію конкурентних переваг підприємств гостинності пропонується здійснювати за такими класифікаційними ознаками: відношення до системи, джерела створення, ступінь стійкості, характер фактору, рівень ієрархії, спосіб одержання переваги, ініціатор, метод конкуренції, можливість управління з боку підприємства, тривалість дії, життєвий цикл, вид одержуваного ефекту від реалізації переваги, тип підприємства (закладу) ресторанного бізнесу та особливості операційної діяльності, сфера прояву, зміст переваги з позиції споживачів, відповідність концепції управління, роль у забезпеченні конкурентної стратегії. [2]

Д.Л. Мельник писав що, будь-яка маркетингова стратегія визначає вектор дій підприємства і по відношенню до споживачів, і по відношенню до конкурентів. Вона є довгостроково орієнтованою; являє собою засіб реалізації маркетингових цілей підприємства; базується на результатах маркетингового стратегічного аналізу; має певну підпорядкованість в ієрархії стратегій підприємства; визначає ринкове спрямування діяльності підприємства; є складовою частиною формування маркетингової стратегії, який має певну логіку, послідовність і циклічність. Формування маркетингової стратегії складається із п'яти взаємопов'язаних стадій. Усі вони доповнюють одна одну і в загальному вигляді кінцевим продуктом виходить маркетингова стратегія підприємства. Формування обґрунтованої маркетингової стратегії відіграє важливу роль у забезпеченні досягнення стратегічних цілей підприємства (фірми).

Тобто, обґрунтування стратегії суб'єкта гостинності має виходити з реалізації принципів підвищення якості та економічної доцільності розширеного спектру послуг.

На сьогодні, суб'єкти гостинності пропанують великий спектр послуг. Тому досить складно запропонувати якісь принципові нові види послуг, так як їх зміна може торкнутися зміни ключових операційних показників роботи суб'єкта гостинності, що може становити високі ризики в сучасних кризових умовах. Тому реалізацію стратегії диференціації доцільно здійснювати виключно у сегменті додаткових послуг, оскільки:

- цей варіант має мінімальні операційні ризики, оскільки не стосується зміни ключових механізмів операційної діяльності суб'єкта гостинності;

- розширення спектру додаткових послуг дозволяє підвищити імідж суб'єкта гостинності, збільшити рівень його позиціонування за асортиментом наданих послуг порівняно з основними конкурентами;

- розширення додаткових послуг дозволить збільшити обсяги доходів суб'єкта гостинності без суттєвих капіталовкладень та зростання операційних витрат;

- підвищення привабливості пакету послуг суб'єкта гостинності.

З метою розробки та удосконалення стратегічного управління суб'єкта

гостинності пропонуємо структурно - логічну модель, яку наведено на рис. 1.

Для визначення загальних напрямків розвитку вибраної стратегії управління в аспекті забезпечення якості послуг запропоновано удосконалити через створення підсистеми його науково-технічного забезпечення шляхом впровадження комплексної інформаційної системи підтримки прийняття управлінських рішень (ІСППР). Удосконалення організаційно-правового забезпечення управління якістю суб'єктом гостинності послуг рекомендовано здійснювати через упровадження 3-рівневої моделі (на державному рівні, галузевому та рівні підприємства) [6]. За умови, коли моніторинг виконання показників бюджету проводиться лише в межах учасників, виникає ризик фальсифікації даних з метою приховування порушень.

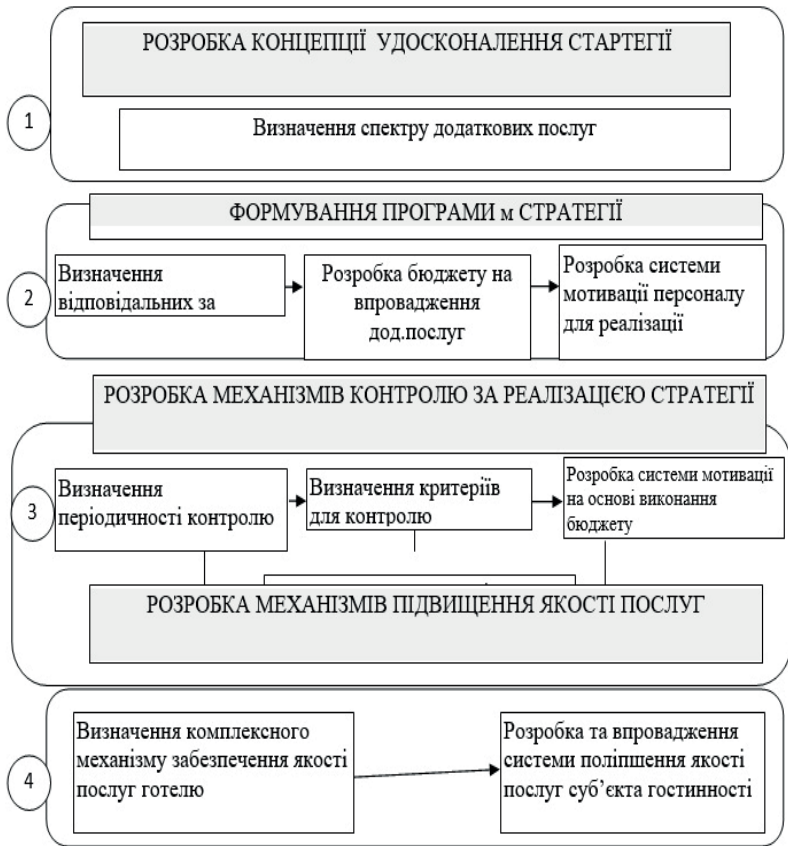


Рис. 1. Структурно-логічна програми розробки та удосконалення стратегічного управління суб'єктом гостинності

Розроблення та впровадження системи якості суб'єктом гостинності дасть змогу задовольнити потреби споживачів послуг, забезпечити динамічний розвиток готельного господарства в Україні, сприятиме покращенню стимулювання працівників підприємства та задоволенню інтересів власників (акціонерів, інвесторів). Розробка системи контролю за реалізацією стратегії суб'єктом гостинності передбачає такі кроки: встановлення періодичності контролю в розрізі видів бюджетів та бюджетних показників – раз на місяць, квартал, рік. Визначення основних бюджетних критеріїв контролю (конкретні показники та їх характеристики) – планові обсяги надання послуг, надходження грошових коштів, ліміти витрат, норматив заборгованості перед постачальниками та контрагентами.

Література:

1. Горелов Д.О., С.Ф. Большенко. - Харків: . Стратегія підприємства. Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.
2. 14. Диференціація (маркетинг) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://moayaosvita.com.ua/marketing/diferenciaciya-marketing/>
3. Дорошенко Г.О. – Менеджмент: навч. посібник / за заг. ред. – Харків, “ВСВ-Принт”, 2015. – 300 с.
4. Дослідження сучасних альтернатив та принципів стратегічного управління як фактору розвитку підприємств у сфері готельних послуг / Н. М. Корсікова, В. В. Лемешева // Економіка харчової промисловості. - 2018. - Т. 10, Вип. 4. - С.95-101. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/opac/search.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=echp%5F2018%5F10%5F4%5F12
5. Друкер. П – Як забезпечити успіх у бізнесі : Новаторство і підприємництво / Пітер Друкер . – Київ : Україна, 1994 . – 319 с. - Пер. з англ. В.С. Гуля. – Бібліогр: с. 307-308
6. Економічна стратегія та політика реалізації європейського вектору розвитку України: концептуальні засади, виклики та протиріччя: Всеукраїнська науково-практична конференція: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/publish/208668/>
7. Інноваційний менеджмент. Хотяшева О.М. 2-е изд. - СПб.:2006. – 384 с.

СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Лаврик І.Ф.,

*кандидат технічних наук,
професор кафедри менеджменту,*

Литвишко Л.О.,

кандидат економічних наук, доцент,

Железняк К.Л.,

кандидат економічних наук, доцент,

Висачила О.М.,

асистент кафедри менеджменту,

Національний транспортний університет

Явища реального світу й процесни, що відбуваються у суспільному виробництві, об'єктивно відбиваються за допомогою інформації, потоки якої реально існують поряд з потоками робочої сили, матеріалів і знарядь праці. Подібно до речовини та енергії, інформацію можна створювати, обробляти, зберігати, передавати, викоринтовувати. Ефективне викоринстання інформаційних ресурсів підприємств базується на: визначенні потреб щодо інформації, проведенні системного її аналізу, створенні й підготовці програм, впровадженні комп'ютерної техніки [5, с. 214].

Дослідженням даних питань займалися вітчизняні і зарубіжні вчені, наприклад: Нідлз Б., Перрі.У, Тесленко Г.С., Скірта Б.К., Завгородній В.П., Мішенін О.І., Ковальчук К.Ф., Кропивко М.Ф., Плаксінко В.Я., Завадський В.С., Галушко О.С., Вакульчик О.М., Довбня С.Б., Гордієнков І.В. та інші. За системного підходу до створення ІСУ на підприємствах економічний об'єкт вивчають як комплекс його взаємозв'язаних частин, об'єднаних єдиною метою функціонування. Він потребує дослідження внутрішніх та зовнішніх зв'язків.

Інтеграційний підхід – це спосіб організації окремих складових ІСУ в одну систему, що підтримує узгоджену і цілеспрямовану їх взаємодію, забезпечуючи високу ефективність функціонування всієї ІСУ на підприємстві. Тобто ІСУ розглядається як багатоконпонентна система, в якій кожен компонент доповнює інший. Встановлюються взаємозв'язки не тільки між окремими підсистемами та складовими ІСУ, а й між рівнями, суб'єктами управління та стадіями життєвого циклу об'єкта управління в процесі створення та функціонування цієї системи.

Створення ІСУ на підприємстві – складний динамічний процес, що є результатом неперервного циклічного руху інформаційних потоків, головною рушійною силою якого є час. Саме тому важливу роль відіграє

динамічний підхід. Інформаційну систему необхідно розглядати в динаміці (діалектичному розвитку), в причинно-наслідкових зв'язках. Створюючи та вдосконалюючи ІСУ, необхідно враховувати такі чинники, які вимагають динамічного розвитку інформаційних систем: науково-технічний прогрес, зміна потреб споживачів та виробничого процесу, демографічні зміни, зміна в структурі галузі або ринку, інноваційні процеси, зміна засобів оброблення інформації тощо. Аналіз проводять як в ретроспективному, так і в перспективному (прогноз) плані.

Діяльність будь-якої системи, зокрема й інформаційної, залежить від впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Ринкові умови змушують підприємства пристосовуватись до змін і відповідно на них реагувати. На противагу універсальним принципам керівництва людьми на підприємствах виникає ситуаційний підхід у менеджменті, який передбачає адаптацію інформаційних систем до конкретних ситуацій. Найефективнішою у конкретній ситуації буде та ІСУ, яка найбільше відповідатиме ситуації, тобто буде максимально адаптованою до неї.



Рис. 1 Чинники, які впливають на впровадження та використання інформаційних систем

Інформація — сукупність повідомлень, які відображають конкретний аспект явища, події, виробничо-господарської діяльності.

Необхідний для управління обсяг інформації визначається з урахуванням розміру, та спеціалізації підприємства, його організаційної структури, характеру розвитку внутрішніх зв'язків, а також зв'язків з іншими підприємствами та організаціями. При цьому враховуються також суб'єктивні фактори: освіта й компетентність керівника, його організаторські здібності, методи й стиль управління тощо. Ефективна інформаційна система передбачає одноразовість реєстрації первинної інформації, чіткість форм і стислість записів, взаємну погодженість

системні показники, уніфікацію документів тощо.

Досвід управлінської діяльності на автотранспортних підприємствах свідчить, що при організації інформаційних процесів доводиться вирішувати сукупність взаємопов'язаних питань, зокрема: яка інформація має надходити до управлінського апарату; які структурні підрозділи й з якою періодичністю повинні подавати інформацію; які носії інформації використовувати (люди, оргтехніка); для якої групи управлінських працівників подається інформація й у якій формі. Тому автосервісним підприємствам потрібно правильно визначитися щодо проблем організації регламентування діяльності апарату управління, класифікації інформації, її кодування й декодування, досягти високої чіткості в розподілі посадових функцій службових осіб і в разі внесення змін до прав та обов'язків працівників змінювати інформаційне їх забезпечення, а також скорочувати потоки непотрібної інформації [20, с. 31]. Важливо методично правильно вибирати показники, які б найточніше відбивали суть явищ і процесів, створювали системну взаємопов'язаних показників, за допомогою яких можна було кількісно й якісно характеризувати діяльність підприємства. Система показників повинна розроблятися таким чином, щоб вона точно відображала вимоги до виробництва і організації системи управління, відображала платоспроможність, ліквідність, конкурентоспроможність підприємств. Водночас інформаційна система не повинна передбачати надмірності даних. За спостереженнями психологів, найбільший інтерес до праці виникає тоді, коли працівникові не вистачає знань для виконання роботи й це спонукає його до творчості.

Аналіз потоків інформації надає можливість визначити особливості діючої системи менеджменту, методи й стиль роботи управлінського апарату, виявити недоліки в організації управління, визначити загальний обсяг інформації, яку слід зібрати й опрацювати для забезпечення нею керівників. Аналіз потоків інформації надає змоги для створення інформаційних моделей, які відбивають технологію підготовки й маршруту документів, алгоритм формування показників, а також взаємозв'язок між структурними підрозділами й особами, які беруть участь в обробці та використанні інформації. Інформаційні моделі можуть мати форму описів, схем, графіків, таблиць, матриць.

Потоки інформації на автотранспортних підприємствах вивчаються за допомогою аналізу документів, анкетного або усного опитування, спеціальних експертних обстежень і оцінок, фотографії (самофотографії) робочого дня управлінських працівників тощо. Залежно від мети і об'єкту застосовуються різні методи в певній комбінації. До матеріалів обстеження додаються копії всіх документів і рекомендації щодо усунення їх дублювання, раціоналізації маршрутів руху документів.

Тобто, необхідний для управління обсяг інформації визначається з урахуванням розміру, та спеціалізації підприємства, його організаційної структури, характеру розвитку внутрішніх зв'язків, а також зв'язків з іншими підприємствами та організаціями. При цьому враховуються також суб'єктивні фактори: освіта й компетентність керівника, його організаторські здібності, методи й стиль управління тощо. Ефективна інформаційна система передбачає одноразовість реєстрації первинної інформації, чіткість форм і стислість записів, взаємну погодженість системи показників, уніфікацію документів тощо.

Література:

1. Гайдамакин Н. А. Автоматизированные системы, базы и банки данных. Вводный курс: Учебное пособие. — М.: Гелиос АРВ, 2002. — 368 с.
2. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології. Навчальний посібник. — Х.: ХНАМГ, 2010. — 222 с.
3. Избачков Ю. С. Информационные системы: учебник : — 2-е изд. — СПб: Питер, 2008. — 656 с
4. Мельник Л.Г, Ильяшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия: Учебн. пособие – Сумы: ИТД “Университетская книга”, 2004. – 400 с.
5. Методи та засоби мультимедійних інформаційних систем: навч. посіб. / Т. М. Басюк, П. І. Жежнич; Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. — 426 с. — Бібліогр.: с. 413—416.
6. Основи інформаційних систем: Навч. посібник / Ситник В.Ф., Писаревська Т.А., Єрьоміна Н.В., Краєва О.С.; За ред. Ситника В.Ф. – К.:КНЕУ, 2001. – 420 с.
7. Ревенко Н.Г. Управление ресурсами промышленных предприятий в условиях переходного периода. – К.: 2000. – 256 с.
8. Roche E.M. Managing Information Technology in Multinational Corporations. – New York: Macmillan Publishing company, 1992. – 450 p

БРЕНДИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Салімон О., к.е.н., доцент,

Расулова А., к.е.н., доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

Дослідження та практичний досвід показують, що успішність суб'єкту ресторанного бізнесу залежить від стратегії розвитку власного бренду,

спрямовану на формування лояльності споживача. В умовах ведення сучасного бізнесу недостатньо створити якісний продукт або послугу – необхідно задіяти інструменти і методики на розкрутку бренду [1].

Бренд, як асоціація у свідомості цільової аудиторії, символізує будь-які певні якості продукту або характеристики самого виробника продукту. Для цього бренд повинен бути пізнаваний; як правило, права на його використання захищають юридично.

Бренд – це комплекс об'єктивно-віртуальних параметрів, що поєднує реальні характеристики товару та його суб'єктивний відбиток у свідомості споживачів разом з генерованими за допомогою інструментів маркетингу віртуальними перевагами та цінностями; це невідчутна сума властивостей продукту, його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації та способу рекламування; бренд є поєднанням враження, яке він справляє на споживачів, і результатом їх досвіду використання даного продукту; це єдине в своєму роді уявлення про товар або послугу, що глибоко вкоренилося у психіці клієнта [2].

Фірмовий стиль – це набір кольорових, графічних, мовних, типографських постійних констант, які забезпечують візуальну та змістову єдність товарів, послуг, інформації підприємства, його внутрішнє та зовнішнє оформлення. Серед основних атрибутів фірмового стилю суб'єкту ресторанного бізнесу можуть бути:

- **неймінг** – комплексна система заходів щодо розроблення назви бренду компанії, яка відповідає ключовим складовим платформи бренду і дає змогу ідентифікувати певний суб'єкт, його продукцію та послуги, підкреслюючи їх переваги та новизну, унікальні особливості та конкурентні переваги;

- логотип - візуалізація торгової марки, яка ідентифікує бренд;
- легенда закладу, страви;
- слоган або фраза - «Я це люблю» є частиною бренду McDonalds;
- форми – впізнавана форма котлети по-київськи;
- кольори - салатний відтінок у мережі «Salateira»;
- звуки - унікальна мелодія або набір нот, які ідентифікують бренд;
- аромати - фірмовий аромат кави Starbucks Coffee Company;
- смаки - Kentucky Fried Chicken торгова марка з її особливим рецептом з одинадцяти трав і спецій для смаженої курки.

Переваги використання фірмового стилю:

- допомагає споживачу швидко знайти товар;
- надає виробнику перевагу в інформаційному полі;
- дозволяє виводити на ринок нові товари з мінімальними витратами;
- підвищує ефективність реклами;
- зменшує витрати на комплекс комунікацій.

Основні носії елементів фірмового стилю у ресторанному бізнесі: бланки меню, винної/барної/чайної карти, преїскуранту, друкована реклама підприємства; інструменти паблік рілейшнз; сувенірна продукція; комплімент

від шефа та інші носії.

Брендинг – це механізм створення та просування послуг компанії, дії, щодо створення позитивної думки про них, яка спирається на значний вплив на певний сегмент споживачів торгівельної марки, товарного знака, рекламної кампанії, заходів стимулювання збуту, місць продажу продукції/послуг, та інших складових, які виділяють послуги компанії серед конкурентів, створюють її образ, підкреслюють позиції та унікальність.

Таблиця 1

**Складові бренду у сфері ресторанного бізнесу
та способи їх просування [3, 4, 5]**

Елемент бренду	Приклади	Можливі способи просування бренду
Бренд рестораних рейтингів	Гіди Michelin, Zagat; рейтинг The World's 50 Best Restaurants; національна ресторанна премія «СІЛЬ»	Відкрита та прозора політика щодо оцінювання ресторанів, авторитетні та визнані експерти
Бренд мережі закладів	«Сім'я ресторанів Дмитра Борисова», Domino's Pizza, Subway, Starbucks, McDonald's	Унікальна концепція, формат бізнесу; дизайн-проект інтер'єру; гастрономічна команда; Wow сервіс
Бренд закладу (ресторану/бару/кафе)	Ресторани Noma, Mirazur, Gordon Ramsay, Lune - футуристична пекарня, Milk Bar, Львівська майстерня шоколаду	Бренд ресторану = айдентика (імідж закладу) + продукт + сервіс / налагоджені процеси
Бренд ресторатора	Jamie Oliver, Gordon Ramsay, Савелій Лібкін, Хестон Бломенталь	Успішні проекти, власний PR, відкрита політика спілкування зі споживачами
Бренд шеф-кухаря	Rene Redzepi, Anthony Michael Bourdain, Емеріл Лагас, Євген Клопотенко, Максим Храмов	Власна кулінарна школа, проведення майстер-класів, індивідуальний стиль, високі рейтинги ресторанів під їх патронатом, комунікація з гостями
Бренд страви/ напою	Healthy Burger від мережі Wendy's, вареники, київська перепічка, кава Starbucks, торт «Захер» від Cafe Sacher Vienna	Реінжиніринг меню, дизайн-меню, дотримання власних стандартів
Бренд послуги	Школа з приготування стейків (Whisky Come); вечеря під небом (Dinner in the Sky), Котокафе, Антикафе	Популяризація та PR індивідуального формату обслуговування; розвиток власної продуктової пропозиції
Бренд кухні	Національні кухні (японська, французька, українська)	Популяризація бренду серед туристів
Бренд сервісу	Швидкість, якість обслуговування (McDonald's); «Пузата Хата», BEEF meat&wine	Розробляти власні стандарти сервісу, жорсткі умови їх дотримання

Основним завданням брендинга суб'єктів ресторанного бізнесу є визначення унікальних якостей продукції чи послуги, а також формування та подальший розвиток у споживача позитивного настрою та асоціацій, пов'язаних з торгівельною маркою. Поняття бренду у сфері ресторанного бізнесу багатовекторне через специфіку ведення господарської діяльності. Кожен з елементів бренду використовує власну систему способів просування (таблиця).

Об'єктом просування в брендингу є бренд як комплексна маркетингова система, яка використовується в сучасній підприємницькій діяльності для створення додаткових конкурентних переваг на ринку, де сам товар – одна зі складових маркетинг-міксу [1].

Як інструмент ресторанного бізнесу брендинг є інвестиціями, які розробляють для одержання економічних результатів. Культура, співробітники, внутрішні стандарти, програма розвитку ресторанів і те, що створює продукт, також є чіткою відмінністю і цінністю для споживачів. При виборі методів розкрутки конкретного елементу бренду у сфері ресторанного бізнесу необхідно враховувати людський фактор - специфіку цільової аудиторії і менталітет людей конкретної країни або регіону, де буде проводитися просування товарів або послуг.

Інтернет-простір є ідеальним середовищем для брендингу. Адже там зібрана цільова аудиторія будь-якого продукту і послуги, яку можна відфільтрувати різними способами - «таргетувати». В інтернеті є можливість вести прямий і відкритий діалог зі своїми споживачами, відповідати на їх запитання, оперативно інформувати про якісь нововведень або акції, що проводяться [2]. Крім усього іншого, просування бренду в мережі можна вести з істотно меншими витратами в порівнянні з офлайн-просуванням, або навіть взагалі без фінансових витрат (залежно від обраних методів) [1].

Література:

1. Лапіцька Л. Управління брендингом на підприємстві / Л. Лапіцька // Маркетинг. – 2007. – №5. – С. 48-61.
2. Офіційний сайт брендингової компанії KantarMillwardBrown [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.millwardbrown.com>.
3. The World's 50 Best Restaurants 2019: The Full List of Winners. - [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eater.com/worlds-50-best-restaurants-awards/2019/6/25/18714984/worlds-50-best-restaurants-2019>.
4. Explore MICHELIN Guide Experiences. - [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://guide.michelin.com/en/restaurants>.
5. Starbucks Coffee Company. - [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.starbucks.com>.

CAGE MODEL IN TOURISM

Mazaraki A.,

Doctor of Science (Economics), Professor,

Bosovska M.,

Doctor of Science (Economics), Professor,

Kyiv National Trade and Economic University

The desire of people to establish links among themselves marked the beginning of integration. In the modern world, every day there are various business processes that characterize the work of the world market. World maps delineate national boundaries, but those lines bely the increasingly transparent nature of the global economy [6]. In connection with the intensification of international tourism, an important aspect of its successful development is management internationalization

Analysis of recent research and publications on the problems of increasing tourist attractiveness allows us to conclude about the potential of the model CAGE.

This model is interpreted as a distance system of cultural, administrative, geographical and economic differences between countries. (Ghemawat, 2001) [1]. Model CAGE helps to assess the impact of distances that serve as barriers to export, facilitates gaining a competitive advantage and ensures equal competition, and allows a quantitative analysis of the differences that arise between countries. The model provides a better understanding of trade, capital, information and human behavioral patterns (Sakarya et al., 2007) [4].

Cultural distance: This refers to the cultural norms, values and social beliefs, also known as the unwritten rules, that shape the behavior of individuals and organizations. Various societies also differ in their attitudes toward globalization and market power that have important consequences in terms of both formalized trade regulations and general attitudes toward how businesses are run.

Administrative distance: This refers to differences in history and politics among countries, especially those which do not share colonial ties. Also, a lack of shared currency, political hostilities, and government corruption contribute to Administrative distance.

Geographic distance: Geographic distance refers not only to the physical distance between two countries, but also a country's physical size, whether it shares borders with hostile or non-hostile neighbors, and access to trade routes such as the ocean and other topographical features. Any of these attributes can cause Geographic distance and make doing business a challenge.

Economic distance: Two of the biggest determinants of economic distance are the Cost of Labor and level of Consumer wealth between countries. It is more difficult for a company from a wealthy country to enter a poorer country and be successful there, but not impossible [1].

The CAGE distance structure takes into account four attributes: cultural distance

(religious beliefs, race, social norms and language, which are different for the target country and the country of the company considering the expansion); administrative or political distance (communication between the colony and the colonizer, common currency and trade agreements); geographical distance (physical distance between the two countries, size of the target country, access to waterways and the ocean, internal topography and transport and communication infrastructure); and economic distance (differences in the welfare or income of consumers of the two countries and differences in the value and quality of financial and other resources). This structure can determine how potential markets can become attractive despite differences. In the table which is placed below the structure CAGE is provided [1].

Table 1

Components of CAGE model

	Cultural Distance	Administrative Distance	Geographic Distance	Economic Distance
Country Pairs (Bilateral)	Different languages Different ethnicities; lack of connective ethnic or social networks Different religions Lack of trust Different values, norms, and dispositions	Lack of colonial ties Lack of shared regional trading bloc Lack of common currency Political hostility	Physical distance Lack of land border Differences in time zones Differences in climates / disease environments	Rich/poor differences Other differences in cost or quality of natural resources, financial resources, human resources, infrastructure, information or knowledge
Countries (Unilateral / Multilateral)	Insularity Traditionalism	Nonmarket/ closed economy (home bias vs. foreign bias) Lack of membership in international organizations Weak institutions, corruption	Landlockedness Lack of internal navigability Geographic size Geographic remoteness Weak transportation or communication links	Economic size Low per capita income

Source: Ghemawat. P. (2001). *Distance Still Matters: The Hard Reality of Global Expansion*. Harvard Business Review Press [1]

To facilitate quantitative analysis based on the CAGE framework, prof. Ghemawat has developed an online tool called the CAGE Comparator. The CAGE Comparator covers 163 home countries and 65 industries, and allows users to customize the impacts of 16 types of CAGE distance [3].

The CAGE distance system is a multidimensional tool that was used to evaluate a sample of bilateral trade in order to identify and emphasize the importance of international flows and differences important for regional development [3].

Cultural Distance. Culture happens to be the first facet of CAGE, in terms

of the acronym, but it also can be the most practically perplexing facet for managers. Culture is sometimes referred to as the software of the mind, in that it has a sometimes invisible but indelible influence on people's values and behaviors. Cultural distance, then, has to do with the possible differences existing in relation to the way individuals from different countries observe certain values and behaviors. A number of researchers have identified significant cultural differences among countries. Distinct cultural differences are observed around the following dimensions: power distance (the extent to which individuals accept the existence of inequalities between subordinates and superiors within a hierarchical structure); uncertainty avoidance (individuals' willingness to coexist with uncertainty about the future); individualism (how the individuals in a society value individualistic behaviors as opposed to collective ones); predominant values (regarding quantity or quality of life, that is, whether more importance is given to material aspects or a stronger emphasis is laid on interpersonal relationships); and long-term or short-term orientation (the focus on future rewards or the concern about the maintenance of the stability related to the past and the present).

Administrative Distance. Administrative distance reflects the historical and present political and legal associations between trading partners; for example, colonial ties between trading partners, or participation in common trading blocs. This facet of CAGE asks to examine whether there are historical or current political factors that might favor or impede a business relationship between a company and a new country market. NAFTA, for instance, decreased the administrative distance between U.S. firms and Mexico and Canada. Similarly, historical political hostilities between the United States and Cuba make it virtually impossible (and illegal) for most U.S. firms to do business there. Trade practices between countries can be significantly affected by laws and regulations enacted at the national or international level. Because they affect fundamental business practices, they often affect the competitive position of firms as well.

Geographic Distance. How far apart are trading partners in physical terms: the size of the country, differences in climates, and nature of transportation and information networks? You can think of geographic distance as absolute, in terms of the miles or kilometers that separate a firm from another market or supplier. Technology and the Internet, however, has shrunk distance in terms of transportation time, and now with digital products and services, almost entirely eliminated geographic distance as a constraint of trade between some markets.

Economic Distance. Finally, economic distance captures fundamental differences relating to income, the distribution of wealth, and the relative purchasing power of segments of a geographic market. This has been one of the biggest barriers, for instance, in the way of U.S. firms' success selling products in emerging markets. In global terms, this is the four billion people who live on less than 2 USD per day. The phrase «bottom of the pyramid» is used in particular by people developing new models of doing business that deliberately target that market, typically using new

technology. An example of a product that is designed with the needs of the very poor in mind is that of a shampoo that works best with cold water. Such a product is marketed by Hindustan Lever (part of the Unilever family of firms) [2].

The use of the CAGE model in tourism is aimed at the implementation of the strategy of entering the tourism business to foreign markets.

CAGE Framework It is an analytical tool for the various companies and organizations that develop international strategies with an intention of the global expansion of their businesses. The CAGE framework as presented above is both quantitative and qualitative method in measuring market potential in relation to differences and similarities [5].

Based on the results of using the model, the tourism business can reasonably give preference to markets, based on the results of assessing the «distance» between the host country and the country of origin of the company. This is important for tourism, since travel companies, when choosing foreign markets, set as their main goal not to minimize risks, but to achieve goals. Tourism business entities entering foreign markets are faced with tasks associated with the need to adapt to new external working conditions, which necessitates the use of a model CAGE.

References:

1. Ghemawat, P. (2001) Distance still Matters. The hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*. 79(8). 137-147. [Electronic resource]. – Access mode: <https://hbr.org/2001/09/distance-still-matters-the-hard-reality-of-global-expansion>
2. Kapil, J. (2011) The CAGE Framework – Distance Matters in Globalization. *Enrich Wise*. [Electronic resource]. – Access mode: <http://enrichwise.com/2011/12/10/the-cage-framework-distance-matters-in-globalization/>
3. Miloloža, H. (2015). Differences between Croatia and EU Candidate Countries: the CAGE Distance Framework. *Business Systems Research*. 6(2). 51-62.
4. Sakarya, S., Eckman, M., & Hyllegard, K.H. (2007). Market selection for international expansion. *International Marketing Review*. 24(2). 208–238 <https://upboard.io/cage-distance-framework-model-online-tools-templates/>
5. Stober, E. O. (2014). CAGE Analysis of China's Trade Globalization. *European Journal of Interdisciplinary Studies*. 6. 39-43.
6. The Asian Entrepreneur Authors & Contributors (2016). Globalization's impact on tourism. [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.asianentrepreneur.org/globalization-tourism/>

ГЛОБАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ У ПЕРЕХІДНОМУ ПЕРІОДІ

Невмержицька С.М.,

кандидат технічних наук, доцент,

Київський національний університет технологій та дизайну

Для економіки будь-якої країни світу забезпечення сталого соціально-економічного розвитку на довгострокову перспективу стає першочерговим завданням. Але рано чи пізно настає період, коли стратегія соціально-економічного розвитку, що склалася, більше не в змозі забезпечувати високі темпи розвитку економіки і не знайдені нові джерела її зростання. Це призводить до того, що частка країни у світовій економіці буде неухильно знижуватися, вона буде все сильніше відставати від інших країн, а головне, не зможе забезпечити своїм громадянам по-справжньому якісний рівень життя. У цій ситуації стає очевидним, що необхідна нова стратегія економічного розвитку, яка повинна забезпечити динамічне і стійке зростання економіки, заснована на внутрішніх чинниках конкурентоспроможності країни, і, перш за все, на підвищенні продуктивності праці й економічної ефективності [5].

Часовий інтервал впродовж якого відбувається прискорена трансформація економічної системи суспільства з одного якісного стану в інший називають перехідним періодом, а стан економіки визначають поняттям «перехідна економіка». Це особливий період в еволюції економіки, під час якого відбувається знищення старої економічної системи й формування нової. Саме в умовах перехідної економіки здійснювалося перетворення доіндустріального суспільства на індустріальне, традиційної системи на ринкову. У сучасний період перехідною можна вважати економіку країн, які перебувають на етапі становлення інформаційної економіки, економіки знань [1].

Глобальна стратегія соціально-економічного розвитку – це довгостроковий план діяльності країни, який базується на внутрішніх ресурсах та можливостях країни; складається з системи глобальних цілей об'єднання, з яким асоціює себе країна та реалізація якого забезпечує досягнення глобальної стратегічної мети або позиції країни у глобальному економічному просторі [2].

Як вже зазначалося, у період переходу до нового типу економічної системи відбувається перетворення основ діючої економічної системи [1, 3]: 1) змінюється основна форма власності на засоби виробництва, стає зовсім іншим характер соціально-економічних відносин; 2) змінюється господарський механізм, способи координації господарських зв'язків, методи й форми організації виробництва, управління, принципи розподілу; 3) змінюються організаційно-правові форми господарського життя.

У різні часи країни використовували різні глобальні стратегії соціально-економічного розвитку у перехідному періоді, зокрема: стратегія «залежності

від минулого розвитку», концепція градуалізму, ліберально-монетаристська стратегія, «шокова терапія».

Стратегія «залежності від минулої траєкторії розвитку» характеризує таку послідовність економічних змін, при якій випадкові події впливають на остаточний, віддалений у часі, і в результаті не найефективніший результат.

Таблиця 1

Назва глобальної стратегії	Переваги	Недоліки
1. Стратегія «залежності від минулої траєкторії розвитку»	Еволюційний шлях розвитку, вибір стратегії зумовлений накопиченням різних подій в попередні періоди еволюції економічної системи. Увага акцентується, з одного боку на успадкуванні того, що є, з іншого – на створенні нового.	Часто випадкові події впливають на остаточний, віддалений у часі результат, який виявляється не найефективнішим.
2. Градуалізм	Реформи мають всі переваги еволюційного шляху розвитку в порівнянні з революційним; Поступовий демонтаж старих економічних структур дозволяє уникнути різких інфляційних «шоків», істотного спаду виробництва і серйозного погіршення фінансового стану підприємств.	Темпи регулювання «старих» і створення «нових» економічних структур можуть виявитися занадто повільними, що створює ризик їх відродження.
3. Ліберально-монетаристська стратегія	Гнучкість і швидкість реагування на зміни в економіці внаслідок використання монетаристської політики (пріоритетність надається грошовим факторам); «Вільний ринок» виступає як ідеальний регулятор, який здатний узгодити та зрівноважити найрізноманітніші інтереси, що існують в економіці, в суспільстві та у владі; Є основою стратегії «шокової терапії».	Ринок потребує більш ефективного державного регулювання, ніж вважається монетаристами. Існує багато прикладів негативних наслідків при повному звільненні ринкового механізму від державного контролю; Більше уваги потрібно приділяти інфраструктурі та реальному сектору економіки, обмежуючи інтереси фінансових спекулянтів.
4. «Шокова терапія»	Швидке розв'язання задач лібералізації цін і зовнішньої торгівлі, що дозволяє швидко зняти «грошовий навіс» і приборкати високу інфляцію на початку реформ; Вирішення задачі приватизації у швидкому темпі, що знижує політичний ризик реставрації старих структур власності.	Високий рівень інфляції, гіперінфляція; Обвальний спад виробництва, переважно у високотехнологічних областях; Високий рівень безробіття, майнове розшарування й різке зниження рівня життя; Зростання соціальної напруженості тощо.

Джерело: узагальнено автором на підставі [3, 4]

Концепція градуалізму передбачає проведення перетворень повільно, послідовно. Джерелом ринкових перетворень градуалізм бачить державу. Відповідно до цієї концепції саме держава, керуючись довгостроковою стратегічною програмою реформ, має поступово замінювати елементи адміністративно-командної економіки ринковими відносинами.

Ліберально-монетаристська стратегія ґрунтується на загальному пануванні ринкових відносин, що виключають будь-який істотний вплив різних зовнішніх сил, враховуючи державу, на прийняття суб'єктами ринку господарських рішень.

«Шокова терапія» передбачає одномоментну лібералізацію цін, різке скорочення державних витрат і формування бездефіцитного бюджету. В основі цього підходу лежить ідея монетаризму про здатність ринкової економіки до саморегулювання, що обумовлює мінімальну роль держави в перехідному періоді. Головне завдання держави в цей період – підтримання стійкості фінансової системи, грошового обігу, недопущення інфляції.

Кожна з цих глобальних стратегій розвитку має свої переваги та недоліки (табл. 1). Вони вплинули на всі країни світу. І сьогодні деякі положення з цих глобальних стратегій використовуються в економіці різних держав.

Насправді розвиток – це дуже складний процес, що має багато аспектів, які взаємопов'язані між собою, є взаємозалежними, але разом з тим різними. Реальність така, що історично було представлено кілька різних підходів до формування глобальної економічної стратегії розвитку. Втім не існує єдиної загальноприйнятої глобальної стратегії соціально-економічного розвитку у перехідному періоді. Крім того, концепція розвитку регулярно зазнає змін.

Література:

1. Бондарець М. Глобальні стратегії трансформації та структурної модернізації соціально-економічного розвитку транзитивних країн / М. Бондарець // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наукових праць. – Вип. 2 (67). – К., 2011. – С. 99-110.
2. Каймашнікова К.С. Генезис та сутність категорії «глобальна стратегія економічного розвитку» / К.С. Каймашнікова // Вісник ХДУ. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 7, Том 1. – С. 92-95.
3. Кудров В. М. Мировая экономика: социально-экономические модели развития. Учебное пособие. – М.: Магистр, 2011. – 399 с.
4. Міжнародні стратегії економічного розвитку: Навч. посібник / М. Жук, Т.В. Бауліна. – К.: Вид-во ПАЛІВОДА А.В., 2006. – 348 с.
5. Невмержицька С. М. Особливості стратегічного планування інноваційного розвитку підприємства / С. М. Невмержицька, Я. В. Левчук // Реалізація концепції сталого розвитку: взаємодія держави та бізнесу : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Дніпро, 20 жовтня 2018 року. – Дніпро : НО «Перспектива», 2018. – С. 55-58.

КОМПЕТЕНЦІЇ HR-МАРКЕТОЛОГА В РОЗВИТКУ БРЕНДА РОБОТОДАВЦЯ

Миколайчук І.П.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Логінська І.Я.,

студентка факультету економіки, менеджменту та психології,

Чипенко О.В.,

студентка факультету економіки, менеджменту та психології,

Київський національний торговельно-економічний університет

Ефективна діяльність сучасного підприємства практично неможлива без активного використання кадрового потенціалу, оскільки працівники відіграють основну роль у діяльності організації та сприяють підвищенню рівня її конкуренції в галузі. Перед сучасними керівниками постає завдання забезпечити гідні умови праці персоналу, що дозволять оптимально використовувати людські ресурси не лише в необхідній для організації кількості, але й в інтересах кожного працівника. Досягнення такої збалансованості можливе за допомогою використання маркетингового підходу до управління персоналом, на основі якого можна досягти збільшення реальної віддачі і результативності діяльності організацій, не залучаючи додаткові ресурси. Окрім того, даний підхід допоможе сформувати позитивну репутацію компанії на ринку, для того щоб люди мали бажання потрапити до штату працівників, і також сформувати лояльне ставлення у тих, хто вже працює на підприємстві. Виконання даних завдань належить все більше до компетенцій HR-маркетолога – нової та перспективної професії у вітчизняному бізнесі, що не має підґрунтя для спеціальної підготовки у закладах вищої освіти в Україні.

Метою даного дослідження є обґрунтування необхідності впровадження посади HR-маркетолога на сучасних підприємствах та обґрунтування важливості застосування маркетингових досліджень та прийомів на ринку праці.

Дослідження професії HR-маркетолога та маркетингових досліджень в управлінні персоналом загалом висвітлювалися у працях таких вітчизняних та зарубіжних науковців: М.Армстронга, Дж.Кінтчера, А.Дементьєвої, В.Савченка, М.Соколової, А.Турчинова, тощо.

Т.Глушман визначає сутність маркетингу персоналу як частину кадрової стратегії підприємства, метою якої є оптимальне використання кадрових ресурсів шляхом створення таких умов, які б сприяли підвищенню ефективності праці, розвитку в кожному співробітнику партнерського і лояльного ставлення до підприємства [1, с.323]. Г.Макович пропонує вважати під даним поняттям вид управлінської діяльності, коли акцент переноситься на найбільш точне планування потреби організації в персоналі та забезпечення її персоналом в потрібному обсязі і з необхідними характеристиками, на розвиток та

використання персоналу відповідно до цілей та завдань організації, а також на його мотивацію у напрямі реалізації цілей [4, с. 140].

Узагальнюючи наведені визначення, під поняттям «маркетинг персоналу» слід розуміти управлінську діяльність, спрямовану на визначення потреби підприємства в персоналі та шляхів її покриття. Саме цей аспект досить проблемним в діяльності багатьох підприємств і потребує пошуку рішень.

Визнаний світовий експерт з HR-маркетингу Дж.Кінгчер стверджує, що побудова сильного HR-бренду є сьогодні одним з головних завдань на підприємстві, оскільки він здатен привернути до нього увагу потенційних професіоналів, а також робить його привабливим в очах персоналу, мотивуючи на надихаючи його на бажання працювати саме на цьому підприємстві [2, с. 141]. Поєднання функцій HR-менеджера та маркетолога показує, що спектр професійної діяльності HR-маркетолога стає значно ширшим, ніж «маркетинг персоналу», оскільки містить також розвиток HR-бренду. Суттєва різниця між маркетологом та HR-маркетологом полягає в тому, що перший відповідає за формування і просування бренду компанії, підтримку її імідж в очах існуючих і потенційних клієнтів, а другий – формує імідж компанії на ринку праці (бренд роботодавця) як сукупність функціональних, психологічних і економічних переваг, що надаються роботодавцем і ототожнюваних з ним [3, с. 141].

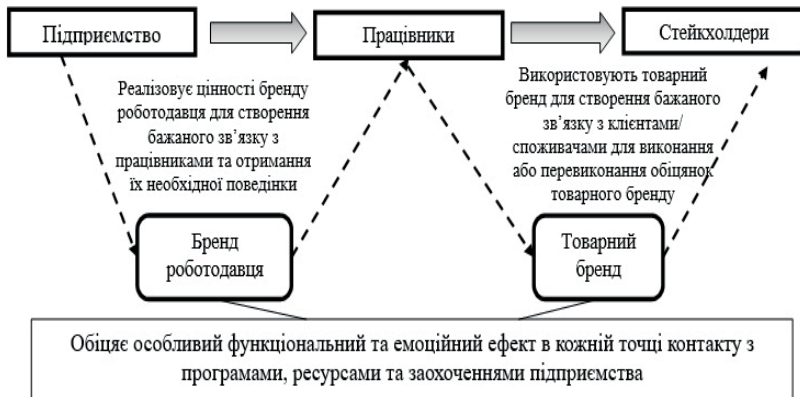


Рис. 1. Схема взаємодії бренду роботодавця та товарного бренду
Джерело: розроблено авторами за [3]

Стейкхолдерами HR-маркетологів є ті, хто вже працюють на підприємстві та ті, кого б організація хотіла утримувати у штатному складі. Функціонування бренду роботодавця здійснюється на основі ціннісної пропозиції співробітнику – набору особливих вигод, які надаються працівникам організації в обмін на їх навички, здібності та досвід. Для взаємної задоволеності роботодавця та працівника в ціннісній пропозиції співробітнику необхідно прописати обіцянки

та очікування кожної зі сторін. При цьому працівник повинен поділяти цінності бренду роботодавця, отримуючи певні функціональні та емоційні переваги від роботи на даному підприємстві та використовуючи товарні бренди для створення бажаного зв'язку з клієнтами/споживачами, виконання або перевиконання їх обіцянок. В результаті утворюється такий синергетичний зв'язок: чим більшою є привабливість товарного бренду (його відомість), тим більш привабливою буде підприємство як роботодавець; чим краще підприємство-роботодавець реалізовує цінності бренду роботодавця перед працівниками, тим краще вони будуть виконувати обіцянки товарного бренду перед стейкхолдерами; більш сильний бренд роботодавця призводить до підвищення лояльності та залученості персоналу, продуктивності праці, що, в свою чергу, підвищує фінансові результати діяльності підприємства [4] (рис.1).

Наведені вище механізми суттєво впливають на формування позитивного іміджу роботодавця. Їх успішна реалізація можлива завдяки розвитку таких компетенцій HR-маркетолога: позиціонування підприємства на ринку праці; участь у формуванні маркетингової стратегії; визначення унікальних якостей, що відрізняють підприємство від конкурентів, представлення їх цільовій аудиторії; своєчасна підготовка повідомлень для працівників про зміни, важливі події тощо; формування бази даних потенційних кандидатів тощо.

Отже, HR-маркетолог відіграє важливу роль в успішному функціонуванні підприємства та формуванні бренду роботодавця. Головним його стратегічним завданням є створення позитивної такої репутації підприємства, щоб залучати лояльних до підприємства співробітників. Потребу у залученні працівників даної професії в Україні все більше починають відчувати керівники підприємств, які прагнуть сформувати сильний бренд.

Література:

1. Глушман Т.М. Маркетинг персоналу як інструмент реалізації кадрової політики підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. №14. С.322 – 326.
2. Кинтчер Дж. HR-маркетинг: внутренние средства коммуникации и развитие HR-бренда. HR-Journal. URL: http://www.hr-journal.ru/articles/ov/ov_720.html
3. Макович Г.В. Маркетингові інструменти в роботі з персоналом організації. Питання з управління. 2015. № 2. С. 139 – 142.
4. Мокіна С.М. Концепція бренду роботодавця: сутність, функції, класифікація, інструменти формування. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. №4. С.189 –196.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF PERSONNEL IN UKRAINE

Mykolaichuk I.,

Ph.D., Associate Professor,

Melnyk N., student,

Faculty of Economics, Management and Psychology,

Nimitchenko Y., student,

Faculty of Economics, Management and Psychology,

Kyiv National Trade and Economic University

An important condition for the successful operation of any organization is the continuous development of staff. This is especially true at the current stage of accelerating scientific and technological progress, which inevitably leads to rapid changes in the requirements for professional knowledge, skills, and skills of workers in almost all industries.

Important contribution to the development of theoretical and practical foundations of personnel development was made by well-known domestic scientists, among whom should be identified: I. Gnibidenko, O. Grishnov, V. Grinyov, V. Danyuk, T. Zbritsk, A. Kolota, E. Libanov, I. Petrov, V. Savchenko, G. Savchenko, M. Semikin, L. Shaulsk, M. Tatarevsk, and many other scientists. However, the diversity of aspects of staff development in the face of innovative change creates the preconditions for further scientific and practical development of these issues. Despite the significant achievements of scientists in this aspect, the search for alternative forms of training and staff development in the practice of domestic organizations is not stopped.

The purpose of the publication is to investigate the problems of professional development of personnel in Ukraine and to substantiate the factors of using its alternative forms.

Considering the essence of professional development of personnel, it should be noted that this acquisition of the employee new competencies, knowledge, skills and skills that he uses or will use in his professional activity; the process of training, retraining and upgrading of employees to fulfill their new production functions, tasks, and responsibilities of new positions. The importance of professional development of personnel is evidenced by the fact that most foreign companies allocate about 10% of the wage fund to achieve this goal [1].

Analysis of the situation regarding the training of personnel in domestic business practice showed that several factors hinder its effective organization. First, managers are reluctant to invest in this area, since the effectiveness of such investments is difficult to quantify and qualitatively estimate, and it is relatively easy to calculate costs. Secondly, it is necessary to organize the personnel training process to obtain real results, ie to improve the performance of the enterprise as a

whole [2, p. 55]. At the same time, the questions regarding the choice of forms and methods of personnel training remains relevant.

An important factor in ensuring effective staff development is the situation on the labor market and changes in the employment structure of the population, which combines the economic and social results of the functioning of the economic system of the state. In almost all domestic economic reform programs, ensuring full and effective employment of the population is seen as a necessary prerequisite for the realization of citizens' right to work and decent living conditions. To reform the efficiency of employment, it is necessary to carry out proactive training, retraining, and upgrading of economically active citizens, first of all, the unemployed, given the growing demand of domestic enterprises for skilled personnel.

The main mechanism for activating the employment of the population is to improve the quality of the workforce and to maximize the convergence of vocational skills with labor supply. That is, the key criterion for determining an employee's compliance with a particular work should be qualitative and quantitative conformity of the qualification (qualification characteristic) to the job offered by the employer, as well as the qualification level of the applicant for the workplace. It is this ratio that is taken as the basis for the development of a national qualifications framework.

Training technologies should be intensive and as individualized as possible, taking into account the professional and life experience of the unemployed. Modular and distance learning technologies, differentiation, and individualization of vocational training is beginning to be more actively introduced into the educational process.

The competitiveness of any country on the world market and the quality of life of its population depend directly on the level of professional training. One of the world's leading leaders in the field of skills training is the European Union today, which owes this dual system to vocational education and training. The grounds for introducing the elements of the dual system of education in Ukraine are: The Law of Ukraine «On Education». It provides that training in this form is based on an agreement between the employer, the institution of higher education and the student, which allows getting an education, get skills, get acquainted with production, learn to work on modern equipment using the latest technologies [3]. Lectures are held in university classrooms, and practical and laboratory, as well as course projects - in the company. Such student-worker fully fulfill his / her duties and receives a scholarship close to the salary. It is important to differentiate from dual education the experiences of students who combine work and study in parallel. Under this scheme, the student misses the classes, which then have to work out, and also risks losing his diploma. Due to the dual form of training, the work does not harm the learning, but becomes a part of it [4].

The Ministry of Education and Science of Ukraine identifies as trends and prospects of dual education in 2017-2020 [5]: in the 2017-2018 academic year, 52 vocational (vocational-technical) establishments began to educate 25 regions in 54 professions; changes were made to the content of education and the schedule

of the educational and production process in accordance with the requests of employers, taking into account the requirements of state standards for specific working professions; 19 drafts educational standards have been developed based on a competent approach and block-module construction of the educational process; started working closely with employers to expand the number of vocational (vocational-technical) education institutions, the list of professions for the introduction of dual education in 2018-2019. in more than 100 educational establishments and an increase in the list of working professions, which provide training with elements of dual education.

Therefore, alternative forms of professional development of personnel in Ukraine should be guided by the accumulated domestic and foreign experience. The introduction of factors promoting the harmonization of employment will provide qualitative changes in the professional development of staff. Also, there is an urgent need in society today to reform the education system, create next-generation training programs, and the dual-education system. The totality of these activities will be an effective investment in human capital.

References:

1. Dovgan L.E, Veduta L.L, Mohonko G.A. Human Resource Management Technologies: Tutorial manual. Kyiv, 2018. 512 p.
2. Petrova T. Professional Development of Employees: Problems of Employee Incentives and Employers Interest. Ukraine: aspects of work, 2010. №2. P.26-34.
3. On Education: Law of Ukraine dated 05.09.2017 No. 2145-VIII // The Verkhovna Rada of Ukraine - 2017. - № 9. - Art. 9.
4. The concept of training specialists with higher education in the dual system. Cabinet of Ministers of Ukraine: official site. 2018 URL: <https://www.kmu.gov.ua/en/news/koncepciyapidgotovki-fahivciv-za-dualnoyu-formoyu-zdobuttya-osviti>.
5. Dual education. Ministry of Education and Science of Ukraine: official site. 2018 URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/professijno-tehnichna-osvita/dualna-osvita>

Економічний розвиток: теорія, методологія, управління [матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції]. — Nemoros s.r.o., - Prague, - 2019. — 399 с.

Scientific publication

Economic Development: theory, methodology, management

Circulation 500 copies

ISBN 978-611-01-1695-4

Nemoros s.r.o.,
Rubna 716/24, 110 00, Prague 1
Czech Republic, 2019

