

МАТЕРІАЛИ

II Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції

«УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ
ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО
СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ»

Полтава 2017

**Міністерство освіти і науки України
Міністерство аграрної політики та продовольства України
Полтавська державна аграрна академія
Навчально-науковий інститут економіки та бізнесу
Факультет економіки та менеджменту
Департамент агропромислового розвитку
Полтавської обласної державної адміністрації
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва
Харківський національний технічний університет сільського
господарства ім. Петра Василенка
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет**

Матеріали

**II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
«Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності
підприємств реального сектору економіки»**



**30 жовтня 2017 року
м. Полтава**

УДК 330.15:334.723
ББК 65.291.5

Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки». – Полтава: РВВ ПДАА, 2017. – 305 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів вищої освіти закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

Матеріали друкуються мовою оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

СЕКЦІЯ 1

Сучасні управлінські тенденції розвитку держави та регіону. Публічне управління

УДК 339.9: 339.732/727

*Л.В. Руденко-Сударєва, д.е.н., професор,
К.С. Пашинська, здобувач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ФІНАНСУВАННІ ДЕФІЦИТУ ІНФРАСТРУКТУРИ

Світова практика показує, що одним із альтернативних інструментів забезпечення необхідної фінансової бази для створення, модернізації, утримання та експлуатації інфраструктурних і соціальних об'єктів, в умовах обмеженості державних ресурсів, є механізм державно-приватного партнерства (ДПП). При його використанні з'являється можливість підвищення ефективності взаємовигідного співробітництва держави і приватного сектора, якості послуг, що надаються, прискорення модернізації інфраструктури, необхідної для диверсифікації економіки. Створення проектів публічно-приватного партнерства дозволяє отримати ефективний важіль для вирішення багатьох державних завдань, включаючи можливості реалізації проектів із залученням приватного капіталу і вирішення проблем екології на державному рівні в рамках стратегії сталого розвитку та створення підприємницької інфраструктури у багатьох країнах світу.

За даними Світового Банку фінансування дефіциту інфраструктури є першочерговою вимогою для зростання ВВП. Дефіцит фінансування інфраструктури еквівалентний розриву між потребами в інвестуванні інфраструктури (створення та операційне і технічне обслуговування) та фактичними витратами інфраструктури. Величезний дефіцит фінансування інфраструктури у країнах, що розвиваються, перебільшує 900 млрд дол. США на рік.

Приведення економік розвинених країн до поняття «Сталий розвиток» потребувало якісно нових підходів до створення підприємницької інфраструктури. Уряди практично всіх країн стикаються з проблемами розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, розширення та модернізації коштів виробництва, які їм належать, але часто не можуть знайти для цього фінансові ресурси. Руйнування та старіння інфраструктури обертається для суспільства підвищеними витратами, негативно відображається на продуктивності праці, ефективності, веде до зниження конкурентоспроможності національних економік, зростання числа нещасних випадків, аварій, катастроф [1]. У США, наприклад, тільки в автодорожньому господарстві брак фінансування оцінюється в 40 млрд дол. США щорічно. При потребі інвестицій в розмірі 94 млрд дол. США у цей сектор економіки спрямовується тільки 59 млрд дол. США. Американське суспільство цивільних інженерів (American Society of Civil Engineers) оцінює загальний дефіцит фінансових коштів в інфраструктуру США приблизно в 1,6 трлн дол. США на найближчі 5 років.

У Канаді ситуація з інфраструктурою ще серйозніша, ніж в США. Вже десять

років тому брак коштів тільки на фінансування так званої Національної системи високошвидкісних магістралей (National Highway System) перевищував 17 млрд дол. США. Відтоді загальна довжина високошвидкісних магістралей істотно збільшилася. Відповідно, зросла і потреба в інвестиціях. Канадська рада з питань державно-приватного партнерства (Canadian Council of Public Private Partnership – C3PPP) прогнозує, що дефіцит інфраструктури у країні збільшиться до 1 трлн дол. США, якщо недофінансування цього сегмента економіки триватиме і далі.

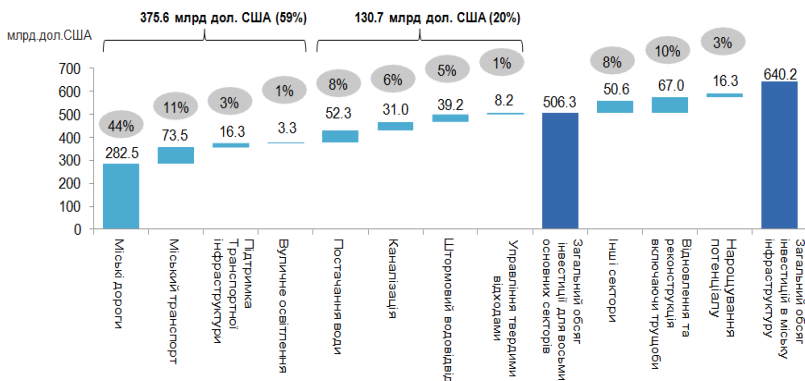
В Австралії Рада по інфраструктурному розвитку «Інфраструктура Австралії» (Australian Council for Infrastructure Development – AusCID) оцінює дефіцит в інфраструктурі приблизно в 19 млрд дол. США. На думку аналітиків, в результаті браку фінансування проектів в області інфраструктури і відставання темпів її розвитку Австралія щорічно втрачає приблизно 6,4 млрд австралійських дол. Прямим наслідком цього є зростання інфляції (підвищена вартість транспортних послуг провокує збільшення роздрібних цін) і зниження продуктивності праці (невідповідність якості та пропускної здатності транспортних артерій потребам країни, а також нестача навантажувальних потужностей морських і залізничних вузлів призводять до збільшення термінів обробки вантажів і збільшення часу доставки товарів). З метою вирішення цієї проблеми у травні 2008 р. за рахунок профіциту бюджету країни був сформований Будівельний фонд Австралії в 20 млрд австралійських дол., а вже до кінця 2008 р. «Інфраструктура Австралії» отримала пропозиції щодо проектів ДПП в сфері модернізації доріг (на суму 43 млрд австралійських дол.), енергетики, систем водопостачання, телекомунікацій, морських портів та аеропортів.

В Європейському Союзі на фінансування інфраструктури витрачається щорічно близько 1 трлн дол. США. Протягом найближчих 20 років потреба в інвестиціях тільки в енергетику складе, за оцінками Європейської комісії, близько 1,2 трлн дол. США.

Країни Східної Азії, які швидко розвиваються, також пред'являють підвищений попит на інфраструктуру, причому частка КНР у цьому попиті становить близько 80%. Загальна інвестиційна ємність ряду галузей інфраструктури (без урахування автодорожнього господарства) – електроенергетики, телекомунікацій, міських доріг, залізниць, водопостачання та каналізації – в цьому регіоні становить приблизно 165 млрд дол. США на рік.

У Південній Азії дефіцит інфраструктури тільки в Індії оцінюється приблизно в 250 млн дол. США на рік (рис.1), де з 47,3 млрд дол. США інвестицій в високошвидкісні магістралі, запланованих на найближчі шість років, 75% уряд сподівається забезпечити за рахунок приватного сектора.

Японія розпочала реалізацію 20 нових проектів ДПП в трубопровідний транспорт. В Атлантичному регіоні 20% усієї нової інфраструктури будується та модернізується за рахунок приватного сектора. У Великобританії щорічно ініціюється до 100 проектів ДПП. Такі проекти дають від 10 до 13% інвестицій в інфраструктуру. Розвиток державно-приватного партнерства привів до появи в країні понад 100 нових шкіл і 130 лікарень, фінансування яких здійснює приватний сектор. У багатьох європейських країнах кількість проектів ДПП щорічно збільшується у декілька разів. Така картина особливо характерна для країн Східної та Південної Європи, які приєдналися до ЄС. У цих країнах інфраструктура знаходиться у набагато гіршому стані, ніж у державах Західної та Північної Європи, і стримує економічний розвиток. Для того щоб швидше подолати наявне відставання



У цілому, механізм ДПП у даний час застосовується в 120 країнах світу, який

Найбільшими угодами в 2015 році стали аеропорт в Стамбулі (Туреччина)

Франції вартістю 863 млн. євро.

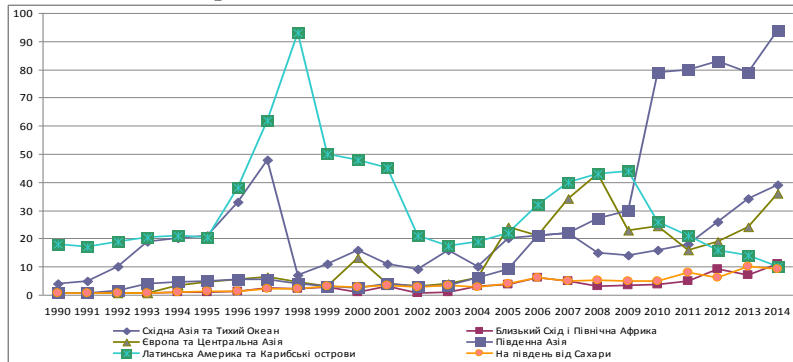


Рис. 2. Динаміка обсягів інвестування інфраструктурних проектів ДПП по регіонах світу [4]

Ранжування за вартістю проектів ДПП у країнах Європи, виконане на рис.2, продемонструвало, що у 2015 році лідером у цій сфері була Туреччина (8,2 млрд. євро), далі, майже з чотирикратним відривом, Велика Британія і Франція.

Висновок. Найважливішим елементом будь-якої конкурентоспроможної соціально-орієнтованої економіки у контексті сталого розвитку є розвинена інфраструктура, яка представляє собою сукупність галузей та видів діяльності, які обслуговують і забезпечують основу для економічної активності. До неї відносяться споруди транспорту та зв'язку, складське господарство, енерго- і водопостачання та ін. Для того, щоб створити і підтримувати всю необхідну інфраструктуру, необхідні величезні інвестиції. Однак можливості державного бюджету обмежені. У цьому сенсі, ДПП являє собою хороший варіант альтернативного фінансування, який дозволить вирішити частину питань, знизивши навантаження на державний бюджет.

Розглядаючи досвід застосування проектів публічно-приватного партнерства в зарубіжній практиці, ми бачимо, що даний інструмент залучення приватного капіталу в розвиток території ефективно реалізується в тих сферах, де держава і бізнес мають спільні цілі, але при цьому не можуть їх досягти самостійно.

Список використаних джерел:

1. Closing the Infrastructure Gap: The Role of Public-Private Partnerships. A Deloitte Research Study. 2006. Р. 3; Государство и инфраструктура. Развитие транспортной инфраструктуры. Представительство компании «Делойт и Туш Риджинал Консалтинг Сервисис Лимитед». Deloitte, 2008. С. 4.
2. Reforms to Accelerate the Development of India's Smart Cities. Shaping the Future of Urban Development & Services / World Economic Forum . Committed to improving the state of the world. Industry Agenda : Geneva, Switzerland., 2016. – 58 p.
3. Руденко-Сударєва Л.В. Практика застосування державно-приватного партнерства у створенні соціально-орієнтованих економік [Електронний ресурс] /Л.В. Руденко-Сударєва, К.С. Пашинська // Ефективна економіка (Index Copernicus). – 2017. – №6. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
4. Руденко-Сударєва Л.В. Державно-приватне партнерство: теоретичні та регуляторно-інституціональні основи: Наук.-метод. вид. / Л.В. Руденко-Сударєва, О.М. Мозговий, К.С. Пашинська. – К.: КНЕУ, 2017. – 134 с.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ЦІЛЬОВОГО ПРОГРАМУВАННЯ ОХОРОНИ ПРИРОДНОГО ДОВКІЛЛЯ В УКРАЇНІ

Розуміння правового забезпечення державного екологічного програмування як інструменту соціальної організації, регулювання, узгодження та збалансування екологічних та соціально-економічних інтересів суспільства дає можливість спрямувати і ефективно регулювати правовими засобами регіональну екологічну діяльність, допомагає орієнтуватися при вирішенні практичних проблем правотворчості та здійснювати її реалізацію.

Екологічне законодавство України почало формуватися в 1990 році після ухвалення Декларації про державний суверенітет України. В розділі цієї Декларації “Екологічна безпека” проголошено право України самостійно встановлювати порядок організації охорони природи на її території та порядок використання природних ресурсів.

Основні норми екологічного законодавства закріплені в Конституції України. Зі 159 статей Конституції України 15 статей, а саме 3, 13, 14, 16, 49, 50, 66, 85, 92, 106, 116, 119, 132, 138, 142 мають пряме або опосередковане відношення до охорони природи, екологічної безпеки і природокористування. В них закріплені основні екологічні права і обов’язки громадян, сформульовані повноваження законодавчої та виконавчої гілок державного управління [1]. І хоча норми Конституції України сформульовані у загальних термінах: “забезпечення екологічної безпеки”, “підтримка екологічної рівноваги”, “неспричинення шкоди довкіллю”, разом з тим, основний закон України чітко декларує, що досягнення цієї мети можливо тільки шляхом запобігання або мінімізації будь-яких негативних дій людини на навколишнє природне середовище.

Важливим етапом екологічного нормотворення є прийняття Закону України “Про охорону навколишнього природного середовища” від 25.06.1991 р. [2]. Даний закон є системоутворюючим актом, і визначає економічні, соціальні, правові засади організації охорони довкілля.

Зазначимо, що Постановою Верховної Ради України “Основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки” (від 5 березня 1998 р. № 188/98-ВР) уточнюється перелік об’єктів державного управління (регулювання), до яких зараховано [3]: навколишнє природне середовище як сукупність природних і природно-соціальних умов та процесів; природні ресурси, як такі, що залучені в господарський обіг, так і ті, що не використовуються в господарській діяльності в даний час (земля, надра, вода, атмосферне повітря, ліси та інша рослинність, тваринний світ); ландшафти та інші природні комплекси; території та об’єкти природно-заповідного фонду України; здоров’я та життя людей.

Варто відмітити також, що саме протягом періоду незалежності нашої держави було прийнято найбільшу кількість нормативно-правових актів у сфері захисту довкілля. Серед них: Закон України “Про охорону навколишнього природного середовища”, Земельний кодекс України, Лісовий кодекс України, Водний кодекс України, Кодекс України про надра, Закони України “Про охорону атмосферного

повітря”, “Про тваринний світ”, “Про рослинний світ”, “Про природно-заповідний фонд України”, “Про екологічну експертизу”, “Про зону надзвичайної екологічної ситуації” та інші підзаконні нормативно-правові акти загальнодержавного значення у сфері охорони навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів [4-10]. Саме такі документи деталізують та розмежовують повноваження між центральними та регіональними органами державної влади, спрямовані на досягнення екологічної безпеки.

Комплексним стратегічним документом, що сприяє втіленню екологічної політики держави в рамках концепції сталого розвитку є Закон України “Про основні засади (Стратегію) державної екологічної політики на період до 2020 року” та розроблений відповідно до Стратегії “Національний план дій з охорони навколишнього природного середовища на 2011-2015 рр.” [10].

Чинне законодавство України розрізняє державне та громадське управління природокористуванням. Основна питома вага управлінської діяльності в даній галузі належить центральним органам державного управління, місцевим органам державної виконавчої влади, виконавчим органам місцевого самоврядування в межах їх компетенції, визначеної законодавством.

Конституція України і нормативні акти екологічного законодавства визнають громадське управління природокористуванням і охороною навколишнього природного середовища важливим конституційним принципом екологічного права. Він ґрунтується на декількох конституційних нормах.

По-перше, природні багатства України є об’єктами права власності Українського народу, а кожний громадянин має право користуватися цими природними об’єктами відповідно до закону (ст. 13).

По-друге, кожен має право на безпечне для життя і здоров’я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди (ст. 50).

По-третє, громадяни зобов’язані, у свою чергу, не заподіювати шкоду природі та відшкодовувати завдані ним збитки (ст. 66).

І по-четверте, громадяни України мають право на свободу об’єднання в політичні партії та громадські організації для захисту своїх прав і свобод та задоволення інтересів (ст. 36), в тому числі і екологічних [1].

Отже, наведені норми свідчать, що кожний громадянин як вправі, так і зобов’язаний робити свій особистий внесок в раціональне природокористування і охорону довкілля, діючи самостійно або в складі громадського об’єднання екологічного напрямку.

Головним законодавчим актом за яким проводиться ефективна державна політика щодо раціонального використання і відтворення лісових ресурсів в Україні є Лісовий Кодекс України [6].

Основні вимоги до ведення лісового господарства та заходів з охорони, захисту, використання та відтворення лісів відповідно до цього Кодексу затверджуються нормативно-правовими актами Кабінету Міністрів України, наказами центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері лісового господарства, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища, та іншими заінтересованими центральними органами виконавчої влади.

Отже, екологічне законодавство є одночасно продуктом і основною формою закріплення державної екологічної політики. Тому актуальним та вкрай необхідним

є удосконалення сучасної державної екологічної політики України, а саме цілеспрямоване формування нового екологічного законодавства, яке буде відповідати існуючим викликам сьогодення. На жаль, нормативно-правові акти, що приймаються в екологічній сфері України, є недосконалими, більшою мірою декларативними та неконкретними, характеризуються нечітким та непрозорим механізмом регулювання відповідних процедур (екологічне нормування, ліцензування та ін.), відсутністю дієвих механізмів та інструментів реалізації нормативних вимог.

А тому, головними завданнями формування державної екологічної політики України в сучасних умовах є створення нової системи екологічного законодавства та екологізації інших галузей законодавств (кримінального, адміністративного, цивільного, господарського та ін.), а також формування та реалізація державного механізму забезпечення дотримання правових екологічних вимог та їх імплементація до екологічного законодавства країн Європейського Союзу та інших розвинутих країн світу.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : станом на 28 червня 1996 р. № 254/95-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Гринів Л. С. Екологічна економіка: навч. посібник / Л. С. Гринів. – Львів: Магнолія–2006, 2009. – 380 с.
3. Основні напрями державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки : Постанова Верховної Ради України № 188/98-ВР станом на 05 березня 1998 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/213/95-ВР>.
4. Водний Кодекс України : станом на 06 червня 1995 р. № 213/95-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/213/95-ВР>.
5. Кодекс України “Про надра” : станом на 27 липня 1994 р. № 132/94-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/132/94-ВР>.
6. Лісовий Кодекс України : станом на 21 січня 1994 р. № 3852-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3852-12>.
7. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України № 1264-ХІІ станом на 25 червня 1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1264-12>.
8. Про екологічну експертизу України : Закон України № 45/95-ВР станом на 09 лютого 1995 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/45/95-ВР>.
9. Про природно-заповідний фонд України : Закон України № 2456-ХІІ станом на 16 червня 1992 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.
10. Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики до 2020 року : Закон України № 2818-VI станом на 21 грудня 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.

ДЕРЖАВНІ ЦІЛЬОВІ ПРОГРАМИ ОХОРОНИ ПРИРОДНОГО ДОВКІЛЛЯ В УКРАЇНІ

Державні цільові програми охорони природного довкілля є інструментом реалізації національної екологічної політики за допомогою здійснення конкретних програмних напрямів, заходів, завдань, цільових проектів з різними механізмами реалізації. Потенціал міжнародних, національних і загальнодержавних екологічних програм тим більший, чим досконаліше в них визначено механізм управління на результат.

Питаннями використання механізму державних цільових програм в економіці України були присвячені наукові дослідження таких вчених-економістів, як В. М. Геєця [1], Л. С. Гринів [2], Б. М. Данилишина [3], О. С. Заржицького [4], Л. Г. Мельник [5], Т. О. Мощицької [6], О. В. Файчук [7], Л. М. Якушенко [8], Л. Д. Яценко [9] та ін.

З метою проведення ефективної державної політики щодо охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання та відтворення природних ресурсів в Україні в період 2010–2016 рр. діяли (діють) наступні державні цільові програми охорони природного довкілля.

1. Загальнодержавна цільова програма «Питна вода України» на 2011–2020 рр. [10].

2. Державна цільова екологічна програма проведення моніторингу навколишнього природного середовища [11].

3. Загальнодержавна програма розвитку мінерально-сировинної бази України на період до 2030 року [12].

4. Державна цільова програма «Ліси України» на 2010–2015 рр. [13].

5. Загальнодержавна цільова екологічна програма поводження з радіоактивними відходами [14].

6. Державна цільова екологічна програма розвитку Криму («Екологічно безпечний Крим») на 2011–2015 рр. [15].

7. Загальнодержавна цільова програма розвитку водного господарства та екологічного оздоровлення басейну р. Дніпра на період до 2021 року [16].

8. Загальнодержавна програма формування національної екологічної мережі України на 2000–2015 рр. [17].

З метою проведення ефективної державної політики щодо охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання та відтворення лісових ресурсів в Україні було розроблено та затверджено Постанову Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 977 Державна цільова програма «Ліси України» на 2010–2015 рр. [13]. Розробка даної Програми обумовлена міжнародними зобов'язаннями України – підписаною резолюцією 4-ої Міністерської конференції по захисту лісів Європи «Посилення взаємодії із сталого управління лісами в Європі через внутрішньогалузеве співробітництво та національні програми з питань лісів».

Метою Програми є забезпечення сталого розвитку лісового господарства,

спрямованого на посилення екологічних, соціальних та економічних функцій лісів України.

Зазначимо, що фінансування цієї Програми протягом усього періоду часу 2010–2015 рр. здійснювалось за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, власних коштів лісокористувачів. Плановий обсяг коштів, який був передбачений паспортом Програми для виконання поставлених завдань, становив 21,96 млрд грн, зокрема: кошти з державного бюджету – 8,06 млрд грн, кошти з місцевих бюджетів – 0,15 млрд грн, кошти з інших джерел – 13,75 млрд грн [13].

Аналіз планових, передбачених з Держбюджету та фактично освоєних коштів для виконання Державної цільової програми «Ліси України» на 2010–2015 рр. зображено на рис. 1.

Подані дані рис. 1 засвідчують, що протягом 2010–2015 рр. реалізації Програми спостерігалась динаміка збільшення фактично освоєних коштів реалізації програмних завдань та заходів, перевищення фактичних показників над плановими. Так, на завершальному етапі у 2015 р. фактичне фінансування Програми було у 2,4 рази вище за фінансування на початковому етапі у 2010 р.

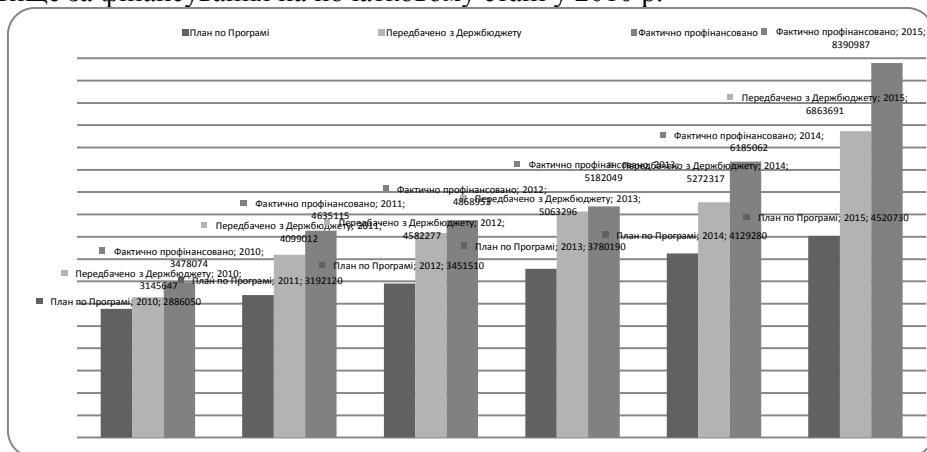


Рис. 1. Динаміка планового, закладеного з Держбюджету та фактичного рівня фінансування Державної цільової програми «Ліси України» на 2010–2015 рр., тис. грн

Джерело: розробка авторів за звітами виконання ДЦП «Ліси України» на 2010–2015 рр.

Насамперед хочемо зазначити, що аналіз структури витрат за джерелами їх здійснення свідчить, що забезпечувались витрати на реалізацію Програми практично за рахунок інших джерел фінансування (власних коштів лісокористувачів). Їх частка в загальному обсязі фінансування протягом 2010–2015 рр. коливалася в межах 80,9–93,9 %.

На підставі аналізу державних цільових програм охорони природного довкілля в Україні, виокремимо пропозиції щодо вдосконалення процесу їхньої розробки.

1. Сприяння інноваційній діяльності та науково-дослідній роботі у сфері моніторингу за станом охорони навколишнього середовища, у тому числі: надання достатньої державної підтримки програмам наукових досліджень з оцінювання природно-ресурсного потенціалу України; розроблення та впровадження системи індикаторів збалансованого розвитку та методів просторового планування, впливу чинників довкілля на стан здоров'я населення, а також демографічних тенденцій; дослідження здатності природних екосистем витримувати антропогенне

навантаження; проведення економічної оцінки вартості природних ресурсів тощо.

2. Підвищення ступеня залученості громадськості до підготовки проєктів державних програм у сфері охорони навколишнього середовища.

3. Передбачення прозорого інформаційного забезпечення та доступу до звітів про виконання державних програм у сфері охорони навколишнього середовища.

4. Налагодження стабільного двостороннього зв'язку та співпраці розробником державних програм охорони довкілля з громадськими екологічними організаціями та активним населенням.

5. Забезпечення постійної інформованості населення замовниками державних програм охорони довкілля з питань вирішення місцевих і загальнодержавних екологічних проблем та процесу переходу до збалансованого розвитку з активним залученням засобів масової інформації.

6. Підвищення ефективності управління та професіоналізму виконавцями державних програм у сфері охорони навколишнього середовища.

Список використаних джерел

1. Гєєць В. М. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері / В. М. Гєєць. – К. : Наукова думка, 2008. – 383 с.

2. Гринів Л. С. Регіональні цільові програми : навчальний посібник / Л. С. Гринів. – Л. : ЛНУ, 2010. – 93 с.

3. Данилишин Б. М. Наукові нариси з економіки природокористування : монографія / Б. М. Данилишин. – К. : РВПС України НАН України, 2008. – 280 с.

4. Заржицький О. С. Актуальні проблеми правового забезпечення екологічної політики України (теоретичні аспекти) : монографія / О. С. Заржицький. – Д. : Національний гірничий університет, 2012. – 200 с.

5. Мельник Л. Г. Екологічна економіка : підручник / Л. Г. Мельник. – Суми : Університетська книга, 2003. – 346 с.

6. Мощицька Т. О. Державні цільові програми як дієвий інструмент стимулювання розвитку економіки / Т. О. Мощицька // Проблеми економіки. – № 3. – 2010. – С. 28–33.

7. Файчук О. В. Ефективне фінансування державних цільових екологічних програм / О. В. Файчук, О. М. Файчук, В. В. Войцехівська // Економіст. – № 7. – 2015. – С. 31–33.

8. Якушенко Л. М. Щодо напрямів підвищення ефективності виконання загальнодержавних програм у природоохоронній сфері / Л. М. Якушенко, Л. Д. Яценко // Інформаційно-аналітична довідка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/537/>.

9. Яценко Л. Д. Щодо оцінки викликів національній безпеці в екологічній сфері / Л. Д. Яценко // Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1150/>.

10. Загальнодержавна цільова програма «Питна вода України» на 2011–2020 рр., затверджена Законом України № 3933-VI станом на 20 жовтня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2455-15>.

11. Державна цільова екологічна програма проведення моніторингу навколишнього природного середовища, затверджена постановою Кабінету Міністрів України № 1376 станом на 05 грудня 2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1376-2007-%D0%BF>.

12. Загальнодержавна програма розвитку мінерально-сировинної бази України на період до 2030 року, затверджена Законом України № 268-VI станом на 21 квітня

2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3268-17>.

13. Державна цільова програма «Ліси України» на 2010–2015 рр., затверджена постановою Кабінету Міністрів України № 977 станом на 16 вересня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/977-2009-%D0%BF>.

14. Загальнодержавна цільова екологічна програма поводження з радіоактивними відходами, затверджена Законом України № 516-VI станом на 17 вересня 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/516-17>.

15. Державна цільова екологічна програма розвитку Криму («Екологічно безпечний Крим») на 2011–2015 рр., затверджена постановою Кабінету Міністрів України № 539 станом на 25 травня 2011 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/539-2011-%D0%BF>.

16. Загальнодержавна цільова програма розвитку водного господарства та екологічного оздоровлення басейну р. Дніпра на період до 2021 року, затверджена Законом України № 4836-VI станом на 24 травня 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4836-17>.

17. Загальнодержавна програма формування національної екологічної мережі України на 2000–2015 рр., затверджена Законом України № 1989-III станом на 21 вересня 2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1989-14>.

УДК 339.137.2.05(477)"2016/2017"

І.З. Жук, к.е.н., доцент,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ РЕЙТИНГУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Фахівці визнають сутність поняття конкурентоспроможності як “здатність країни в умовах вільних і чесних ринкових відносин виробляти товари і послуги, що задовольняють потреби міжнародних ринків, одночасно підтримуючи і підвищуючи реальні доходи своїх громадян у довготривалій перспективі”.

Девізом “Всесвітнього щорічника конкурентоспроможності”, що видає IMD (International Institute for Management Development, Міжнародний інститут розвитку управління), є фраза: “Країни конкурують у наданні середовища, в якому підприємства можуть успішно конкурувати”, і вважається, що індекс IMD дає загальне уявлення про конкурентоспроможність країни [5, с. 214–215].

Глобальний індекс конкурентоспроможності відображає конкурентні переваги країни, є дорожньою картою для потенційних іноземних інвесторів та урядів інших країн. Регрес у формуванні міжнародної конкурентоспроможності, перш за все, обумовлений відсутністю як комплексної, так і секторальної стратегій розвитку країни на довгостроковий період. Розробка довгострокової стратегії, з урахуванням сильних та слабких позицій у відповідності з Глобальним індексом конкурентоспроможності, дозволить сформувати тактичні та стратегічні завдання для уряду України, сприятиме інвестиційній привабливості України та формуванню бренду країни.

За опублікованим Всесвітнім економічним форумом Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 рр. (*The Global Competitiveness Index*), Україна продовжує втрачати позиції у рейтингу країн світу за показником економічної конкурентоспроможності, зайнявши 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (табл.) [3].

Таблиця

Динаміка змін позицій України в рейтингу за Індексом глобальної конкурентоспроможності

2012–2013 (з 144 країн)	2013–2014 (з 148 країн)	2014–2015 (з 144 країн)	2015–2016 (з 140 країн)	2016–2017 (з 138 країн)
73	84	76	79	85

Джерело: за даними The Global Competitiveness Index

Згідно з даними дослідження, Україна погіршила свої позиції у 7 з 12 основних показників. Найбільше втрачено (мінус 17 пунктів) за складовою “Ефективність ринку праці”, по 9 пунктів втрачено за показниками, що характеризують розвиток фінансового ринку країни та охорону здоров’я і початкову освіту.

За деякими позиціями країна “очолює” списки з кінця, зокрема, за міцністю банків України другий рік поспіль присвоєно останнє місце серед оцінюваних країн світу, з поміж 138 країн за регулюванням фондових бірж країна отримала передостаннє місце; за інфляційними змінами – 136, за якістю доріг – 134.

Експерти Українського Інституту Майбутнього з економічних програм визначили причини, які гальмують економічний розвиток України та її міжнародну конкурентоспроможність [6].

1. Погіршення позиції у розвитку фінансового ринку (130, у 2015 р. – 121) за рахунок нестабільності банківської системи – за даними Національного Банку України на стадії ліквідації перебуває 81 банк.

2. Зниження кредитного рейтингу країни (127, у 2015 р. – 118), що зумовлено зростанням державного боргу – за даними Міністерства фінансів зовнішній борг України перед кредиторами у 2015 р. складає 43,4 млрд дол. США, що становить 55,3% ВВП.

3. Зменшення захисту національних інвесторів (136, у 2015 р. – 134), що пов’язано з недієвим механізмом держгарантування захисту інвестицій – відповідно до дослідження Всесвітнього економічного форуму, в Україні не функціонує у повній мірі система захисту майнових прав та приватної власності, також перепорою є незавершеність судової реформи, що призводить до “вибіркової” рівності перед законом.

4. Необхідність у професійному менеджменті (114, у 2015 р. – 103), що зумовлено залученням до управлінських посад родичів та близьких осіб.

5. Нездатність країни утримувати “таланти” (127, у 2015 р. – 114), адже в останні роки зростає кількість емігрантів-науковців, що призводить до зниження інтелектуального потенціалу України – загострення проблеми “втєчі мізків” пов’язано з відсутністю державного стимулювання зайнятості, так, за даними Міністерства закордонних справ України, за кордоном легально перебуває 5 млн громадян України, також вагомим аргументом, який поглибить демографічну проблему є ініціатива уряду Польщі прийняти 1,5 млн трудових мігрантів з України, таку ж ідею підтримує й Угорщина.

6. Зниження впливу бізнесу на умови прямого іноземного інвестування (130, у 2015 р. – 122), що пов'язано з нестачею дієвих важелів співпраці держави та приватного сектора в інвестиційній політиці – державна система не враховує інтересів бізнесу.

7. Зростання впливу оподаткування на інвестиційне стимулювання (133, у 2015 р. – 129) спричинено відсутністю податкових пільг та неефективністю спеціальних економічних зон – податки виконують тільки фіскальну функцію, а не стимулюючу.

8. Зменшення захисту інтелектуальних прав (125, у 2015 р. – 120) зумовлено порушенням прав інтелектуальної власності, на жаль, країна займає перше місце у світі за Рейтингом найбільш “піратських” країн – в Україні не відкрито жодного судового позову з нелегального розповсюдження контенту в Інтернет та не введено систему штрафів так, як це зроблено, наприклад, у Німеччині, де за завантаження неліцензійного контенту штраф становить від 1 000 євро.

9. Зниження позицій у розвитку бізнесу (98, у 2015 р. – 91) пов'язано з недієвим антимонопольним законодавством та відсутністю механізмів стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва – тиск на малий та середній бізнес податковими перевітками.

10. Погіршення якості інфраструктури (75, у 2015 р. – 69): доріг, залізничного, морського та авіатранспорту – не реалізується Транспортна стратегія України на період 2020 року, яка була ухвалена ще у 2010 році.

Разом з цим, Україна покращила свої позиції у вищій освіті (33 місце, у 2015 р. – 34), результатом якої є постійно зростаюча кількість випускників з вищою освітою; розмірі ринку (47 місце, у 2015 р. – 45), та інновацій (52 місце, у 2015 р. – 54) за рахунок високого інноваційного потенціалу, науково-дослідницького персоналу, та якості науково-дослідницьких інституцій.

Негативними факторами для ведення бізнесу в Україні визначено: корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну державну бюрократію, ускладнений доступ до фінансів, часту зміну урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатню здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, неетичність робочої сили, низьку якість охорони здоров'я та недостатню освіченість працівників.

Список використаних джерел:

1. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт – ЛВ, 2005. – 304 с.

2. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : ДУЕП, 2006. – 276 с.

3. Позиція України в рейтингу країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1>

4. Портер М. Конкуренция : уч. пособ. / М. Портер. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2000. – 495 с.

5. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

6. Топ-10 причин, чому Україна опустилась в глобальному рейтингу

конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hvylyya.net/analytics/economics/top-10-prichin-chomu-ukrayina-opustilas-v-globalnomu-reytingu-konkurentospromozhnosti.html>

7. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Electronic recourse]. – Mode of access : <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-1>

УДК 332.64

*О.Д. Дивнич, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія,
А.В. Дивнич, судовий експерт,
Полтавський науково-дослідний
експертно-криміналістичний центр МВС України*

ОЦІНКА ДІЛЯНОК РІЛЛІ В КОНТЕКСТІ ДОТРИМАННЯ ПРАВА ВЛАСНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО І ДЕРЖАВНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток національної економіки неможливий без впровадження програм регіонального та національного розвитку. Немоżliвий він також і без забезпечення основоположних прав і свобод людини, законності та правопорядку, а також сприятливого інвестиційного клімату. Баланс у забезпеченні права власності, непорушність якого закріплена статтею 41 Конституції України [1], та інтересами держави чи громади досягається за умови попереднього і повного відшкодування вартості об'єктів права приватної власності, що відчужуються з мотивів суспільної необхідності.

Фахівцями зазначається, що можливості для нарощення темпів відновлення економіки України можуть створюватися лише за умови захисту речових прав власності [2]. На теперішній час наша держава несе суттєві репутаційні ризики за рівнем економічної свободи. Так, у 2017 р. стратегічний дослідницький інститут США The Heritage Foundation розмістив Україну за ступенем економічної свободи на 166 місце у світі зі значенням відповідного індексу на рівні 48,1 пунктів, а його складової – індексу захисту права власності – на рівні 41,1 пунктів [3, с. 8, с. 292]. Нами встановлено, що упродовж останнього десятиріччя значення індексу захисту права власності не перевищувало величину 50 пунктів (рис. 1). Тобто, на міжнародному рівні стверджується, що ступінь законодавчого захисту права приватної власності в Україні асоціюється з «репресивними» (за шкалою Heritage Foundation [4]) умовами.

Серед чинників, що впливають на оцінку ступеня дотримання права власності, виокремлюють показники забезпеченості прав на фізичну, інтелектуальну власність, сприяння інвесторам, ризик експропріації та якість управління земельними ресурсами [4]. Тому рівень об'єктивності та достовірності оцінки земельних ділянок, що проводиться у зв'язку з їх викупом для суспільних потреб чи примусовим відчуженням з мотивів суспільної необхідності, є головним індикатором ризику інвестування та здійснює прямий вплив на стимулювання ділової активності економічних агентів в Україні.

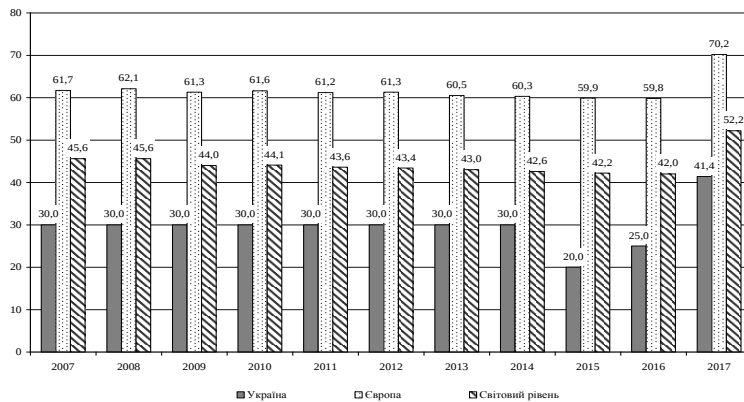


Рис. 1. Динаміка індексу дотримання прав власності в Україні порівняно із середньосвітовим та європейським рівнями упродовж 2007 – 2017 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними The Heritage Foundation [4]

Однією з передумов як державного, так і регіонального розвитку є продукування суспільних благ (гарантування безпеки, створення необхідної транспортної інфраструктури тощо). У даному контексті право приватної власності на землю, зокрема, ділянки ріллі, може бути обмежено. Законом України «Про відчуження земельних ділянок, інших об'єктів нерухомого майна, що на них розміщені, які перебувають у приватній власності, для суспільних потреб чи з мотивів суспільної необхідності» від 17.11.2009 № 1559-VI [6] передбачено наступні види об'єктованого відчуження ділянок:

- їх викуп для суспільних потреб за згодою власника у державну чи комунальну власність шляхом укладення договору купівлі-продажу чи іншого правочину;
- примусове відчуження з мотивів суспільної необхідності (у разі неотримання згоди власника з викупом цього об'єкта для суспільних потреб) у державну чи комунальну власність за рішенням суду.

Для здійснення повної компенсації втрачених благ необхідно встановити: вартість земельної ділянки, що відчужується; вартість наявних земельних поліпшень; грошове вираження збитків, завданих власнику внаслідок викупу земельної ділянки, у тому числі збитків, що будуть завдані власнику у зв'язку з достроковим припиненням його зобов'язань перед третіми особами, зокрема упущена вигода.

Вид вартості об'єкта – земельної ділянки у Законі [5] не конкретизовано. Вченими зазначається, що поняття «вартість» не має матеріального відображення, проте економічні потреби кількісного виміру вимагають її вираження в грошовій формі [6, с. 5]. Водночас дослідники у всьому світі погоджуються, що саме ринкова вартість є центральною не лише при вивченні нерухомості, у торгівельній сфері, а й необхідна для правозастосування щодо захисту прав власності, досягнення справедливості в розмірі компенсації при примусовому відчуженні, при оподаткуванні та «чесній грі на ринку» [7, с. 494].

Наразі відсутнє правове підґрунтя для легального ринкового обігу земельних ділянок сільськогосподарського призначення. Тому визначення ринкової вартості ділянок ріллі може бути можливим після створення відповідної законодавчої бази.

Для цілей оцінки земельних ділянок, що розглядаються у даній роботі, статтею 19 Закону України «Про оцінку земель» [8] передбачено визначення вартості таких

об'єктів «з урахуванням їх використання за цільовим призначенням (використанням), встановленим на день прийняття рішення про викуп таких земельних ділянок для суспільних потреб». Крім того, даним Законом чітко регламентований єдиний методичний підхід – на основі капіталізації чистого операційного або рентного доходу від використання земельних ділянок.

Таким чином, необхідно визначати вартість ділянки у використанні (згідно із п. 19 НС №1, належить до неринкових видів вартості) за дохідним підходом, тобто вартість, яка розраховується, виходячи із сучасних умов використання об'єкта оцінки, що може не відповідати його найбільш ефективному використанню [9].

Найбільш ефективне використання земельної ділянки сільськогосподарського призначення у межах вказаної категорії може бути зображено у вигляді ланцюга угодь (рис. 2).

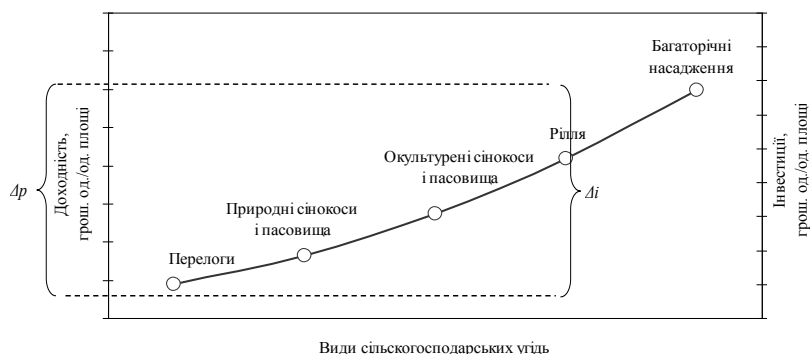


Рис. 2. Залежність рівня доходності земельної ділянки від її окультуреності (інвестиційного розвитку до певного виду сільськогосподарських угідь)

Джерело: авторська розробка

Зазначене порядкове розташування зумовлене суттєвою тісністю зв'язку між потенціалом інвестиційного розвитку земельної ділянки сільськогосподарського призначення, тобто збільшення вартості земельних поліпшень (величиною Δi), та прогнозованим збільшенням рівня доходності в результаті розвитку господарського використання земельної ділянки (Δp).

Водночас, трансформація угідь потребує витрат на земельно-технічні роботи, реєстрацію кадастрової інформації тощо.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 30.09.2016. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 29.08.2017).
2. Перспективи забезпечення прав власності як підґрунтя для розвитку підприємницької діяльності в Україні: аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1659/> (дата звернення: 01.09.2017).
3. Miller T., Kim A. B. et al. 2017 Index of Economic Freedom. Institute for Economic Freedom. Washington, DC: The Heritage Foundation, 2017. 474 p. URL: http://www.heritage.org/index/pdf/2017/book/index_2017.pdf (дата звернення: 06.10.2017).
4. 2017 Index of Economic Freedom/ The Heritage Foundation. URL: <http://www.heritage.org/index/explore?view=by-region-country-year> (дата звернення: 06.10.2017).

01.10.2017).

5. Про відчуження земельних ділянок, інших об'єктів нерухомого майна, що на них розміщені, які перебувають у приватній власності, для суспільних потреб чи з мотивів суспільної необхідності: Закон України від 17.11.2009 № 1559-VI. Дата оновлення: 09.12.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1559-17> (дата звернення: 29.08.2017).

6. Mooya M. M. Real Estate Valuation Theory: A Critical Appraisal. Berlin: Springer, 2016. 192 p.

7. Schlaes J. The market in market value. The Appraisal Journal, 1984, October. P. 494–518.

8. Про оцінку земель: Закон України від 11.12.2003 № 1378-IV. Дата оновлення: 28.06.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1378-15> (дата звернення: 01.09.2017).

9. Національний стандарт №1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав», затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 № 1440. Дата оновлення: 15.04.2015. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-п> (дата звернення: 01.09.2017).

УДК 336.143.2:352

*Л.О. Лазутіна, к.е.н.,
Національний науковий центр „Інститут аграрної економіки”*

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ БЮДЖЕТІВ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД

З 1 січня 2015 року в Україні запроваджено нову модель ресурсного забезпечення бюджетів сільських громад. Було внесено зміни до Бюджетного та Податкового кодексів, відповідно до яких у новостворених ОТГ залишається лівова частка доходів (їх бюджети прирівнюються до бюджетів міст обласного значення і районів). Реформа місцевого самоврядування передбачає: право вирішувати – тобто передачу повноважень, і спроможність – тобто передачу коштів громадам.

Склад ресурсної бази ОТГ має такий вигляд: 60% податку на доходи фізичних осіб, акцизний податок, податок на майно, 100% єдиного податку і 100% податку на прибуток підприємств. Залишається у їх розпорядженні й частка плати за надання адміністративних послуг, рентної плати за користування надрами місцевого значення, плати за ліцензії та за державну реєстрацію, адміністративних штрафів та штрафних санкцій, дивідендів, місцевих позичок та плати за видачу місцевих гарантій, власних доходів бюджетних установ. Також ці бюджети отримують 25% екологічного податку, 1,5% від обсягу продажів продукції, 90% коштів від продажу земель несільськогосподарського призначення та інші доходи. Головним розпорядником коштів об'єднаної територіальної громади (ОТГ) виступає сільський голова.

Проте, як виявилось, в умовах функціонування нової моделі бюджети сіл, селищ та міст районного призначення фактично позбавлені будь-якої самостійності і поставлені у повну залежність від трансфертів із районних бюджетів, доходна база яких внаслідок бюджетної реформи дещо зросла.

За дослідженнями ІСД [1], відсутнє належне кадрове забезпечення органів

місцевого самоврядування ОТГ, що створює найбільші труднощі у процесі реформ. Зокрема, спостерігається недостатність кваліфікації службовців місцевого самоврядування для виконання нових функцій, що призводить до неефективного використання фінансових ресурсів територіальних громад, неспроможності освоїти навіть виділені державою на розвиток громад кошти державних субвенцій.

Водночас, є чимало резервів із залучення додаткових надходжень до місцевих бюджетів. Потрібно провести інвентаризацію та здійснити нормативну грошову оцінку землі.

Необхідно здійснити перегляд ставки орендної плати. Вжити заходів щодо легалізації виплати заробітної плати та її виплати на рівні, визначеного законодавством; переглянути пільги, надані місцевими органами влади; зменшити податковий борг; сформувати оптимальну та ефективну мережі закладів бюджетної сфери, адже видатки на її утримання займають 45-65% бюджету; визначити оптимальну чисельність апарату місцевої ради та її виконавчого комітету.

Вирішення цієї проблеми, на нашу думку, найбільше залежить від підвищення професійного рівня в органах місцевого самоврядування. Як радять дослідники [1], необхідне запровадження дієвих програм підвищення кваліфікації службовців органів місцевого самоврядування та надання їм необхідної консультативної і методичної допомоги з боку органів виконавчої влади.

Особливо актуальним залишається питання контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування з боку держави та з боку громадськості, шляхом запровадження максимальної прозорості діяльності місцевих органів влади.

Необхідно посилити, на законодавчому рівні, відповідальність органів та посадових осіб місцевого самоврядування за прийняття та реалізацію управлінських рішень.

Саме тому важливо, щоб у місцевих громадах запрацювали інструменти, які активно діють в ЄС в частині джерел фінансування: створення спеціальних фондів розвитку громад; регіональних інвестиційних фондів. У цьому напрямі маємо досвід, на 2017 р передбачено 650 млн грн на 5904 проекти регіонального розвитку за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від ЄС у рамках виконання Угоди про фінансування Програми підтримки секторальної політики «Підтримка регіональної політики».

Таким чином, ефективне управління ресурсним забезпеченням бюджетів сільських громад у світлі бюджетно-фінансової децентралізації передбачає виконання функцій перерозподілу бюджетних коштів, має ознаки регулюючого механізму впливу на регіональний розвиток.

За належної кваліфікації працівників бюджетної сфери та повноцінного інформаційного супроводу реформа сприятиме формуванню фінансової незалежності ОТГ.

Список використаних джерел:

1. Формування об'єднаних територіальних громад: стан, проблемні питання та шляхи їх вирішення. Аналітична записка [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2642/>.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Сьогодні сільський туризм на глобальному рівні є загальноприйнятим вектором стратегічного поступу багатьох країн, оскільки детермінує реалізацію потенціалу сільської місцевості та є дієвим інструментом подолання економічної, соціальної і духовної кризи депресивних територій [1].

Існуючі національні концепції розвитку сільського туризму ґрунтуються на загальновизнаних принципах та підходах, проте їхні цілі й завдання окреслюють специфічну проблематику територій, що зумовлює певну розбіжність концепцій та термінологічну розмаїтість.

Площини сприйняття, розуміння та інтерпретації сільського туризму як діяльності залежать від точки зору конкретної зацікавленої сторони, оскільки члени територіальної громади, місцеві органи влади, фермери, професіонали туристичного бізнесу, тощо, залежно від обставин мають відмінні (а іноді й суперечливі) інтереси, що детермінує нерозуміння змісту навіть при використанні тотожних термінів та понять.

Аналіз конструктивного досвіду розвитку сільського туризму у державах Євросоюзу [2] дозволив дійти висновку, що Програмні документи країн ЄС переважно окреслюють концепції: сталого розвитку туризму на сільських територіях; сільського туризму; агротуризму.

Професіонали турбізнесу [2] акцентують життєздатність другої концепції, а втім, у фокусі наявних тенденцій сталого розвитку, платоспроможного попиту й реалізації бізнес-потенціалів є перша, оскільки має більш широкі горизонти майбутнього.

Сталий розвиток туризму задовольняє сьогоденні потреби туристів і дестинацій за умови збереження та збільшення можливостей для майбутнього. При цьому управління ресурсним потенціалом здійснюється за обмеженнями в такий спосіб, щоб сьогоденні економічні, соціальні і естетичні потреби задовольнялися за критерієм збереження системи життєзабезпечення і екологічної рівноваги, біологічної різноманітності та культурної цілісності [3].

Сталий розвиток туризму на сільських територіях окреслює будь-яку туристичну діяльність, що орієнтована на використання природних, культурно-історичних та інших специфічних ресурсів сільської місцевості для формування комплексного туристського продукту за умови інтеграції економічних, соціальних, екологічних, культурних, етичних аспектів локальної території відвідування та гармонізації інтересів відвідувачів і територіальної громади.

Сталий розвиток туризму на сільських територіях є концептуальною складовою сталого розвитку регіонів України, що базується на засадах оптимального використання й збереження ресурсного потенціалу територій, природної спадщини і біорізноманіття; поваги соціально-культурної автентичності територіальних громад; забезпечення соціально-економічних вигід для всіх зацікавлених сторін [3].

Сільський туризм як діяльність, що максимально ощадно інтегрована в автентичні традиції, економічні, соціальні, культурні системи села, базується на

ресурсах і активах сільських територій. На разі критерієм для порівняння з іншими видами туристської діяльності є «сільська» специфічність, позаяк інші види туристської активності, проваджувані на сільських територіях можуть не бути «сільським туризмом» (наприклад, рибальсько-мисливський, спортивний, кулінарний, пригодницький, екстремальний туризм тощо).

Згідно загальноприйнятої концепції, сільський туризм як агрегований вид економічної діяльності, є економічним використанням сільських територій, її природних ресурсів, культурної спадщини, сільських засобів тимчасового розміщення, місцевих традицій та місцевих продуктів через сертифіковану продукцію і послуги продуцентів, що ілюструють регіональну ідентичність; він відповідає вимогам споживачів щодо розміщення, харчування, дозвілля, атракцій та інших послуг; підтримує місцевий сталий розвиток, відповідає вимогам відпочинку сучасного суспільства за сприяння нової соціальної солідарності між містом і селом [4]. Варто підкреслити, що приведені концептуальне визначення дозволяє окреслити й конкретизувати широкий спектр понять. Проте, наявні тенденції попиту та сьогоденні поведінкові моделі споживачів підкреслюють, що тільки клієнт вирішує, що означає «сільський туризм» де факто.

Сільський туризм як діяльність, що безпосередньо пов'язана з фермою окреслює агротуризм. При цьому агротуристичними є тільки активно функціонуючі фермерські господарства. Таким чином «агротуризм» є специфічною підкатегорією категорії «сільський туризм».

Варто зазначити, що у професійній сфері європейських країн терміни «сільський туризм» та «агротуризм» часто ототожнюються, оскільки агротуризм історично сформував передумови розвитку сільського туризму. Крім того на практиці поняття «екотуризм» й «агротуризм» є взаємодоповнюючими і взаємопов'язаними; як близькі за мотивацією й ощадні за впливами на навколишнє середовище й територіальні громади вони об'єднуються в єдину концепцію еко-агротуризму (наприклад, European Centre for Eco Agro Tourism). Таким чином, екологічний та агротуризм варто визначити як перспективні напрями розвитку туризму для українського села та регіонів в цілому.

Список використаних джерел:

1. Нохрина Л. А. Сельский туризм: фактор устойчивого развития сельской местности и альтернативный вид занятости / Л. А. Нохрина // Развитие бизнеса в аграрном секторе экономики Республики Беларусь : научное издание : междунар. научно-практ. конф., Минск, 13-14 октября 2016 г., Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2016. – С. 127 – 134.

2. Офіційний сайт Усесвітньої туристської організації UNWTO : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org/ru>.

3. Нохрина Л. А. Генезис концепции «устойчивое развитие туризма» / Л. А. Нохрина // Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство : сборн. науч. работ. Выпуск 7. – Минск: ООО «Ковчег», 2013. – С. 164 – 173.

4. Офіційний сайт EuroTer Experience&Expertise : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euroter.com/>.

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ¹

Ресурси, їх структура, динаміка та баланс джерел формування є найважливішими факторами розвитку всіх рівнів економіки. Відтак для розробки ефективних стратегій розвитку необхідне системне бачення ресурсних умов.

У дослідженні [1] відзначається, що підвищений інтерес до ресурсних моделей економічного розвитку в останні роки пов'язаний з трьома умовами:

- розвитком економіки, заснованої на знаннях та інформації;
- процесами глобалізації бізнес-процесів;
- трансформацією економік, спрямованої на оптимізацію співвідношення законів ринкової взаємодії та механізмів державного регулювання.

За даними аналітиків термін «ресурсна теорія» вперше був використаний наприкінці 80-х рр. XX ст. Основоположником ресурсної теорії організації вважають Дж. Барні, який розглядає ресурси з точки зору категорії економічної ренти на основі аналізу та можливості забезпечити (або не забезпечити) одержання підвищеної ренти.

На думку представників ресурсної теорії ресурси дозволяють одержувати підвищену економічну ренту в тому ступені, у якому вони мають певний набір властивостей, який умовно називається VRIN, а саме: цінність (valuable); рідкість (rare); неідеальна відтворюваність (imperfectly imitable); незамінність (nonsubstitutability). Зазначені властивості дозволяють власникові ресурсу одержувати підвищену економічну ренту.

Зазначений підхід вважаємо за доцільне використовувати при оптимізації моделі ресурсної бази національної безпеки, яку можна визначити як рівень захищеності (забезпеченості необхідними ресурсами) національної інтересів. Найважливіша складова даної моделі – це оптимізація структури ресурсів з позицій їх комплексного використання для цілей розвитку [2].

Найбільшою відповідністю VRIN-критерію характеризуються інноваційні ресурси розвитку, що включають кадрові, фінансові, організаційні, технологічні та підприємницькі ресурси. В цьому контексті особливо відзначимо інформаційні ресурси, що забезпечують взаємодію між всіма іншими ресурсами, а також самоорганізацію цих ресурсів в різних організаційних формах.

В рамках безпекового підходу до ресурсів розвитку, викладеного нами у дослідженні [3], можемо розглянути наступні принципи управління інноваційними ресурсами розвитку в контексті забезпечення національної безпеки:

- забезпечення інноваційного процесу необхідною комбінацією інноваційних ресурсів та забезпечення балансу ресурсів по стадіях реалізації стратегічних програм;
- цільова спрямованість у використанні ресурсів через визначення напрямків інноваційного процесу з урахуванням національних потреб, тенденцій інноваційного

¹ Дослідження виконано в рамках наукового проекту №0117U 003855 «Інституційно-технологічне проектування інноваційних мереж для системного забезпечення національної безпеки України»

розвитку та базових технологій нового технологічного укладу у їх співвідношенні з існуючою галузевою структурою;

– забезпечення розширеного відтворення інноваційних ресурсів на базі нелінійних моделей інноваційного процесу та з урахуванням фактору глобалізації інновацій та фактору критичних технологій.

Список використаних джерел:

1. Шульгин Д.Б. Институт интеллектуальной собственности в терминах ресурсной теории // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. – 2009. – Vol. 1. 4. – С. 14–25.

2. Омеляненко В.А. Аналіз ресурсів інноваційного розвитку в контексті економічної безпеки регіону // Теорія та практика регіонального розвитку: колективна монографія / за заг. ред. К. Ф. Ковальчука, Л. М. Савчук. – Дніпро: Герда, 2016. – С. 128–135.

3. Omelyanenko V.A., Kudrina O.Y., Volodin D.V. Conceptual principles of development resources security analysis // Marketing and Management of Innovations. – 2017. – № 2. – pp. 280–287.

УДК 338.43.02

*О.Д. Радченко, к.е.н., с.н.с.,
ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ*

ДЕРЖАВНЕ ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОСЕКТОРУ

Фінансове регулювання – це стимулювання економічної системи шляхом балансу фінансових ресурсів у сегментах ринку із застосуванням бюджетної, податкової, митної, інвестиційної та грошово-кредитної політики [1].

Ресурсне забезпечення агросектору, в свою чергу, досить обширне поняття, що включає «питання використання земель сільськогосподарського призначення, формування і застосування трудового потенціалу сільських територій, техніко-технологічного забезпечення сільськогосподарського виробництва» [2].

Державне фінансове регулювання агросектору найбільш повно представлене заходами бюджетної підтримки, що втілюється як підтримка відтворення основного капіталу, біологічних активів, оборотних засобів, людського капіталу. Головним суб'єктом такого регулювання є фінанси сільськогосподарських підприємств, як такі, що обслуговують рух та розподіл вартості валової продукції.

Бюджетним Кодексом (БК) у роз. VI п.42 передбачено, що у 2017-2021 рр. щорічний обсяг коштів, які спрямовуються на державну підтримку сільськогосподарських товаровиробників, становитиме не менше 1 % випуску продукції у сільському господарстві. Саме ці заходи формують систему підтримки аграрних фінансів, через програми, що фінансуються Мінагрополітики, на які у 2017 р. передбачено 5,816 млрд грн. За структурою фінансування, 82% - це заходи фінансової підтримки виробників, 6 % кредитування, по 3% видатки Аграрного фонду та тваринництво. За 9 міс. 2017 року, згідно даних Міністерства, основну програму по бюджетній дотації виконано на 70% річного і 94% плану за період.

У БК також вказано, що 20 % державної підтримки має використовуватися сільськогосподарськими товаровиробниками для закупівлі у вітчизняних виробників

сільськогосподарської техніки та обладнання (2017 рік - 10 %, 2018 рік - 15 %). Відтворення основного капіталу, таким чином, віднесено до пріоритетних напрямів державного фінансового регулювання із виділенням фіксованого за роками обсягу фінансування. Відповідно, діє програма часткової 20% компенсації вартості продукції вітчизняного сільськогосподарського машинобудування, на яку у 2017 р. передбачено 550 млн грн, з яких на початок жовтня профінансовано 2,1% (основне фінансування планується у IV кв.). У проекті Держбюджету 2018 закладено 900 млн грн, і прогнозується довести ці кошти в 2019-2021 роках до 1,5 млрд грн.

Державне фінансове регулювання ресурсного забезпечення агросектору є системою заходів державної політики щодо підтримки галузі у системі загальноекономічних заходів збалансованого розвитку економіки. При цьому здійснюється: регулювання відтворювальної структури валової продукції за видами та формами господарювання, фінансування потреб простого і розширеного відтворення; вплив на стан трудових ресурсів та соціально-економічний розвиток сільських територій. Реалізація заходів фінансового регулювання здійснюється, насамперед, завдяки системі бюджетної підтримки товаровиробників за програмами відтворення основного капіталу, структури галузей, окремих видів продукції, компенсації витрат, фінансування науки і освіти, соціального розвитку.

На даний час це регулювання за обсягами фінансування переважно виконує роль компенсації непрямого оподаткування, що діяло у галузі до 2017 року, не має достатніх ресурсів та чіткої стратегії на найближчу перспективу. Крім того, воно охоплює множини заходів, спрямованих одночасно на всі складові розширеного відтворення, і переваги у одержанні бюджетної підтримки мають агрохолдинги.

Для того, щоб державне фінансове регулювання розвитку агросектору відповідало вимогам часу, воно має відповідати зобов'язанням, які взяла на себе Україна перед світовим співтовариством. Зокрема, згідно Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [3], для сільського господарства та розвитку сільських територій зміст домовленостей (гл. 17, ст. 403-406) передбачає, що сторони співпрацюватимуть із метою сприяння розвитку через поступове зближення відповідних політик і законодавства, а також поступового зближення національного регулювання у відповідності до регулювання й стандартів ЄС. Науковий супровід цього процесу є об'єктом подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Державне фінансове регулювання економічних перетворень : монографія / І.Я. Чугунов, А.В. Павелко, Т.В. Канєва, та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 376 с.
2. Національний інститут стратегічних досліджень. Ресурсний потенціал аграрної сфери: проблеми та завдання ефективного використання. [Електронний ресурс]. Джерело доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1451/>
3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. {угоду ратифіковано із заявою законом № 1678-vii від 16.09.2014} [Електронний ресурс]. Джерело доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011

ВПЛИВ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Підприємство, як суб'єкт економічної діяльності, перебуває в певному економічному середовищі, законам якого воно підпорядковується. Стратегія діяльності підприємства спирається на аналіз середовища, адже аналіз надає змогу чітко визначити цілі та місії функціонування господарської одиниці, враховуючи особливості середовища.

Аналіз середовища, у свою чергу, може здійснюватися відносно трьох основних об'єктів, а саме[3]:

- макросередовища;
- мікросередовища;
- внутрішнього середовища.

Макросередовище в цьому переліку займає далеко не останню роль, і складається з елементів, які прямо не пов'язані з підприємством, але впливають на формування загальної атмосфери бізнесу.

До основних компонентів макросередовища слід віднести: політичну, економічну, екологічну, соціальну та технологічну сфери.

У широкому розумінні макросередовищем для господарюючого суб'єкта України є Уряд та економічна ситуація в країні (регіоні, області тощо). Якщо роль Уряду здебільшого зводиться до регламентації діяльності підприємства у правовому полі та законотворчої діяльності, то роль економіки в цілому має більш різноманітний характер і вплив на макросередовище[4].

До складових економічного сегменту, параметри яких відбиваються і при формуванні стратегії розвитку підприємства, в свою чергу відносяться:

- ринкова кон'юнктура. В залежності від існуючого попиту та пропозиції на ринку, підприємство може коригувати свої стратегічні цілі. Наприклад, у 2010 р. компанія Ford збільшила запланований обсяг виробництва нової моделі Explorer на 55% за 4 дні до старту продажів у зв'язку з підвищеним незадоволеним попитом американців на позашляховики[2];

- податкові чинники. Наявне податкове навантаження на підприємство відіграє далеко не останню роль у формуванні стратегії розвитку цього підприємства. Так, наприклад, суттєва частка українських підприємств підпорядковуються компаніям, що зареєстровані в країнах з «податковим раєм»: Кіпр, Монако, Ліхтенштейн[6]. Таке рішення дозволяє значно зменшити обсяг податкових зобов'язань і цілком легально;

- екологічне середовище. Надзвичайно важливий компонент макросередовища, який, при певних законодавчих нормах, може спричинити і економічну зацікавленість підприємства у максимальній екологізації виробничої діяльності. У Великій Британії наприклад, підприємства, які щорічно скорочують кількість шкідливих викидів в навколишнє середовище, отримують спеціальні гранти від уряду за співпрацю в галузі екологічної безпеки. В Україні, натомість, існує система екологічного оподаткування та штрафних санкцій за надмірне

забруднення оточуючого середовища, проте реалізація цих ініціатив проходить з ускладненнями у вигляді обходу законодавства недобросовісними підприємствами[6]. Така форма мотивації при якісній реалізації може бути одним із ключових аргументів при формуванні стратегії розвитку підприємства. Також в рамках екологічної сфери макросередовища слід розглядати і енергоефективність, як мету функціонування сучасних підприємств в умовах обмеженості ресурсів, тобто зменшення витрат енергетичних і сировинних ресурсів при збереженні або збільшенні виробництва продукції;

- науково-технічний прогрес. Особливо актуальний фактор формування стратегії підприємства при поточних темпах розвитку технологій і техніки. Негативним прикладом нехтування цим сегментом макросередовища можна назвати компанію Kodak, яка не змогла вчасно зорієнтуватися у бурхливо зростаючому ринку цифрових технологій і так і залишилася компанією, з якою асоціюється лише колишня епоха плівкових фотоапаратів[1]. В умовах української економіки НТП посідає важливе місце при формуванні стратегії підприємств, оскільки новим господарюючим суб'єктам важко увійти на сформований ринок без певних технологічних переваг;

- соціальний сегмент. Дана складова включає в себе не лише інтереси соціально-територіального середовища в якому діє підприємство, але й кадровий потенціал цієї локації. Так, наприклад, у Японії формуються цілі міста-заводи, такі як Тойота-сіті, з майже замкненою системою кадрової роботи[5]. В Італії, в свою чергу, існує так звана «долина моторів» - регіон, де виробляються найбільш відомі та престижні автомобілі марок Ферарі, Ламборгіні, Мазераті та інші. Головною особливістю цього регіону є те, що на виробництвах автомобільних компаній працюють виключно місцеві жителі з населених пунктів не далі 5 км від заводу. Щодо України можна навести приклад таких міст як Славутич, Шостка, більшість міст Донбасу та інші населені пункти, робоча сила в яких зосереджена на одному чи декількох підприємствах однієї або кількох суміжних галузей.

Отже, макросередовище є однією з основних рушійних сил при прийнятті стратегічних управлінських рішень, в тому числі й визначенні стратегії розвитку підприємства. Прийняття правил середовища та гнучкість щодо їх змін можуть принести підприємству прибуток, в той час як галузь перебуватиме в стані кризи. Нехтування макросередовищем і його змінами навпаки – призведе до неминучого краху компанії навіть за умов лідерських позицій в галузі сьогодні.

Список використаних джерел:

1. EastmanKodak. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kodak.com/US/en/corp/default.htm>
2. Ford Motor Company [Електроннийресурс]. Режим доступу: <https://www.ford.com/>
3. Олефіренко А. О. Стратегічний розвиток підприємства в умовах впливу зовнішніх чинників. – Вісник КНТЕУ.: №1(90), 2015. – С.46-51
4. Основи стратегічного менеджменту: Навч. пос. для вишів / Наук. ред. Б. А. Гуцол. – «Львівська політехніка»: Львів, 2014. - 213 с.
5. Тойота-сіті [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Тойота_\(Айті\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Тойота_(Айті))
6. Пашкевич І. І. Методологія розробки стратегії розвитку підприємства. - Х.: «Віват», 2016. - 301 с.

С.М. Ткач, к.е.н., науковий співробітник,
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»,
І.Б. Соболев, аспірант,
НУ «Львівська політехніка»

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ БУДІВЕЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах господарювання кластери є дієвим механізмом активізації бізнес-середовища в регіонах. До прикладу, приблизно 38% зайнятого населення ЄС працює на підприємствах, що входять до складу кластерів [3]. В Україні в будівельній сфері працює 3,9% зайнятого населення [1]. Ураховуючи природно-ресурсний потенціал для розвитку цієї сфери господарювання, а також кадровий потенціал, доцільно визначити передумови для розвитку будівельних кластерів в Україні.

Для виявлення регіонів України, в яких будівництво є однією з профільних сфер господарювання на фоні країни, скористаємося показником локалізації за кількістю зайнятого населення [2]. Як показали результати розрахунків за 2016 рік, в 11-ти з 24-х областей України будівництво було профільною сферою господарювання (рис. 1).



Рис. 1. Локалізація будівництва в областях України за кількістю зайнятого населення у 2016 році

Примітка: побудовано авторами на основі власних розрахунків

У Львівській області виявлено найбільшу серед областей концентрацію зайнятих у будівельній діяльності (6,64% від загальної кількості зайнятого населення регіону). Окрім того, доволі висока частка будівництва в загальній кількості зайнятого населення, порівняно з іншими областями України, була в: Закарпатській (5,64%), Сумській (4,79%), Чернівецькій (4,71%) та Івано-Франківській (4,63%) областях. Натомість найнижчими значення цього показника (від 2 до 3%) спостерігалися у: Чернігівській, Вінницькій, Волинській, Хмельницькій, Херсонській і Полтавській областях. Також необхідно зазначити, що Запорізька та Дніпропетровська області були близькими до того, щоб будівельна діяльність стала профільною сферою господарювання.

Таким чином, ми бачимо, що будівельна діяльність відіграє важливу роль в економіці регіонів України і володіє вагомим кадровим потенціалом. У контексті

цього доцільно розглянути ефективність діяльності персоналу в будівництві. За приклад візьмемо, Львівську область. Установлено, що середньомісячна заробітна плата працівників на будівельних підприємствах регіону була нижчою, ніж в середньому в Україні у цій сфері господарювання. Загалом за 2010–2016 рр. середньомісячна заробітна плата працівників у будівництві у Львівській області зросла у 3,2 рази. Своєю чергою, за цей період витрати на оплату праці у структурі операційних витрат будівельних підприємств внаслідок середньорічного приросту у 21,5% зросли у 1,7 разів.

Продуктивність праці упродовж аналізованого періоду на будівельних підприємствах області демонструвала стабільний приріст. Зокрема, у 2016 році на одного зайнятого припадало 552,1 тис. грн обсягу реалізованої продукції, що у 3,6 разів більше за показник 2011 року. Необхідно відзначити, що в будівельній сфері Львівської області в середньому щороку за 2011–2016 рр. продуктивність праці зростала значно вищими темпами, ніж середньорічна заробітна плата працівників: 298,9% проти 117,5%.

Окрім того, у 2016 році, порівняно з 2010-м, в 1,5 разів зросла рентабельність праці. Так, незважаючи на стабільний приріст витрат на персонал, обсяги реалізованої продукції будівельних підприємств також невпинно зростали, за винятком 2013 року. Як результат, одна гривня витрат на персонал забезпечила 15,1 грн доходу від реалізації продукції у 2016 році. Водночас, гіршою є ситуація із інвестовіддачею праці. Так, на початку і вкінці аналізованого періоду даний показник знижувався. Якщо у 2010 році кожна гривня на оплату праці працівників у будівництві забезпечувала 6,2 грн залучених капітальних інвестицій, то у 2016 році цей показник був меншим на 5,6%.

Підводячи підсумки, необхідно зазначити, що в 45% областей України є передумови (насамперед за рахунок кадрового потенціалу) створювати та розвивати будівельні кластери. Іншим питанням залишається дієвість наявної інституційної підтримки на місцях для розвитку цієї форми просторової організації бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Ткач С. М. Оцінювання ефективності функціонування машинобудування у системі розвитку галузевих кластерів в Україні / С. М. Ткач, Я. В. Панас // Регіональна економіка. – Л.: 2017. – № 3. – С. 55-69.
3. Innovation Clusters in Europe: A statistical analysis and overview of current policy support [Електронний ресурс]. EUROPEAN COMMISSION http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/Tools_Resources/Cluster.pdf

УДК 352

*К.В. Черненко, к.е.н., ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку,
Полтавська державна аграрна академія*

ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ В УМОВАХ БЮДЖЕТНОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Розвиток передових країн світу показав, що централізований метод управління фінансами є неефективним. Українські науковці також тривалий час наголошують

на потребі в переорієнтації, але, на жаль, протягом останніх десяти років реалізація бюджетної децентралізації в Україні приймала лише теоретичну форму. На сучасному етапі проблема збільшення надходжень місцевих бюджетів є важливим завданням і потребує його вирішення.

Чимало вітчизняних науковців присвятили власні дослідження вирішенню цієї проблеми. У їх числі Набатова Ю. О., Проць Н.В., Чушак А.М., Філюк О.А. У роботах здійснено аналіз бюджетної системи України та оцінку рівня децентралізації в країні. Вчені окреслюють основні проблеми та визначають можливі напрями реформування бюджетної системи України, а також визначають основні засоби для досягнення оптимального розподілу фінансових ресурсів між центром та регіонами.

Дослідження покликане розкрити основні проблеми фінансового забезпечення місцевого бюджету в умовах проведення децентралізації бюджетної системи, а також визначити шляхи підвищення його доходів.

Незважаючи на внесені зміни в 2014 році, основну частину доходів місцевого бюджету, як і раніше, займають трансфerti з державного бюджету. Субвенції, які передаються бюджетам нижчих рівнів – це кошти, які отримуються на визначену мету і мають використовуватися в порядку, визначеному органами вищої державної влади, а отже – не забезпечують фінансової самостійності місцевого бюджету. Тому необхідно оцінити доходи місцевих бюджетів без врахування трансфертів для оцінки зміни у рівні доходів місцевих бюджетів України[1,2,3].

Децентралізація влади та реформа місцевого самоврядування мають включати комплекс заходів стосовно впорядкування відносин у сфері володіння та користування природними ресурсами, які є на прилеглих до сільських населених пунктів територіях. Це дасть можливість розширити реальну базу для стягнення природно-ресурсних платежів і підвищити мотивацію сільських територіальних громад, щоб ефективніше й раціональніше використовували належні їм природні багатства. Вони зможуть наділяти підприємницькі структури правом тимчасового користування природними та природно- господарськими активами і отримувати за це кошти. Також це стимулюватиме до якомога ефективнішого контрольованого використання природних ресурсів місцевого значення, оскільки вся сума зборів від цього спрямовуватиметься в бюджети базового рівня. Насамкінець необхідно запровадити орган фінансового контролю місцевих рад, який буде уповноважений контролювати надходження, розподіл і витрачання коштів від власних джерел доходів місцевого самоврядування [4].

Отже, процес децентралізації призведе до збільшення доходів місцевих бюджетів, але не скасує чимало проблем, серед яких: переважання частки трансфертів, застарілі бази даних та низький рівень фінансового контролю.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України зі змінами від 13.02.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page4>.
2. Габа І. М. «Децентралізація»- деякі плюси і мінуси / І. М. Габа // РайонІнфо. – 2014. – № 1. – С. 5.
3. Закон України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» від 28.12.2014 р. № 79-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79-19>.
4. Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2016-2/doc/3/304.pdf>

ПРОСТОРОВІ ОСВІТНІ СИСТЕМИ ЯК НОВИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВИ ТА РЕГІОНУ

Ефективне функціонування економічної системи держави та регіонів потребує пошуку та застосування нових ефективних управлінських методів, здатних стимулювати розвиток регіональних полюсів росту, спроможних генерувати нові ідеї, розвивати стартапи, сприяти росту регіонального валового продукту.

Одним із генераторів росту та розвитку економічної системи регіону можуть стати просторові освітні системи, зокрема освітні кластери. Центрами, генераторами інноваційних ідей у таких системах стають вищі навчальні заклади. Здатність ВНЗ стати центром, спроможним творити прогресивні ідеї, втілювати їх у практичну площину, ефективно взаємодіяти з іншими агентами ринку, стимулюючи тим самим розвиток економічної системи, частково визначається за кількістю наукових розробок, офіційно зареєстрованих або реалізованих у практичній площині. Найбільш активними у даній площині є два найбільших регіональних вузи Львівський національний університет ім. Івана Франка та Національний університет «Львівська політехніка», які посідають перші місця серед вузів Львівської області за кількістю наукових розробок та укладених договорів [1]. Однак, активну діяльність у сфері освіти, інноваційних розробок та кластерних ініціатив починають втілювати приватні ВНЗ, які стали більш гнучкими та зорієнтованими на запити споживачів, відтак вони активно розробляють та реалізують нові освітні напрямки, вивчаючи новітні тренди розвитку освіти та світової економіки.

Відтак, основними ініціаторами створення освітніх кластерів стають освітні та громадські організації, освітні структури. Першим прикладом такої взаємодії стало функціонування освітнього кластеру на «Форумі видавців 2017» у м. Львові, що відбувався на базі Центру імені Митрополита Андрея Шептицького УКУ (Українського католицького університету) [2]).

Найчіткіше кластерні освітні ініціативи проявляють себе у співпраці з ІТ сектором. ІТ сектор найбільш активно співпрацює з навчальними закладами регіону – від загальноосвітніх навчальних закладів до ВНЗ. На рівні ЗНЗ співпраця відбувається на рівні професійної орієнтації школярів, що спрямовано на збільшення кваліфікованих кадрів, які будуть працювати у компаніях вже за декілька років [3]. На рівні ВНЗ відбувається інвестиція у розвиток та підготовку кваліфікованих працівників для (прикладом є створення інноваційної навчальної лабораторії на базі НУ «Львівська політехніка» для студентів бакалаврської програми Інтернет речей [4]).

Розвиток просторових освітніх систем створює позитивні соціально-економічні ефекти у функціонуванні регіональних економічних систем, серед яких:

- підвищення ефективності та обсягів економічної активності, збільшення інноваційної та інвестиційної привабливості економіки;
- скорочення процесу комерціалізації технологій, підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- збільшення попиту на спеціалізовану освітньо-наукову продукцію;
- вдосконалення якісного забезпечення ринку праці, сприяння розширеному

відтворенню людського капіталу та підвищення інтелектуально-культурного рівня населення;

- підвищення рівня ділової активності регіону;
- покращення умов життєдіяльності та добробуту населення тощо.

Формування нових просторових освітніх структур стає одним із стратегічних завдань розвитку регіонів, що повинно знайти відображення в стратегіях і програмах соціально-економічного регіонального розвитку. Отримання позитивного синергетичного ефекту від функціонування нових просторових освітніх систем для економіки регіону вимагає від органів державної та регіональної влади формування ефективного механізму залучення інвесторів, розробки нових інструментів інвестування та зниження ризиків у реалізації освітніх бізнес проєктів.

Список використаних джерел:

1. Наука в університетах [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mon.rit.org.ua/>;
2. 14-16 вересня – тематичний кластер «Освіта» 24-го Міжнародного Форуму видавців у Львові [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://detector.media/withoutsection/article/129606/2017-09-05-14-16-veresnya-tematichnii-klaster-osvita-24-go-mizhnarodnogo-forumu-vidavtsiv-u-lvovi/>;
3. Львівський ІТ Кластер шукатиме таланти у районних школах [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tvoemisto.tv/news/lvivskyy_it_klaster_shukatyne_talanty_u_rayonnyh_shkolah_84589.html;
4. Lviv IT Cluster облаштує у Політехніці лабораторію «Інтернету речей» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.lp.edu.ua/news/2017/lviv-it-cluster-oblashtuye-u-lvivskiy-politehnici-suchasnu-laboratoriyu-dlya-programy>.

УДК 351.32

*А.А. Демідова, магістрант,
Науковий керівник: А.Б. Ярова, к.е.н., доцент,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК «ЧЕТВЕРТА НЕФОРМАЛЬНА ГІЛКА ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ»

Засоби масової інформації (далі ЗМІ) – це публічне поширення різних даних і відомостей за допомогою різноманітних технічних засобів (телебачення, радіо, Інтернет, газети, журнали).

ЗМІ впливають на маси через повідомлення, інформування, навчання, переконання, навіювання та інші психологічні методи [1].

ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно продукується таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється.

Українська дослідниця Н. Габор зазначає: «Вплив постмодерну зробив сучасні

медіа такими, якими вони є, ... вияв постмодерну в комунікативістиці сприяв формуванню такого, а не іншого суспільства, а саме – інформативного» [2].

За допомогою ЗМІ інформацію можна:

- спотворити за допомогою неповної, односторонньої подачі (так званий фрагментарний спосіб поширення інформації - масив інформації подрібнюють на менші масиви та коли інформація подається єдиним неопрацьованим потоком, що не дозволяє пересічному індивіду сформувати цілісну картину подій);
- відредагувати, додавши власні домисли і коментарі (значна частина спотворень у подачі інформації спричиняється індивідуально-психологічними особливостями поширювачів інформації, особистими політичними симпатіями);
- інтерпретувати у вигідному світлі;
- просто приховати, разом з тим акцентуючи увагу на окремих сторонах події, замовчуючи інші, що створює додаткову можливість маніпулювати аудиторією;
- створити "інформаційний галас", тобто коли зниження сприйняття фактів досягається за рахунок подачі такої кількості новин, за якої стає неможливим їхнє сортування;
- відволікти увагу від дійсно важливих подій шляхом надання яскравої, але несуттєвої інформації;
- оперативно подати навіть неперевірену інформацію, адже будь-яке перше повідомлення про подію справляє значно сильніший вплив на аудиторію, ніж наступні;
- поширювати певний погляд на інформацію як її єдино вірний варіант.

Саме тому можна говорити про ЗМІ як про «четверту неформальну гілку влади». Оскільки влада для виконання своїх функцій може використовувати засоби примусу і заохочення, що можуть бути опосередковано здійснені і ЗМІ.

Таким чином, наповнюючи потрібним змістом повідомлення, що передаються ЗМІ, можливо подавати суспільству не лише знання про навколишню дійсність, але й цілеспрямовано формувати емоційні та поведінкові стереотипи [3].

Через такий вплив ЗМІ на формування суспільної думки варто відзначити такі заходи, щоб протидіяти медіа-маніпуляціям:

- порівнювати інформацію з різних та незалежних джерел;
- брати до уваги інформацію та новини з достовірних джерел з позитивною репутацією та які не викривляють дійсність;
- ознайомлюватись з інформацією, що подають ЗМІ, в країнах, де діє принцип свободи слова;
- у разі можливості, дивитися он-лайн трансляції з місця подій без суб'єктивних оцінок і висновків;
- інформація – це продукт, який треба споживати помірно.

Список використаних джерел:

1. Смирнова М. Створення стереотипів засобами масової інформації в добу інформаційного суспільства / М. Смирнова // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – Вип. 15. – С. 63-67. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2016_15_11.
2. Габор Н. Постмодернізм-Постжурналізм-Постреальність [Електронний ресурс] / Наталія Габор. – Режим доступу: <http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/zurnal/N1/Mediaphilos/gabor.html>
3. Дуцик Д. Політична журналістика / Д. Дуцик. – К. : Вид. дім „Києво-Могилянська академія”, 2005. – 138 с.

*В.В. Дідик, студент,
Науковий керівник: В.В. Боковець, д.е.н., професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ВАЖЛИВИЙ ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Питання вдосконалення та покращення умов праці на підприємствах в Україні займають далеко не останнє місце в списку пріоритетних напрямків розвитку економіки, а для малих і середніх підприємств дані питання є найбільш гострими і актуальними.

В економічно розвинених країнах будь-який підприємець, в тому числі і власник малої або середньої фірми, чудово розуміє, що створення сприятливих і безпечних умов праці призводить не тільки до скорочення виробничого травматизму і хвороб, а й до підвищення продуктивності та обсягів виробництва. І навпаки, витрати, які пов'язані з недоліками в умовах праці на підприємстві, є наслідком захворювань і травматизму, обумовлених шкідливим виробництвом.

Існуюча в даний час в Україні система соціально-трудових відносин є перехідною. Колишня командно-адміністративна система, в якій діє монополія на встановлення взаємовідносин між єдиним роботодавцем (державою), все ще зберегла свої позиції. А ринкова система, в якій взаємини повинні вибудовуватися з урахуванням кваліфікованого думки представників працівників, роботодавця і держави, ще не склалася [1].

Численні дослідження, проведені за останні роки в Україні, показали, що підприємці в найменшій мірі зацікавлені в поліпшенні умов праці, особливо це стосується підприємств малого і середнього бізнесу.

Але, тим не менш, за останні роки чимало було зроблено для розвитку і вдосконалення охорони праці на підприємствах, в тому числі і на підприємствах малого та середнього бізнесу. І як наслідок – зниження виробничого травматизму в багатьох регіонах України. Розглянемо показники травматизму (на прикладі підприємств, що належать до сфери управління Мінінфраструктури).

Таблиця 1

Показники виробничого травматизму за 2013-2014-2015 роки на підприємствах, що належать до сфери управління Мінінфраструктури [2]

Назва підприємств, державних організацій	Середньооблікова кількість працюючих			Кількість потерпілих з втратою працездатності на 1 роб. день та см. наслідком (осіб)			Кількість потерпілих з втратою працездатності на 1 роб. день чи більше на 1 тис. працюючих (Кч)			Коефіцієнт тяжкості (Кт)			Кількість потерпілих із смертельним наслідком (осіб)			Кількість потерпілих із смертельним наслідком на 1 тис. працюючих			Кількість днів непрацездатності внаслідок виробничого травмування		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Укрзалізниця	352995	335706	305632	91	102	86	0,25	0,30	0,28	73,72	54,92	64,8	14	14	17	0,039	0,041	0,056	6709	5602	5573
ПРАТ "Київ-Дніпровське МППЗТ"	2546	2291	2128	4	0	1	1,57	0	0,47	70,0	0	59	0	0	0	0	0	0	280	0	59
Морський та річковий транспорт	35273	29907	28626	34	17	15	0,96	0,60	0,52	26,23	55,29	36,9	6	0	2	0,17	0	0,07	892	940	554
Укравтодор	32670	26198	22328	19	16	23	0,58	0,61	1,09	53,42	23,62	28,5	2	3	2	0,06	0,11	0,09	1015	378	746
Укрпошта	93017	80858	75762	58	36	30	0,62	0,44	0,36	56,58	59,94	29,6	4	3	5	0,04	0,04	0,66	3282	2158	862
Авіаційний транспорт	12096	10824	8905	5	0	1	0,41	0	0,11	80,20	0	7	0	0	0	0	0	0	401	0	7
Всього:	536352	496165	445 604	215	173	157	0,70	0,30	0,35	56,98	36,68	49,9	26	20	26	0,044	0,27	0,058	12734	9204	7829

Як видно з таблиці, чисельність випадків виробничого травматизму поступово знижується. У порівнянні з 2013 роком число нещасних випадків зменшилася. Якщо розглянути ситуацію по регіонах в цілому, то можна побачити схоже зниження нещасних випадків на виробництві. Але, на жаль, рівень порушень охорони праці та виробничий травматизм на малих і середніх підприємствах все ще залишаються досить високими в порівнянні з економічно розвиненими країнами. Тому заходи щодо поліпшення умов охорони праці на підприємствах потребують постійного вдосконалення.

Серед безлічі літератури з охорони праці на підприємствах малого та середнього бізнесу, а також серед наукових досліджень, присвячених цій проблемі, можна відзначити три основні причини високого виробничого травматизму:

- недотримання законів, що стосуються охорони праці підприємцями і працівниками на підприємствах малого та середнього бізнесу. Але багато керівників малих і середніх підприємств вважають, що законодавство і нормативні акти стосуються тільки великих підприємств. А також, найчастіше, особливо в умовах кризових явищ в економіці підприємці намагаються заощаджувати на витратах, пов'язаних з охороною праці. Сюди ж слід віднести і недостатність, а іноді і відсутність знань в області охорони праці у самих працівників;

- відсутність або нестача методичних матеріалів з питань охорони праці на підприємствах малого та середнього бізнесу. В умовах науково-технічного прогресу і модернізації виробництва велика частина нормативно-правових актів, що діють у сфері охорони праці, вже застаріли і не відповідають вимогам часу. А дії держави в області модернізації існуючих норм і вдосконалення законодавства в галузі охорони праці істотно відстають від процесів зміни сучасного виробництва;

- високий рівень корупції. Існуючий механізм нагляду і контролю на підприємствах малого та середнього бізнесу за дотриманням норм з охорони праці неефективний, в силу чистої формальності, ігнорування приписів і низьких розмірів штрафів, особливо підприємствами малого і середнього бізнесу. Сюди ж слід віднести низький рівень заробітної плати державних інспекторів, який дозволяє сумніватися в дійсній їх незалежності від роботодавців.

Держава повинна усіляким чином стимулювати працівників і роботодавців до дотримання охорони праці на підприємствах малого та середнього бізнесу.

Одним з найважливіших заходів, спрямованих на поліпшення умов праці працівників, є атестація робочих місць за умовами праці. Така робота проводиться вже понад 15 років і в даний час є одним з найпомітніших заходів в діяльності служб охорони праці. Вона дозволяє більш цілеспрямовано планувати роботу з охорони праці, а також реалізовувати право працівника на інформацію про умови його праці, а також на отримання компенсацій за несприятливі умови праці.

Також слід звернути більш пильну увагу на досвід економічно-розвинутих країн. Особливістю організації охорони праці в країнах з розвинутою економікою є те, що, хоча держава нормує і контролює умови праці, вся відповідальність за станом умов і охорони праці покладено на роботодавця. При цьому використовується широке участь недержавних організацій в роботі з технічного нагляду за проведенням випробувань технологій, обладнання, засобів механізації та автоматизації, матеріалів і сировини на відповідність їх безпеки для людини і т. П. При цьому на державному і міждержавному рівнях ведеться підготовка і реалізація програм з охорони праці [3].

Ще одним дуже важливим заходом щодо поліпшення умов праці на підприємствах малого та середнього бізнесу є соціальне партнерство. Основою

системи захисту інтересів учасників трудових відносин є соціальне партнерство, організація діалогу між профспілками та роботодавцями. Досвід економічно розвинених країн показує, що соціальне партнерство з охорони праці вигідно для обох сторін: і для підприємця, і для працівника. Завдання соціального партнерства - спільними зусиллями адміністрації і профспілкового комітету домагатися виконання чинного законодавства з охорони праці.

Для малого та середнього бізнесу рекомендується пільгове оподаткування, яке дозволить стимулювати підприємців до поліпшення умов по охороні праці. В умовах кризи роботодавці в більшості своїй змушені знижувати витрати, в тому числі і на охорону праці. І це негативно позначається на діяльності підприємства, збільшуються випадки виробничого травматизму.

Слід зазначити, що заходи щодо поліпшення умов праці на малих і середніх підприємствах потребують постійного вдосконалення з урахуванням технологічного прогресу і часу. Спільний внесок держави, підприємця і працівника в поліпшення умов праці веде до зростання його продуктивності і до підвищення якості продукції, що важливо для роботодавців та одночасно допомагає зберегти здоров'я працівників.

Список використаних джерел:

1. Федорець А.Г. Менеджмент виробничої безпеки та оцінка ризиків. Збірник статей, 2010. – 220
2. Аналіз стану виробничого травматизму та умов праці на підприємствах - [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: <https://mtu.gov.ua/files/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%20%D0%9E%D0%9F%202015%202016.05.04.pdf>
3. Маренго А.К. Менеджмент в галузі охорони праці: навчально-практичний посібник, 2010. - 152 с.

УДК 65.016

*Т.О. Долгова, А.М. Козел, здобувачі вищої освіти,
Національний авіаційний університет*

СТАДІЇ РОЗВИТКУ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь-яка компанія є «живим» організмом: вона народжується, розвивається, досягає піку свого зростання і згасає, іншими словами проходить через певні етапи свого життєвого циклу. Теоретики менеджменту вважають, що будь-який бізнес передбачуваний у своєму розвитку, і пропонують нам чіткий план управління компанією на різних стадіях життєвого циклу організації. Знаючи стадію, на якій в даний момент знаходиться бізнес, керівник може підібрати правильний метод управління компанією, врахувати всі необхідні ризики і прийняти правильні рішення, які дозволять ефективно конкурувати в галузі.

У 1950 році К. Боулдінг вперше запропонував поняття «життєвий цикл підприємства». З цього часу всі теоретичні школи менеджменту, маркетингу, соціології, психології, державного управління почали бурхливо обговорювати і розвивати цю теорію. Класична модель життєвого циклу організації включає всього 5 стадій (Рис 1). Кожна стадія розвитку компанії має свої особливості, можливості і ризики, а значить і оптимальний варіант управління.

Розглянемо характеристику стадій життєвого циклу:

1. Зародження – організація знаходиться в стадії становлення. Цілі є ще нечіткими, творчий процес протікає вільно, просування до наступного етапу вимагає стабільного забезпечення ресурсами.

2. Створення – розвиваються інноваційні процеси попереднього етапу, формується місія організації. Комунікації і структура в рамках організації залишаються в сутності неформальними.

3. Зростання – структура організації стабілізується, вводяться правила, визначаються процедури. Наголос робиться на ефективність інновацій і стабільність. Органи з розробки та прийняття рішень стають провідними компонентами організації. Зростає роль вищої керівної ланки організації, процес прийняття рішень стає більш виваженим, консервативним.

4. Зрілість – організація збільшує випуск своїх продуктів і розширює ринок надання послуг. Керівники виявляють нові можливості розвитку. Організаційна структура стає більш комплексною і відпрацьованою.

5. Спад – організація стикається зі зменшенням попиту на свою продукцію або послуги. Керівники шукають шляхи утримання ринків і використання нових можливостей. Кількість конфліктів нерідко збільшується. До керівництва приходять нові люди, які спробують затримати занепад. Механізм вироблення і прийняття рішень централізований [1].

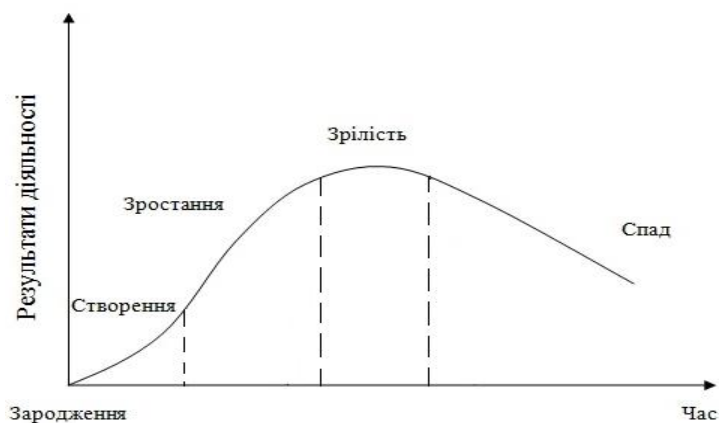


Рис 1. Життєвий цикл організації

Розвиток компанії по кривій життєвого циклу організації неминучий, передбачуваний і послідовний. Така еволюція обумовлена трьома причинами. По-перше, успішна компанія завжди зростає, перетворюючись в складну організаційну структуру, в ній з'являється все більше зацікавлених осіб. По-друге, у міру зростання компанії потрібно впровадження нових процесів обробки інформації та прийняття рішень. По-третє, компанія постійно перебуває між введенням інновацій і зміцненням даних інновацій в компанії, змінюючи підходи до управління [2].

Зміна стадії відбувається в момент, коли внутрішні процеси компанії починають конфліктувати з умовами зовнішнього середовища, що призводить до неефективності бізнесу. Компанія вступає на шлях виживання і змінює підхід до управління. Такий перехід часто буває болючим, тому що керівники бізнесу не відразу розуміють, що їх раніше успішні підходи потребують змін. Але якщо знати і планувати такий перехід заздалегідь, компанія буде мати можливість посилити свою ефективність.

Отже, організації зароджуються, розвиваються, досягають успіхів, слабшають і врешті-решт припиняють своє існування. Мало хто з них існують нескінченно довго, жодна не живе без змін. Нові організації формуються щодня. У той же час, кожен день, сотні організацій ліквідуються назавжди. Ті, хто вміє адаптуватись процвітають, негнучкі - зникають. Деякі організації розвиваються швидше інших і роблять свою справу краще, ніж інші. Керівник повинен знати, на якій стадії розвитку знаходиться організація, і оцінювати, наскільки прийнятий стиль керівництва відповідає цій стадії.

Саме тому широко поширене поняття про життєвий цикл організацій. Застосовуючи поняття життєвого циклу, можна відмітити: існують чіткі стадії, через які проходять організації, і переходи від однієї стадії до іншої є передбачуваними, а не випадковими [3].

Список використаних джерел:

1. Осовська, Г. В. Основи менеджменту / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Вид. 3-є вид., перероб. і доповн. – К. : Кондор, 2008. – 664 с.
2. Герчикова І.М. Менеджмент: Підручник / Герчикова І.М. – 2-е вид. – К.: Банки і біржі, 2005. – 93с.
3. Іванов Д.Є. Життєві стадії та цикли організації / Іванов Д.Є. – К.: Парта, 2005. – 75 с.

УДК 351.82:34

*К.Л. Малярчук, здобувач вищої освіти,
Національний університет «Львівська політехніка»*

SMART-CITY – ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології та новітні комунікативні сервіси мережі Інтернет, стають генераторами соціальних перетворень у всіх сферах суспільного життя. Не є винятком і система державного управління у всій своїй поліаспектності і зокрема – сфері комунікацій між державою і громадянами.

Smart-city (розумне місто) – це поняття, яке безпосередньо пов'язують з автоматизацією життєдіяльності міста, навіть її роботизацією. На думку Адама Грінфілда, протягом останнього десятиліття завдяки масовому доступу до мережі Інтернет та мініатюризації електроніки, розвитку нанотехнологій поняття "розумне місто", переважно утвердилося в значенні уявлення про місто як про ефективного робота [1].

Це уявлення виникло у технологічних корпораціях IBM, Cisco, Майкрософт, Software AG тощо, які розраховують отримати значний прибуток від муніципальних контрактів.

Кардинально інший підхід у розробників European Smart Cities (Віденський технологічний університет) до поняття "розумне місто". На їх думку, "розумне" місто — це місто, яке ефективно використовує всю доступну інформацію для кращого розуміння й контролю своїх функцій та оптимального використання наявних ресурсів, у тому числі мешканців [2].

У 2015 році лабораторією при Віденському технічному університеті вперше розроблений метод аналізу європейських міст на ступінь їх відповідності принципам «розумного міста», який був застосований до великих міст з населенням від 300 тис.

до мільйона жителів. В основу методу закладено виділення характеристик, завдяки яким можна визначити розвиток міста і його відповідність основним вимогам до сучасного європейського міста. Загалом ці характеристики можна розділити на дві групи - рівень освіченості і соціальної активності городян, а також відкритість та здатність соціальних інститутів до швидкої трансформації та модернізації [3].

Отже, до основних ознак «розумного міста» відносять: розумну економіку, розумну мобільність, розумне ставлення до навколишнього середовища, розумних жителів, розумний спосіб життя та розумне управління.

Новий підхід до функціонування міста «Smart Cities» вже застосовують по всьому світу. Зокрема в таких містах, як Дублін, Лондон, Манчестер, Барселона, Ніцца, Нью-Йорк, Міннеаполіс, Чикаго, Сан-Франциско, Гуадаладжара, Ріо-де-Жанейро, Сантьяго, Пекін, Шанхай, Токіо, Крайстчерч, Таунсвіль і Перт. Ці міста розуміють, що за допомогою використання та аналізу реальних даних, вони можуть робити більше з меншими затратами, і покращувати різні аспекти функціонування міста, наприклад, управління дорожнім рухом, економічний розвиток, туризм, викиди в атмосферу, енергетику, обробка стічних вод, очищення води та оновлення інфраструктури [6].

В Україні активне використання концепції Smart-city запроваджується Дніпропетровською обласною радою з 2014 р. Цим Проектом передбачена розробка "дорожньої мапи" та опис моделі підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку міст України "Розумне місто" на базі європейської моделі European Smart Cities. Європейська модель передбачає взаємопов'язаний розвиток 6 ключових сфер життєдіяльності з широким використанням технологій е-урядування та е-демократії: розумне урядування, розумна економіка, розумна мобільність, розумні люди, розумне довкілля, розумне життя.

Аналізуючи кращі практики українських муніципалітетів можна зробити висновок, що більшість з них рухається у вірному напрямку, проте, з різною швидкістю. Проведемо аналіз деяких інструментів, які використовують українські міста, щоб стати ще ефективнішими, більш відкритими та конкурентоспроможними.

У столиці України надано доступ до відкритого бюджету міста, завдяки якого можна бачити в он-лайн режимі та доступній формі видатки та доходи бюджету міста Києва.

Система електронних закупівель – головною метою є інтеграція з системою «Відкритий бюджет». Саме вона дозволить кожному киянину проаналізувати не лише цифри, що надаються в бюджеті, а й побачити всю історію проведення аукціону. Цей прозорий механізм повністю унеможливує зловживання посадових осіб.

Електронна петиція - новий сервіс для громадян, який дає можливість донести свої ініціативи до Київської міської ради.

На порталі www.1551.gov.ua функціонує інтерактивна карта ремонтних робіт в столиці, на якій кожен киянин може побачити адреси, перелік робіт, що виконуються та терміни їх завершення. Водночас, кожен бажаючий може залишити звернення щодо певної проблеми – воно буде опрацьоване, а сам об'єкт потрапить в чергу для подальшого ремонту.

Електронний запис дітей до дошкільних навчальних закладів комунальної власності територіальної громади міста Києва.

Інформаційна система управління майном територіальної громади міста Києва, яка надає інформацію про комунальні підприємства, організації, приватизацію та

оренду комунального майна, побудинковий облік складових тарифу ЖКГ.

У Тернополі діє Проект «Відкрите місто». На даній платформі кожен зареєстрований учасник може розміщувати повідомлення про різні недоліки, які він бачить у своєму населеному пункті та контролювати їх ліквідацію.

Проект «Централізована система відеоспостереження міста». Камери встановлені в місцях концентрації ДТП, великих площах міста, а також біля нічних розважальних закладів та магазинів.

Завдяки спеціально створеному інтернет-порталу кожен бажаючий, у режимі он-лайн може переглядати відео з камер. Аналогів в Україні даній системі відеоспостереження немає. Крім того, розроблено програму моніторингу руху громадського транспорту для забезпечення функціонування окремої веб-сторінки із загальним доступом до інформації про рух громадського транспорту в реальному часі.

Ініціатива «Відкритий бюджет». На сайті Тернопільської міської ради у розділі «Бюджет міста Тернополя» уже розміщено графічне представлення доходів і видатків бюджету на поточний рік. Городяни можуть у вільному доступі ознайомитися з візуалізацією бюджету та надавати свої пропозиції щодо їх удосконалення.

Автоматизована система управління відображенням муніципальних даних. Тут розміщена інформація про інфраструктурні об'єкти, координати ЖЕКів, незаконні споруди та планові будови.

Окрім інших проектів, які подібні з Тернополем та Києвом варто відзначити електронну чергу в Центр надання адміністративних послуг за якою можна стежити он-лайн та калькулятор нарахування субсидій [3].

У 2016 році в Україні також був розроблений веб-сервіс "Розумне місто" (www.rozumnemisto.org), що реалізує концепцію "Smart City" в частині ІТ та надає інструменти для оптимізації процесів самоврядування та боротьби з корупцією.

Як зазначають розробники, "Розумне місто" створено по принципу "мікросервісів", тому легко підлаштовується під будь-який населений пункт [4].

При створенні продукту були визначені наступні пріоритети:

- зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс;
- багатофункціональність;
- консолідованість послуг та інструментів;
- можливість встановлення додаткових модулів;
- розподілення доступу до модулів в залежності від обраного міста;
- інструмент мотивування користувачів;
- можливість розробки модулів власноруч та додавання їх до меню свого міста .

Окрім того, передбачено наступні інструменти для міст: зведена інформація, новини, петиції, зауваження по ЖКГ, опитування, електронні послуги, відкриті фінанси, відкритий бюджет, електронні закупівлі, донорство крові, реєстр ліків, черги на житло [5].

Отже, впровадження концепції «розумного міста» як комплексної системи інформаційно-комунікаційних та соціальних технологій викликане необхідністю вирішення в найближчому майбутньому назрілих проблем і забезпечення ефективного функціонування сучасних мегаполісів відповідно до потреб їхніх жителів.

Незважаючи на існуюче відставання України у сфері ІКТ та технологій інноваційного розвитку загалом, безсумнівними є перспективи та переваги

впровадження таких нововведень у вітчизняну практику

Список використаних джерел:

1. Adam Greenfield (2013) "Against the Smart City" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.academia.edu/6732875/Emerging_Markets_and_8_Digital_Economy_Building_Trust_in_the_Virtual_World_032_
2. European Smart Cities (europeansmartcities 4.0 (2015)) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.smart8cities.eu/?cid=2&ver=4>
3. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://opencity.in.ua/>
4. SmartCity. Конкурентоспроможність та сталий розвиток через електронне урядування / Додаток до рішення Дніпропетровської обласної ради від 20.06.2014 р. № 533826/VI.
5. Інформаційна система "Розумне місто" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.rozumnemisto.org
6. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zaxid.net/lviv_may_e_buti_pershim_u_vprovadzheni_innovatsiynih_metodik_zmart_city_n1346462

УДК 332.14

*А.О. Повх, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Є.О. Олійник, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУ РОЗВИТКУ ТЕРЕТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Стратегічне планування розвитку регіонів є важливим інструментом державного регулювання, що допомагає підтримувати необхідні економічні пропорції, забезпечує узгоджене цілеспрямоване функціонування всіх ланок господарської системи суспільства. Для економіки України стратегічне планування особливо актуальне, тому що дозволяє передбачати процеси розвитку і приватизації, монополізації, становлення різних форм власності, наслідки технічного оновлення виробництва тощо.

У міру стабілізації економіки розширюються можливості для виявлення закономірностей та тенденцій регіонального розвитку, підвищується ступінь передбаченості змін та поведінки різних суб'єктів господарювання.

Стратегічне планування є організаційним центром стратегічного управління, на основі функціонування якого формуються необхідні передумови та приймаються рішення щодо практичної реалізації соціально-економічної трансформації регіону.

За основу стратегічного планування взято аналіз як внутрішніх можливостей регіональної економіки, так і зовнішніх конкурентних сил і пошук шляхів використання зовнішніх можливостей з урахуванням специфіки економіки регіону. Можна сказати, що мета стратегічного планування полягає в поліпшенні реакції регіону на динаміку глобального ринку й поведінку регіонів-конкурентів. Стратегічне планування в цьому випадку виступає як сукупність визначених функцій: стратегічний аналіз; визначення місії та цілей; фінансове оцінювання стратегічних альтернатив; вибір типу стратегії [1].

Специфіка обраного процесу стратегічного планування полягає в тому, що як результат, так і сам процес планування однаково важливі, етапи розробки і

реалізації не розділені. Аналіз ситуації, визначення цілей, розробка завдань організовані з метою залучення якомога ширшого кола зацікавлених осіб і організацій. У розробці стратегічного плану мають приймати участь значна кількість жителів села, що представляли різні організації, у тому числі і ті, які безпосередньо зацікавлені у реалізації завдань плану. Цей процес сприяв кристалізації ідей, встановленню контактів, формуванню груп виконавців плану і, безперечно, впливав на рішення як влади, так і підприємців.

Одним із результатів розробки стратегічного плану є створення організаційних структур, які будуть спрямовувати і контролювати процес реалізації. До складу організаційних структур входить робоча група, яка працює над реалізацією конкретних завдань, що увійшли до плану. Працездатність цієї системи організаційних структур, що забезпечує контроль за виконанням та корекцією плану – одна із необхідних умов реалізації стратегічного плану.

В реалізації плану приймає участь виконавчий комітет територіальної громади. Він відіграє особливу роль, виступаючи активним, співвиконавцем більшості заходів, що увійшли до плану [2, с. 8].

Бюджет територіальної громади буде формуватися з урахуванням стратегічного плану. Передбачається активна роль територіальної ради у контролі реалізації стратегічного плану - включення в план роботи обговорень виконання стратегічного плану та проведення спільних з виконавчим комітетом засідань по реалізації завдань стратегічного плану.

Отже, організаційно реалізація стратегічного плану буде забезпечуватися наступним чином:

1. Всі заходи плану обговорюються учасниками реалізації.
2. Робоча група визначає першочергові заходи і терміни виконання.
3. У процесі розробки сільського бюджету враховуються заходи стратегічного плану.
4. Щорічно на громадських слуханнях подається звіт про хід реалізації стратегічного плану.

Фінансування окремих заходів стратегічного плану проводиться в рамках індивідуальних схем. При цьому заходи, які включені до плану, користуються пріоритетним правом при фінансуванні як із сільського бюджету, так і із бюджетів вищого рівня [3, с. 199].

Деякі із завдань потребують вирішення на рівні райдержадміністрації. До виконання їх слід залучати, депутатів районної, обласної рад, підприємців інші ресурси. Слід враховувати про більш широкі можливості інтересів села на рівні району, області та держави, пов'язані із наявністю стратегічного плану.

Для підтримки у робочому стані механізму стратегічного партнерства, який забезпечить уточнення плану і контроль за його виконанням, необхідне відносно невелике фінансування із бюджету або інших джерел.

Список використаних джерел:

1. Дикий О.В. Основні пріоритети та механізм стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів[Електронний ресурс]: О.В. Дикий // Ефективна економіка. – 2011. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=803>

2. Луніна І. О. Формування місцевих бюджетів на основі принципу еквівалентності: шлях до ефективної бюджетної системи України / І. О. Луніна // Фінанси України. – 2010. – № 9. – С. 3-12.

3. Томарева-Патлахова В.В. Стимулювання інноваційно-технологічного розвитку регіонів [Текст] / В. В. Томарева-Патлахова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: наук.-вироб. журн. – 2012. – N 2. – С. 196-201.

УДК 331

*Д.О. Пономаренко, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Н.В. Касьянова, д.е.н., професор,
Національний авіаційний університет*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ВАРТОСТІ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Якість державного управління тісно пов'язана із розвитком соціального капіталу. Це обумовлюється тим, що соціальний капітал є «цінним ресурсом розвитку, який впливає на економічне зростання, суспільний добробут, ефективність соціальних програм і багато іншого». Якість реалізації державних соціальних програм та проектів залежить від людського потенціалу та соціального капіталу території, тобто від потенціалу взаємної довіри й взаємодопомоги, що цілеспрямовано сформовано у вигляді зобов'язань і очікувань, інформаційних каналів і соціальних норм.

«Соціальний капітал» утримується в таких елементах громадської організації, як соціальні мережі, соціальні норми й довіра, що створюють умови для координації й кооперації заради взаємної вигоди. За думкою Поліщука Л.І. під соціальним капіталом розуміється також здатність суспільства чи спільнот до самоорганізації та спільних дій.

Таким чином, соціальний капітал впливає на якість державного управління через послуги, що надають громадські інститути (громадської безпеки, освіти, охорони здоров'я, інші), підзвітність інститутів державної влади громаді, громадянську культуру, почуття причетності до суспільних справ і особистої відповідальності за стан справ у суспільстві.

Причому вплив соціального капіталу на ефективність державного управління може бути виражений як соціальний, так і економічний ефект, який найчастіше проявляється в мінімізації транзакційних витрат завдяки довірі людей один до одної в процесі реалізації основних завдань громади.

Низька ефективність державного управління призвела до того, що в останній період часу в Україні зросла здатність громади до самоорганізації, готовність об'єднуватися для вдосконалення середовища. Державне управління більш ефективно в умовах, коли достатньо численні громадські об'єднання (коаліції) мають можливість захищати свої права від зловживань владою - прояв відкритого соціального капіталу. Навпаки, якщо громадські об'єднання компенсують недостатню кількість і якість соціальних послуг (самоорганізуються) – зростає обсяг закритого соціального капіталу.

Таким чином, зростання відкритого соціального капіталу призводить до підвищення ефективності державного управління. Закритий соціальний капітал свідчить про неефективну роботу державних установ. Та якщо на етапі становлення суспільства (коли спостерігається зловживанням владою, її безконтрольність) закритий соціальний капітал є корисним, в подальшому розвитку він буде перешкоджати утвердженню сучасних громадських інститутів.

В Україні немає можливості вимірювати соціальний капітал за методами, прийнятими в розвинених країнах, але існують деякі спроби оцінки за методикою «зворотного відліку» і порівняльного аналізу з країнами зі схожою соціально-економічною й етнокультурною специфікою (Росією, Білоруссю, Казахстаном). Спираючись на визначення Н.Є. Тихонової, соціальний капітал проекту здобуває наступну особливість: населення або соціальні групи, що отримують соціальні послуги (блага), являють собою ресурс (а не капітал), яким вони можуть вільно розпоряджатися, звертаючись до нього в разі необхідності й використовуючи в найбільш ефективній формі, що забезпечує ріст їхнього сукупного капіталу. Цей ресурс може бути використаний у формі, вибір якої часто залежить від організації, що надає соціальну послугу, а не від її отримувача. Тому вимір соціального капіталу передбачає урахування оцінки нематеріальних активів, дослідження динаміки групової взаємодії, навичок міжособистісного спілкування, оцінки часу перетворення знання на додану вартість, інше.

Найчастіше для виміру обсягу соціального капіталу суспільства використовують запропоновану Р. Патнемом і Ф. Фукуямом наступну модель:

$$SC = n * c * rp * (1/rn), \quad (1)$$

де n – кількісний склад різних організованих груп у громадянському суспільстві;

c – коефіцієнт, що оцінює «міру єдності» і внутрішні зв'язки існуючих груп;

rp – радіус довіри, який характеризує рівень «внутрішньої єдності і колективної дії» групи;

rn – радіус недовіри, як характеристика впливу груп на зовнішнє середовище, тобто зовнішнього враження суспільства щодо тієї чи іншої групи (громадської організації).

Науковцем А.А. Аузаном встановлено, що радіуси довіри «блимають», тобто в розвинених країнах спостерігається коливання в бік зростання або скорочення. Все це підтверджує теорія спіральної динаміки, яка описує етапи розвитку будь-якої системи (особи, компанії, держави). Основним принципом спіральної динаміки є чергування між «безмежним самовираженням, внутрішнім контролем «я», виживанням, владою і силоміць, досягненнями, гнучкістю» та «зовнішньою орієнтованістю на «ми», зв'язаністю, цілеспрямованістю, узгодженістю, глобальністю».

Використання моделі управління системними цінностями дозволяє формувати стратегії державного розвитку, які передбачають підвищення вартості соціального капіталу та уникнення переважання егоцентричного рівня ціннісних орієнтацій, домінування матеріальних (фінансового доходу) над соціально значимими і загальнолюдськими цінностями.

Список використаних джерел:

1. Полищук Л.И. Социальный капитал в России: измерение, анализ, оценка влияния [электронный ресурс] / Материалы научного семинара. – Режим доступа: <http://www.liberal.ru/articles/5265>
2. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Пер. с англ. – М., 1996. – С. 217.
3. Тихонова Н.Е. Социальный капитал как фактор неравенства / Н.Е.Тихонова // Общественные науки и современность. – 2014. – № 4. – С. 24-25.
4. Каптерев А. Типология систем ценностей Клэра Грейвза [электронный ресурс] / А.Каптерев. – Режим доступа: <http://nlping.ru>
УДК 332.142.4

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ

Туризм є однією з галузей, розвиток якої позитивно впливає на соціально-економічні показники окремих регіонів і держави в цілому. Одним з найперспективніших напрямів розвитку туризму є туризм з метою відпочинку та оздоровлення, який розвивається на території за наявності природно-ресурсного потенціалу, природних лікувальних факторів, об'єктів туристської привабливості та відповідної інфраструктури. Саме перераховані вище елементи і складають туристсько-рекреаційний комплекс (ТРК), який можна розглядати як одну з форм організації туристсько-рекреаційної діяльності.

Проблемам розвитку туристсько-рекреаційного комплексу держави та окремих регіонів було присвячено багато праць вітчизняних науковців, таких як Ю. Алексєєвої [1], В. Андрущенко [2], Ю. В. Давидюк [3], В. Кифяка [4] та інших. Проте у науковій літературі на сьогоднішній день питання структурних складових ТРК вивчені недостатньо, що і актуалізує необхідність проведення цього дослідження.

Структура ТРК має складний характер, оскільки від являє собою інтеграцію підприємств туристської індустрії, постачальників туристських послуг і продуктів, тобто об'єктів виробничої і невиробничої сфери регіону.

Особливістю структури ТРК є висока залежність ефективності його діяльності від інтеграції об'єктів туристської індустрії (постачальників послуг і підприємств туристської індустрії) і ресурсної бази, інфраструктури території, факторів розвитку туристсько-рекреаційної діяльності на цій території (регіоні).

Ресурси території є базисом для формування ТРК. Туристські ресурси є статичними, тобто їх неможна перевезти з одного місця на інше з метою виробництва туристсько-рекреаційного продукту. Тому деякі автори вважають доцільним розглядати туристсько-рекреаційні ресурси з прив'язкою до території, що володіє факторами, сполучення яких створює можливість виробництва туристсько-рекреаційних продуктів і задоволення потреб туристів.

Окрім того, прив'язка до території має важливе значення з точки зору розвитку регіонального туризму, оскільки регіональні ресурси відображують стан певної території регіону і, як правило, є обмеженими. У свою чергу спроможність регіону задовольняти потреби туристів визначається саме складом і станом ресурсів і факторів для розвитку туризму і рекреації на цій території.

Туристсько-рекреаційні ресурси є метою подорожі туристів, тобто природні, історичні соціально-культурні та інші об'єкти спроможні задовольнити потреби туристів.

Передумовами створення і розвитку туристсько-рекреаційного комплексу регіону є ціла система складових рекреаційного процесу, таких як туристсько-рекреаційні ресурси, туристсько-рекреаційні потреби, а також економічні можливості суспільства (або певного регіону). Незважаючи на поширене вживання поняття «туристсько-рекреаційні ресурси», досі відсутнє його чітке наукове трактування. Проте, більшість науковців одностайні у поділі туристсько-рекреаційних ресурсів на дві основні групи: природні та інноваційно-інформаційні та інвестиційні туристсько-

рекреаційні ресурси. Крім туристсько-рекреаційних ресурсів, важливою передумовою розвитку туризму та рекреації є формування туристсько-рекреаційних потреб.

Розглянемо територіальну організацію ТРК. На нашу думку в основу рекреаційного поділу території потрібно покласти такі основні ознаки:

- наявність на даній території атракційних рекреаційних ресурсів;
- наявність соціально-економічного потенціалу для рекреаційного освоєння території;
- питома вага реалізованого рекреаційного продукту у валовому продукту території, тобто ступінь її рекреаційної спеціалізації;
- інші особливі ознаки (місцеві традиції, промисли, релігійне значення);
- стан матеріальної та допоміжної бази рекреації в регіоні.

На цій основі ми пропонуємо наступну структуру регіонального туристсько-рекреаційного утворення: рекреаційна місцевість – рекреаційна зона – рекреаційний район – рекреаційний регіон (туристсько-рекреаційний комплекс), термін «територія» має місце у всіх зазначених поняттях, оскільки рекреація має просторове значення.

Виходячи із наведеного вище, можна зауважити, що:

- поняття «туристсько-рекреаційний комплекс» в науковій літературі трактується по-різному і має безліч особливостей;
- будь-який комплекс не є виключенням і ТРК, має свою структуру і виконує ряд суспільно необхідних функцій;
- розглядаючи передумови розвитку ТРК регіону за основу потрібно приймати систему таких складових туристсько-рекреаційного процесу, як туристсько-рекреаційні ресурси, туристсько-рекреаційні потреби та економічні можливості регіону. Вони стають основою для розвитку і ефективного функціонування туристсько-рекреаційного комплексу як невід’ємної частини економіки регіону.

Список використаних джерел:

1. Алексеева Ю. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 25.00.02 / Ю. Алексеева; Одеський регіональний ін-т держ. Управління. – Одеса, 2005. – 20 с.
2. Андрушенко В. Значення та розвиток територіально-рекреаційної системи завдяки туризму / В. Андрушенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/andrushenko.htm.
3. Давидюк Ю. В. Організаційно-економічні особливості управління регіональним туристсько-рекреаційним комплексом / Ю. В. Давидюк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – С. 574–579.
4. Кифяк В. Особливості управління рекреаційно-туристичною сферою в Україні / В. Кифяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kyfjak.htm.

СЕКЦІЯ 2

Управління підприємством як соціально-економічною системою

УДК 631.11

*В.В. Боковець, д.е.н., професор,
К.В. Петриченко, ЗВО СВО «бакалавр»,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОБГРУНТУВАННЯ РАЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ

Проблеми управління корпорацією останнім часом набувають все більшого інтересу як в колах науковців, так і практиків.

Управління корпорацією визначається специфікою як об'єкту управління і спрямоване на збалансування взаємовідносин учасників корпорацій, покращення взаємодії корпорації із зовнішнім середовищем, подолання корпоративних конфліктів, визначених особливостями корпоративної форми власності.

Проблеми забезпечення ефективності управління корпораціями досліджуються в роботах багатьох вчених, зокрема Є. Єрохіна, Н. Каткова, Д. Баюри, О.Гарафонові, М. Кужелева та ін.

Система корпоративного управління – це така організаційна модель, яка спрямована регулювати взаємовідносини між менеджерами компанії і їхніми власниками і узгоджувати цілі різних зацікавлених сторін забезпечуючи ефективне функціонування компанії.

Важливим завданням корпоративного управління є нагляд і контроль за діями персоналу, особливо коли функції управління суперечать одна одній через значну диверсифікованість акціонерного капіталу.

Загальна ефективність управління корпорацією складається із ефективності управління окремими функціональними підсистемами і значною мірою залежить від того, яким чином збалансовано управління всіма підсистемами на рівні загального управління корпорацією.

Ефективність управління корпорацією розглядається зі стратегічної і оперативно-тактичної точок зору. Загальні напрями розвитку корпорації визначаються на верхньому рівні управління корпорацією і представляють собою стратегічне управління.

Формування загальної стратегії розвитку корпорацій повинно відповісти на питання, якою повинна бути організація через п'ять років, якими будуть її продукти, які ключові компетенції компанія збирається і зможе реалізувати в конкурентній боротьбі, яким буде портрет споживача і таке інше. Все це має бути закріплено у вигляді стратегічного бачення розвитку компанії.

Однак, щоб досягти визначеної цілі потрібно розробити і обґрунтувати напрями дій компанії. Ці напрями формуються, виходячи із можливостей організації, стану ринку і впливу конкурентів. Це визначає необхідність і зміст стратегічного планування.

Актуальність і важливість стратегічного рішення полягає не у визначенні майбутніх рішень, а у перспективності сьогоднішніх рішень. Тобто компанія має сьогодні вирішити, що потрібно зробити, аби підготуватись до невідомих дій завтра.

Деякі засновники бізнесу мають талант підприємців і правильно визначають стратегічні пріоритети розвитку на інтуїтивному рівні, такі стратегії можуть бути виграшними. Однак не можна змішувати інтуїтивне передбачення і управління, засноване на цьому передбаченні.

Коли підприємство має стратегічне бачення і визначені стратегічні орієнтири, то воно може досягти бажаної цілі у найшвидший час і з найменшими витратами.

На сучасному етапі розвитку найбільш важливими виступають такі активи як: інтелектуальний капітал, лояльність споживачів, потенціал топ-менеджерів, можливості просунення брендів тощо. Ці характеристики підвищують вартість компанії і впливають на її конкурентоздатність, але їх важко оцінити у вартісному вираженні.

В процесі формування стратегічних орієнтирів розвитку компанія повинна розглянути свою стратегію з усіх важливих і взаємопов'язаних точок зору.

При переведенні стратегії на рівень оперативної діяльності за цими складовими потрібно визначити фактори, які забезпечують реалізацію стратегічних цілей. Їх можна представити як ієрархію причинно-наслідкових зв'язків, розробка якої дозволяє виділити основні фактори, що впливають на успіх компанії.

Для підвищення ефективності управління компанія повинна виявити і узгодити перелік і обсяг інформації про функціонування кожної складової загального процесу управління ефективністю корпорації.

Оскільки корпорація – це сукупність господарюючих суб'єктів, які функціонують у різних сферах підприємницької діяльності, то виникає потреба структурувати підрозділи відповідно до цілей і задач, що ними виконуються [2].

Найбільш презентабельних індикаторів, які підтверджують кількісні зміни у параметрах виробничо-господарської діяльності за абсолютними показниками, оскільки йдеться про масштабність розвитку. В табл.1 подано матрицю обґрунтування динамічності розвитку корпорації. Розробка стратегії повинна включати такі етапи:

1. Оцінка довгострокових перспектив розвитку підприємства або його структурного підрозділу.

2. Прогнозування розвитку.

3. Усвідомлені цілі розвитку.

4. Аналіз сильних і слабких сторін розвитку підприємства.

5. Оцінювання складових розвитку підприємства і загалом інтегрального рівня розвитку.

6. Узагальнення стратегічних альтернатив розвитку за інтегральною оцінкою ефективності управління корпорацією і оцінкою її окремих складових у відповідності із запропонованою структурою.

7. Вибір оптимальної стратегії розвитку.

6. Обґрунтування системи заходів щодо втілення даного напрямку стратегічного розвитку[3].

В табл. 1 запропоновано матрицю обґрунтування раціональних стратегій управління корпораціями.

Таблиця 1

**Матриця обґрунтування раціональних стратегій управління
корпораціями**

Складові ефективності управління корпорацією	Інтегральна оцінка ефективності управління корпорацією				
	Висока	Достатня	Задовільна	Низька	Не приваблює
Всі складові >0,5	1	1	1	3	-
5 із 7 складових >0,5	1	1	2	3	4
3 із 7 складових >0,5	1	2	3	3	4
1; 2 або всі складові < 0,5	-	3	3	4	4

* розроблено авторами

Відповідно до розробленої матриці її окремі сектори поділяються таким чином:

1 – збалансований розвиток корпорації, більшість складових управління корпорацією мають достатній розвиток і не потребують корегування;

2 – вибіркового розвитку, деяка кількість складових ефективного управління корпорацією незбалансовані, мають незадовільне значення і потребують зосередження уваги на їхній оптимізації, хоча загальний стан розвитку корпорації задовільний;

3 – суттєве порушення рівноваги серед окремих складових розвитку корпорації викликає необхідність перерозподілу ресурсів і покращення складових, які мають незадовільне значення;

4 – рівновага відсутня, незадовільний розвиток ефективності управління корпорацією викликаний суттєвим погіршенням ефективності розвитку більшості складових, що потребує стратегічного переосмислення перспектив розвитку корпорації в цілому.

Отже, запропонований інструментарій обґрунтування оптимальної стратегії розвитку дозволить корпораціям визначати основні стратегічні орієнтири і перспективи розвитку з урахуванням тих проблем, які існують і потребують першочергового вирішення. Такий підхід забезпечить зростання ефективності управління корпораціями і максимально наблизить процес управління корпорації до вимог ринку, на якому корпорація працює.

Список використаних джерел:

1. Єрохіна Є. А. Теория экономического развития: системно-синергетический подход [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://ek-lit.agava.ru/eroh/index/html>.

2. Каткова Н.В., Воробйова І.А. Сучасні концепції оцінки ефективності діяльності підприємств [Електронний ресурс]. Режим доступу: / Н.В. Каткова. – Режим доступу: <http://ev.nuos.edu.ua/content/suchasn%D1%96kontsepts%D1%96iots%D1%96nkiefektivnost%D1%96d%D1%96yalnost%D1%96p%D1%96dpriemstv>.

3. Боковець В.В. Вибір стратегії управління корпорацією в контексті забезпечення її ефективності і масштабності розвитку / В.В. Боковець, Г.В. Іванченко // Вісник Хмельницького національного ун-ту. – Серія: Економічні науки. – 2017. – №2. – Том 1. – С. 145-149.

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК КРИТЕРІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Актуальність та необхідність забезпечення енергоефективності обумовлюється чималою кількістю чинників: глобальні зміни клімату, викиди парникових газів, забруднення довкілля, світові тенденції та вимоги; довготривалість трансформації енергосистем, що супроводжується значними капітальними вкладеннями; економічні та фінансові чинники.

Світові тенденції, економічний та технологічний симбіоз економічних систем диктують, як кожному конкретному виробнику, так і державі цілому вимоги в якнайшвидшому запровадженні енергоефективних інноваційних технологій. Мотивація очевидна – загальний соціально-економічний ефект та стійкий розвиток економіки. Нажаль, запровадження в Україні світових тенденцій та стандартів в енергоефективності є практично непомітним і більшість виробництв здійснюється за застарілими та енерговитратними технологіями.

Взаємозалежність конкурентоспроможності та інноваційного розвитку є надто складним і одночасно теоретично та практично зрозумілим. Саме запровадження енергоефективності шляхом інноваційного розвитку економіки є беззаперечною основою конкурентоспроможності держави в довгостроковій перспективі. Енергоефективність, як критерій інноваційного розвитку представляє собою координаційний та фінансовий взаємозв'язок адміністративних, законодавчих, науково-технічних та продуктових інновацій, які в результаті забезпечують загальний соціально-економічний ефект.

Інновації, як правило формуються, як результат науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, хоча в час глобалізаційних змін, дане визначення трактується значно ширше, а точніше менш «точково». Так, М. Портер в роботах з концепції конкурентної боротьби відмічає, що чимала частина змін у виробництві має скоріше еволюційний ніж кординальний характер. При цьому масштабний науково-технічний прорив може принести менше вигоди (в першу чергу економічної), ніж удосконалення чи зміна незначних умов, частин чи деталей.

Отже, енергоефективність – це характеристики, що відображають співвідношення корисного ефекту від використання енергетичних ресурсів до витрат енергетичних ресурсів, які вироблені з метою отримання такого ефекту, стосовно продукції та технологічного процесу, в результаті реалізації організаційних, правових, наукових, технічних, технологічних, економічних та інших заходів.

Потрібно зазначити, що загально визнаним показником енергоефективності є енергоємність ВВП (у паритеті купівельної спроможності), як співвідношення загальної кількості спожитих у країні енергоресурсів до отриманого при цьому ВВП. Рівень енергоємності ВВП в Україні по кінцевому енергоспоживанню та за загальними обсягами постачання первинної енергії наведено в табл. 1. Можна відмітити позитивну тенденцію зниження енергоємності ВВП України за представлений період (2010-2015 роки) з 0,206 до 0,159 т н.е./ тис. міжн. дол.. За загальними обсягами постачання первинної енергії з 0368 до 0,281 т н.е./ тис. міжн. дол.. Однак все рівно спостерігається значне перевищення середніх показників у

світі (0,12-0,14 т н.е./ тис. міжн. дол.)

Таблиця 1

Рівень енергоємності ВВП України за 2010 – 2015 роки

	Одиниці виміру	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
ВВП у ПКС у постійних цінах 2011	млрд. міжн. дол.	358,9	378,5	379,4	379,3	354,5	319,5
Кінцеве енергоспоживання							
Кінцеве енерго-споживання	тис. т.н.е.	74004	75852	73107	69557	61460	50831
Енергоємність	т.н.е./тис. міжн. дол.	0,206	0,2	0,192	0,183	0,173	0,159
Загальне постачання первинної енергії							
Загальне постачання первинної енергії	тис. т.н.е.	132308	126438	122488	115940	105683	90090
Енергоємність	т.н.е. / тис. міжн. дол.	0,368	0,334	0,322	0,305	0,298	0,281

Примітки: тис.т.н.е (ТНЕ) означає тисячу тон нафтового еквівалента. Це стандартизована ОЕСР та ІАЕ одиниця вимірювання енергії, що як правило, використовується для порівняння використання великої кількості енергії з різних джерел. 1 ТНЕ еквівалентна кількості енергії, що виділяється при спалюванні однієї тонни сирої нафти, близько 41.868 ГДж або 11.63 МВт*год. енергії.

Джерело: [1]

Підвищення енергоефективності пов'язане, по-перше, із використанням меншої кількості енергії для забезпечення виробництва одиниці продукції (соціально-економічного ефекту), наприклад, забезпечення певного теплового режиму будівель або випуску певної кількості виробів; по-друге, із збільшенням обсягу продукції (соціально-економічного ефекту) у розрахунку на одиницю енергії, що витрачається при цьому [2, с. 245].

Серед факторів, що негативно впливають на енергоефективність економіки України слід визначити: домінування в галузевій структурі енергоємних виробництв; зношеність основних фондів підприємств та відповідно великі зайві втрати енергоносіїв та енергії; недостатня оснащеність виробництва і невиробничої сфери (в першу чергу житлового фонду) сучасними приладами обліку; брак інвестицій; недостатнє нормативно-правове та інституційне забезпечення політики енергоефективності. Вказані вище чинники призводять до зниження конкурентоздатності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках [3, с. 94].

В той же час, питомі витрати енергоресурсів на виробництво товарів та послуг в Україні в декілька разів перевищує показники розвинутих країн, що значно обмежує конкурентоспроможність вітчизняної продукції на світових ринках, стримує розвиток національної економіки, посилює залежність України від імпортованих енергоносіїв. На сьогодні основним фактором зниження енергоємності продукції (послуг) в усіх галузях економіки є посилення державної політики ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів та створення ефективно діючої системи державного управління у цій сфері. Саме низька ефективність та результативність системи державного управління та реалізації державної політики, відсутність належного законодавчого забезпечення механізмів державного управління, непослідовність та нескоординованість дій органів виконавчої влади з реалізації політики, недостатня ефективність Комплексної державної програми енергозбереження України обумовлюють відсутність реальних зрушень у справі

підвищення енергетичної ефективності економіки. Низька ефективність використання ПЕР у технологічних процесах, перевага енергоємних галузей економіки у структурі економіки, подальше зростання проміжного споживання (матеріалів та сировини, у тому числі енергетичних ресурсів) зумовлює збереження високого рівня енергомосткості валового внутрішнього продукту України та є реальною загрозою економічній, енергетичній, екологічній та загалом національній безпеці України.

В умовах зростаючої конкуренції за світові ПЕР, енергоефективність економіки є практично єдиним інструментом отримання конкурентних переваг України на світовій арені та зростання добробуту населення країни завдяки зниженню витрат ПЕР на утворення ВВП. Особливої актуальності це питання набуває для України, враховуючи, що рівень енергоефективності її економіки залишається у 2–3 рази нижчим, ніж у країн-конкурентів. Збереження ринку продажу своєї продукції українські підприємства забезпечують за рахунок неприйнятних, для перспектив розвитку країни, інструментів (обмеження рівня заробітної плати працівників підприємств, уникнення довгострокових інвестицій на модернізацію виробничих потужностей, застосування схем уникнення оподаткування). Однак енергоємність ВВП не можна пояснити лише низьким технологічним рівнем перетворення енергії, але й необхідністю враховувати інші фактори (структура економіки, модель економічних відносин, цінова політика на ресурси, відношення людини до використання енергоресурсів тощо), тому питання полягає у принципових змінах у підходах до реалізації державної політики енергоефективності.

Варто відмітити, що одним з основних завдань державної енергетичної політики України є забезпечення прийнятно високого рівня енергоефективності країни, що має стати безумовним пріоритетом розвитку. При цьому одним з основних цільових параметрів, визначених проектом Енергетичної стратегії України на період до 2035 року, є зниження до 2035 року енергоємності ВВП до рівня 0,17 кг нафтового еквівалента на 1 дол. США ВВП України та наближення за цим показником до країн зі схожими кліматичними, географічними та економічними умовами [4, с. 10].

Отже, потрібно забезпечити сприятливі правові, політичні та економічні умови, які б стимулювали та формували засади економічної та енергетичної незалежності країни. Україна має всі необхідні для цього чинники, умови, фактори (родюча земля, сприятливі природно-кліматичні умови, значний трудовий потенціал, підприємницький хист, вагомі науково-технологічні розробки, які звичайно потребують національних інвестицій в першу чергу). Нажаль, незацікавленість та небажання однієї людини (виробника) формує загальні настрої та становище в суспільстві (країні).

Список використаних джерел:

1. Офіційний веб-сайт Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Мельник Л.Г. Економіка енергетики: підручник / за ред. д.е.н. проф. Л.Г. Мельника, д.е.н. проф. І.М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378с.
3. Енергоефективність як ресурс інноваційного розвитку: Національна доповідь про стан та перспективи реалізації державної політики енергоефективності у 2008 році / С. Ф. Єрмілов, В. М. Геєць, Ю. П. Яценко, В. В. Григоровський, В.Е. Лір та ін. – К. : НАЕР, 2009. – 93 с.
4. Проект Енергетичної Стратегії України на період до 2035 року: Біла книга енергетичної політики України «Безпека та конкурентоспроможність» /

УДК 338.43

*О.В. Калініченко, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ЕНЕРГЕТИЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОСЛИННИЦТВА»

Сільське господарство є складною еколого-економічною системою, відтворення в якій базується на використанні трудових ресурсів, земельних ресурсів, інформаційних ресурсів, енергетичних ресурсів, сільськогосподарських рослин та тварин, механізації виробничих процесів. Це вимагає залучення, переважно, вичерпних матеріальних та енергетичних ресурсів, вартість яких постійно збільшується. Крім того, процес виробництва сільськогосподарської продукції обумовлений особливостями аграрної сфери:

1. Біокліматичні умови (сонячна радіація; ентропія; земельні ресурси; водні ресурси; кліматичні та погодні умови; біологічні процеси росту та розвитку сільськогосподарських культур і тварин; біологічні властивості видів сільськогосподарських культур і тварин; сорти сільськогосподарських культур та породний склад тварин; сезонність виробництва; екологічність виробництва).

2. Рівень розвитку технологій виробництва (технології виробництва продукції рослинництва та тваринництва; використання органічних і мінеральних добрив; система боротьби з бур'янами, шкідниками та хворобами; система сівозмін; частина продукції рослинництва входить до наступного циклу виробництва; спосіб утримання тварин і догляд за ними; типи годівлі сільськогосподарських тварин; система кормовиробництва; організація відтворення й структура стада; система боротьби з хворобами та шкідниками тварин; система зберігання продукції).

3. Технічне забезпечення (система машин і обладнання; технічний стан засобів виробництва; матеріально-технічне забезпечення).

4. Організаційно-економічні чинники (тенденції формування виробничих відносин у аграрному секторі; специфіка організації праці; територіальна розосередженість).

Енергетична оцінка виробництва сільськогосподарської продукції проводиться для визначення ступеня використання засобів виробництва, сонячної радіації, ґрунтово-кліматичних умов та інших чинників, що впливають на урожайність сільськогосподарських культур, дозволяє встановити екологічно допустимі межі енергонавантаження на одиницю площі.

Енергетична оцінка ефективності сільськогосподарського виробництва, на відміну від вартісної, дає можливість визначати результативність здійснених витрат незалежно від кон'юнктури ринку та інфляції. А також енергетична оцінка є методологічною базою при порівняльній оцінці ефективності використання природних ресурсів, енергетичних витрат та отриманої енергетичної цінності різних видів сільськогосподарської продукції.

У сільськогосподарському виробництві категорія енергетичної ефективності

відображає співвідношення між обсягом виробництва сільськогосподарської продукції, що відповідає чинним стандартам якості, та величиною сукупних витрат енергії за умови дотримання вимог охорони навколишнього середовища.

Між величиною сукупних витрат енергії та ефективністю виробництва сільськогосподарської продукції існує тісний зв'язок, що обмежується, здебільшого, екологічними параметрами. Це обумовлено тим, що в процесі виробництва продукції має місце рух матерії, загальною мірою якого є енергія.

Енергетична ефективність в рослинництві досягається шляхом оптимізації сукупних витрат енергії у розрахунку на одиницю продукції рослинництва без погіршення якості за найменшого негативного впливу на навколишнє середовище.

Рівні енергетичної ефективності виробництва продукції рослинництва дозволяють оцінити раціональне використання природного і ресурсного потенціалу галузі рослинництва на рівнях аграрного підприємства, району, області.

При цьому слід розрізняти наступні рівні енергетичної ефективності виробництва продукції рослинництва:

- 1) неефективний – накопичення сукупної енергії в продукції рослинництва у кількості, що не перевищує рівень сукупних енергетичних витрат на виробництво;
- 2) низький – накопичення сукупної енергії в продукції рослинництва у кількості, що дорівнює або незначною мірою перевищує рівень сукупних енергетичних витрат на виробництво;
- 3) середній – накопичення сукупної енергії в продукції рослинництва у кількості, що перевищує рівень сукупних енергетичних витрат на виробництво;
- 4) високий – накопичення сукупної енергії в продукції рослинництва у кількості, що значно перевищує рівень сукупних енергетичних витрат на виробництво (рис. 1).

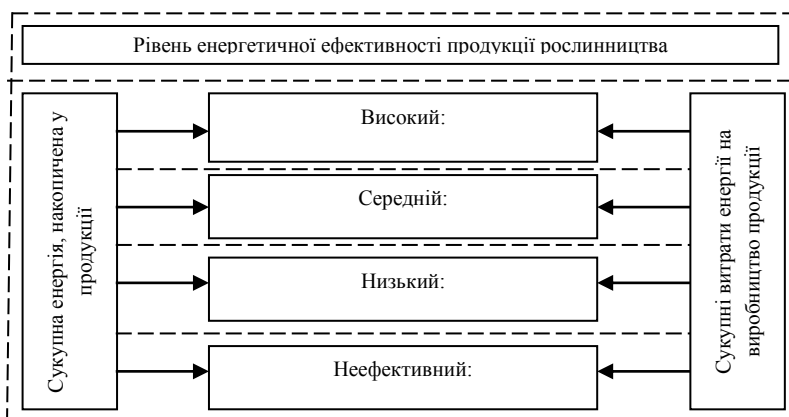


Рис. 1. Класифікація рівнів енергетичної ефективності виробництва продукції рослинництва

Джерело: авторська розробка

Таким чином, запропонована методика класифікації рівнів енергетичної ефективності виробництва продукції рослинництва може застосовуватися при порівняльній оцінці ефективності використання природних ресурсів, енергетичних витрат та отриманої енергетичної цінності різних видів сільськогосподарської продукції. Використання вказаного методичного інструментарію дає можливість знайти додаткові резерви більш повного та раціонального використання природно-ресурсного потенціалу.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ, КОТОРОЕ ЯВЛЯЕТСЯ СТРУКТУРНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ХОЛДИНГА

Корпоративная социальная ответственность (КСО, также называемая корпоративная ответственность, ответственный бизнес и корпоративные социальные возможности) — это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на фирмы и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. Это обязательство выходит за рамки установленного законом требования соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом [1].

Фактически КСО – это политика и инструмент достижения целей устойчивого развития. КСО и устойчивое развитие – это «две стороны одной медали». Влияние КСО на привлекательность бизнеса для инвесторов трудно переоценить: любой портфельный или стратегический инвестор, принимая серьезное решение по покупке пакетов акций той или иной компании, оценивает весь спектр рисков. Компания может быть привлекательна с точки зрения своей текущей прибыльности, но неустойчива и рискованна с точки зрения экологической и социальной.

На международной арене, в развитых и передовых развивающихся странах, внимание к КСО постоянно возрастает уже примерно с середины 1990-х годов. За этот период времени появились наиболее известные инициативы в этой области. Среди них Глобальный договор ООН, объединяющий ведущие социально ответственные корпорации мира на основе десяти принципов ответственного ведения бизнеса. Уже двадцать лет действует Финансовая инициатива Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП), объединяющая более 200 ведущих и крупнейших банков и инвестиционных компаний мира, направленная на соблюдение ими принципов социально и экологически ответственного финансирования и инвестирования [2].

Активно внедряется Глобальная инициатива в области отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) по устойчивому развитию компаний всех видов деятельности и размеров. Сегодня по международному стандарту GRI отчитываются тысячи ведущих, в том числе транснациональных, компаний мира. Большинство этих инициатив рассматривает устойчивое развитие компаний как основную цель социальной ответственности компаний в его триедином измерении: экономическом, экологическом и социальном (Triple Bottom Line). Именно устойчивый рост производства, неразрывно связанный со снижением нагрузок на окружающую среду и соответствующим ростом социального благополучия занятых работников и социальной поддержки населения регионов своего присутствия становится главной идеологией современного «капитализма с человеческим лицом».

GRI помогает структурировать стратегию КСО, это сборник рекомендаций и пособие по передовым практикам. GRI – не стандарт соответствия, а набор

показателей, по которым необходимо предоставить информацию [3].

Таким образом, КСО является составной частью корпоративного управления, а не просто функцией связей с общественностью. Эта деятельность, отражающаяся в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, осуществляется через регулярный диалог с обществом, являясь частью стратегического планирования и управления компаниями. Поэтому решения в области КСО принимаются всеми взаимосвязанными уровнями корпоративного управления: собственниками компаний, советами директоров и менеджментом.

Актуальной задачей является встраивание КСО в корпоративную и бизнес стратегии компании с тем, чтобы ориентировать их на удовлетворение интересов приоритетных групп заинтересованных лиц. Бизнес-стратегия предприятия, являющегося структурным элементом холдинга, должна быть скоординирована со стратегией более высокого уровня – корпоративной стратегией холдинга и содержать инициативы по поддержке КСО. Суть заключается в том, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и для общества в целом. Также социально ответственные мероприятия могут быть зафиксированы на уровне функциональной стратегии предприятия [4]. Принятие наиболее важных стратегических решений в сфере КСО – это прерогатива высшего руководства холдинга, на руководителях дочерних предприятий объединения ложится функция координации деятельности для реализации стратегических социальных инициатив.

При таком подходе КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации всех предприятий в рамках холдинга.

Литература:

1. Гущин А.Н. Теория устойчивого развития города: учебное пособие для студентов факультета экономики и управления ИУ Урал ГАХА / А.Н. Гущин - М.: Директ-Медиа, 2011. - 128 с.

2. Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.sustainabledevelopment.ru/upload/File/Books_2013/2013_KSO.pdf

3. Global Reporting Initiative [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

4. Камишникова Е.В. Інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у корпоративну стратегію / Е.В. Камишникова // Економічний аналіз: зб. наук. праць / ТНЕУ. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ “Економічна думка”, 2017. – Том 27. – № 1. – С. 199-205.

УДК 657

*С.М. Кір'ян, к.е.н., доцент,
ПВНЗ "Європейський університет", м. Київ*

ВПЛИВ ЗМІН ЗАКОНУ ПРО БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК НА СКЛАДАННЯ ЗВІТУ ПРО УПРАВЛІННЯ

Верховна Рада прийняла Закон "Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" (щодо удосконалення деяких положень)" [1]. Головна необхідність даних змін, як слідує з Пояснювальної записки

- забезпечення імплементації Директиви ЄС № 2013/34/ЄС.

Ця Директива встановлює нові умови складання, подання та оприлюднення фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності, а також новий порядок визнання та оцінки певних видів активів та зобов'язань, доходів та витрат.

Основні положення Закону стосуються доповнень Закону «Про бухгалтерський облік» новими термінами, зокрема «витрати», «доходи», «звітний період», «звіт про платежі на користь держави» в частині суб'єктів, які подають цей звіт, «звіт про управління», «власний капітал», «таксономія фінансової звітності» та «підприємства, що становлять суспільний інтерес», «чистий дохід від реалізації продукції» тощо.

Так, Законом передбачено, що «витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)»; а доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді збільшення активів або зменшення зобов'язань, яке призводить до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників)». В свою чергу, Законом визначено, що «звіт про управління – документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності».

В залежності від того, які з облікових стандартів застосовуються підприємством та до якого типу воно відноситься, вказані зміни у свою чергу, впливатимуть на управління підприємством, зокрема на механізм складання звіту про управління.

Насамперед зміни стосуються розміру підприємств та обґрунтування цього критерію. Так, передбачено встановити для цілей бухгалтерського обліку критерії віднесення підприємств до мікропідприємств, малих, середніх та великих підприємств відповідно до положень Директиви ЄС № 2013/34/ЄС (балансова вартість активів, чистий дохід від реалізації продукції, середня кількість працівників). У залежності від цього передбачається звільнити мікро- та малі підприємства від подання звіту про управління, а для середніх підприємств передбачити невідображення у звіті про управління нефінансової інформації.

Для статті 2 Закону про бухгалтерський облік передбачено «2) доповнити статтю частиною другою такого змісту: "2. Для цілей цього Закону підприємства (крім бюджетних установ) можуть належати до мікропідприємств, малих, середніх або великих підприємств. У таблиці 1 наведено основні критерії розмежування підприємств згідно доповнень до Закону.

Таблиця 1

Критерії* визначення розміру підприємств та віднесення їх до певних категорій для цілей бухгалтерського обліку

Приналежність підприємств	балансова вартість активів	чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	середня кількість працівників
Мікропідприємства	до 350 тис. євро	до 700 тис. євро	до 10 осіб
Малі підприємства	до 4 млн. євро	до 8 млн. євро	до 50 осіб
Середні підприємства	до 20 млн. євро	до 40 млн. євро	до 250 осіб

* - на дату складання річної фінансової звітності за попередній рік відповідають щонайменше двом з приведених критеріїв

Таким чином, аналізований Закон у частині імплементації вітчизняного законодавства до практики Європейського Союзу упорядковує критерії визначення

підприємств та передбачає звільнення від складання Звіту про управління підприємства, які мають до 50 осіб, а ті, де менше 250 осіб, мають право складати звітність без приведення нефінансової інформації.

З однієї сторони, це позитивно вплине на якість звітної інформації, оскільки відпадає необхідність формування таких показників для малих підприємств, а з другої, малі підприємства на власний розсуд формуватимуть нефінансову інформацію, що знижує якість управління.

Список використаних джерел:

1. Закон "Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62044

УДК : 338.45:621:334.722.81:347.47(477)

*А.В. Линенко, к.е.н., доцент,
Запорізький національний університет*

ОБ'ЄДНАННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В АСОЦІАЦІЇ

Зарубіжний досвід і вітчизняна практика доводять, що за рахунок участі підприємств у різного типу об'єднаннях можна досягти кращих економічних результатів і забезпечити умови для сталого розвитку бізнесу в стратегічній перспективі. Проте, наприклад, злиття з холдинговою компанією чи об'єднання зі створенням корпорацій або концернів меншою чи більшою мірою позбавляє учасників економічної самостійності. Це є стримуючим чинником для багатьох суб'єктів бізнесу. Втім прагнення підвищити свої конкурентні переваги й отримати інші вигоди, зумовлені ефектом синергії, спонукає підприємства до створення об'єднань, які б не обмежували їх юридичної самостійності та економічної свободи. Таким варіантом інтеграції є асоціація підприємств як найпростіша форма об'єднання.

Відповідно до Господарського кодексу України асоціація – це договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями [2].

Станом на 1 жовтня 2017 року в Україні функціонувало 2362 асоціації, що об'єднували підприємства та підприємців або за галузевою ознакою, або ж за іншими спільними інтересами. Щодо кількості асоціацій саме машинобудівних підприємств, то однозначної відповіді немає, по-перше через відсутність такої інформації в офіційно оприлюдненому вигляді, наприклад на веб-сайті Державної служби статистики України. Крім того, підприємства машинобудування не лише можуть, але й часто є учасниками асоціацій, які об'єднують суб'єктів бізнесу з

різних галузей економіки.

Варто також зазначити, що сьогодні під видом асоціації можуть діяти різного роду громадські утворення, що інколи мають із законодавчо визначеною асоціацією як формою об'єднання підприємств лише подібну назву. Так, наприклад, Асоціація машинобудівної і вітроенергетичної промисловості є громадським об'єднанням, а заснована поточного року Українська асоціація підприємств машинобудування та інжинірингу – громадською спілкою [1]. Такі формування хоч і не є за організаційною формою асоціацією, безперечно можуть сприяти розвитку бізнесу.

Серед найбільш потужних асоціацій машинобудівних підприємств України слід назвати такі: Асоціація «Ліга машинобудівників та роботодавців України «Укрмашбуд» [5], Асоціація автовиробників України «Укравтопром» [4], Асоціація підприємств – виробників техніки та обладнання для агропромислового комплексу «Украгромаш», Асоціація виробників спеціальної техніки України «Укрспецтехпром», Асоціація суднобудівників України «Укрсудпром» та ін. [3].

Щоправда до недоліків участі в асоціації можна віднести те, що асоціація не має права самостійно, тобто від свого імені здійснювати підприємницьку діяльність, а також обов'язковість вступних внесків [6].

Однак потенційні вигоди нівелюють ці «незручності». В цьому аспекті слушною є думка Ю. В. Федотової про наявність цілої низки переваг у такої форми об'єднання підприємств, як асоціація. А саме: збереження учасниками асоціації господарської самостійності; безкоштовне використання послуг асоціації її членами; кооперація та координація виробничої діяльності; узгодження дій щодо визначення цін, освоєння ринків збуту, захисту інтересів; створення асоціації суто на добровільних засадах; можливість участі в асоціації підприємств усіх форм власності, які укладають між собою багатосторонній договір, де визначають усі необхідні умови діяльності об'єднання; захист інтересів її членів у відносинах із державними та недержавними організаціями; додаткова розробка економічних та юридичних прогнозів; узагальнення та поширення передового досвіду підприємств – членів асоціації; збір, обробка та надання різноманітної корисної інформації для членів асоціації; поширення і підтримка науково-технічного співробітництва; централізація однієї або декількох виробничо-господарських та управлінських функцій; юридична основа створення асоціації – волевиявлення сторін договору; здійснення спільних підприємницьких проектів; можливість так званої «м'якої» форми централізації [7, с. 417].

Отже, вітчизняні машинобудівні підприємства мають можливість дещо мінімізувати вплив кризових явищ, які притаманні сучасному етапу розвитку економіки України, за рахунок ефекту синергії від участі в галузевих асоціаціях зі збереженням їх економічної самостійності.

Список використаних джерел:

1. В Україні створено асоціацію вітчизняних машинобудівників [Електронний ресурс] / Сайт біржі сільгосптехніки «TRAKTORIST.UA». – Режим доступу : <https://traktorist.ua/news/734-v-ukrayini-stvoreno-asotsiatsiyu-vitchiznyanih-mashinobudivnikiv>.

2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV : текст зі змін. станом на 2 серпня 2017 р. [Електронний ресурс] / Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

3. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань Міністерства юстиції України [Електронний ресурс]. –

Режим доступу : <https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>.

4. Сайт Асоціації «Укравтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrautoprom.com.ua/uk>.

5. Сайт Асоціації «УКРМАШБУД» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrmashbud.org.ua/index.php/uk>.

6. Сисоліна Н. П. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств : Навчальний посібник / Н. П. Сисоліна, Г. В. Савеленко, Л. П. Василенко. – Кіровоград : КНТУ, 2015. – 280 с.

7. Федотова Ю. В. Інтегративні структури: етимологія, види і роль у забезпеченні економічного розвитку регіону / Ю. В. Федотова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 15. – С. 414-419.

УДК 658.14

*К.І. Оксенюк, к.е.н., доцент,
Б.О. Марчук, магістрант,
Луцький національний технічний університет*

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОРПОРАЦІЙ

На сьогодні у світовій системі помітний швидкий розвиток корпорацій, спостерігається їх динамічне втручання у хід змін економіки, зовнішнього середовища та їх ключових елементів функціонування. Корпорації виступають каталізатором процесів трансформації, тому необхідне ще глибше вивчення основних принципів та методів управління їх розвитком.

Слід відмітити, що домінуючий вклад в соціально-економічний розвиток країни вносять корпоративні організації (корпорації), що потребує в сучасних умовах трансформаційних економічних перетворень до управління їх розвитком, тому в подальшому дослідженні нами будуть розглядатись корпорації. Вони є рушійним механізмом сучасних генеруючих процесів світової економіки. На нашу думку, роль корпорацій полягає в наступному: можливість планувати, організовувати і контролювати транскордонну діяльність; здатність повною мірою скористатися перевагами ІКТ і сприяти їх розповсюдженню і розвитку; здійснення найбільшої кількості міжнародних транзакцій; використання організаційних і технологічних інновацій як основу розвитку корпорації [3, с. 207].

Принципи – це основні правила та закономірності, що взаємодіють у певній визначеній системі. Принципи управління є засобом практичної реалізації його закономірностей, їхнього спільного застосування.

Необхідно відмітити, що підхід до управління має бути сформований з урахуванням ряду методологічних принципів [1, с. 349]:

- принцип комплексності, породжується складністю і багатоаспектністю виробничо-господарської, ринкової діяльності господарюючого суб'єкта. Управління має забезпечувати регулювання усіх сторін діяльності, формуючи роботу всіх локальних механізмів з взаємоузгодженою вибудовою концептуальних завдань в системі управління для досягнення єдиної мети підприємства;

- принцип динамічності, вимагає забезпечення постійного в часі і у просторі стійкого функціонування підприємства під дією чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, а також забезпечення своєчасного виявлення

неприпустимих відхилень від заданих нормативних значень показників;

- принцип адаптивності, вимагає гнучкості, яка викликана необхідністю своєчасного внесення коректив в систему та механізм управління. У процесі функціонування підприємства, механізм управління повинен, у разі потреби, бути готовим забезпечити трансформацію структури управління, її ланок, зв'язків між ними;

- принцип гармонізації внутрішнього і зовнішнього середовища, вимагає забезпечення стійкості, як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівнях підприємства, і досягнення узгодженості (гармонії) між внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства, за параметрами визначеними для діагностичних моделей стійкості;

- принцип обов'язкового прямого та зворотного зв'язку (за допомогою процесу стабілізації розвитку підприємства формувати адекватні та несуперечливі управлінські дії, що дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства);

- принцип обліку цільової спрямованості функціонування підприємства – має спрямовувати систему та механізм управління на забезпечення таких параметрів (показників) стійкості функціонування підприємства, які забезпечили ефективне функціонування виробничо-господарської системи, підвищення конкурентоспроможності та напрацювання показників динамічного розвитку.

В системі управління закладається основний базис функціонування та розвитку, за допомогою вибудови основних управлінських процесів в двох головних підсистемах: стратегічного та корпоративного управління. Повна взаємоузгодженість всіх зв'язків, які функціонують в системі, відбуваються за рахунок функціонування інформаційно-аналітичної та контрольно – адаптаційної підсистеми.

Ефективність управління забезпечується інтегративною взаємодією необхідних принципів і технологій їх реалізації. Важливу роль відіграють експерименти, маркетингові дослідження, вони допомагають розкрити зовнішні і внутрішні процеси в усій їх складності і різноманітності, дають керівникам достовірну інформацію, дозволяючи оцінити ефективність тієї або іншої системи управління.

Під методом управління розуміється спосіб впливу суб'єкта, що управляє, на об'єкт управління для досягнення поставленої мети, а під інструментом управління – те, що лежить в основі цього способу впливу.

Таким чином, в структурі будь-якого методу управління, у тому числі і в системі та механізмі управління, в якості основних елементів мають бути присутніми: суб'єкт управління; спосіб впливу на об'єкт управління (інструмент); об'єкт управління; мета дії на об'єкт управління.

Важливо відмітити, що методи і інструменти завжди є змінною системою елементів, оскільки змінний, структурний склад того або іншого механізму управління залежить від багатьох чинників. Тому типологія методів управління корпорації приведена до кількох якісних ознак, а саме [2, с. 93]:

- 1) характер задач у процесі розвитку (базові та інструментальні), комбінація задач визначається поставленими цілями розвитку, його стратегією, особливостями зовнішнього середовища, ринковими факторами, міжнародним оточенням тощо;

- 2) напрям впливу (методи прямого і опосередкованого впливу);

- 3) спосіб врахування інтересів працівників (методи матеріального, власного і морального впливу);

- 4) форма впливу (кількісні і якісні методи);
- 5) характер впливу (економічні, технологічні, соціально-психологічні, інноваційні, адміністративні методи);
- 6) вектор розвитку машинобудівного підприємства визначає вибір відповідних методів і укрупнено відображає характер і комбінацію поставлених задач;
- 7) спосіб реалізації впливу (методи загальнонаукових досліджень, методи, що засновані на знаннях, компетенції, досвіді та інтуїції спеціалістів, методи формального представлення систем та комплексні методи, тощо).

При формуванні структури управління розвитком корпорації до складу системи та механізму управління мають бути включені методи і інструменти, що відносяться до різних класифікаційних груп, в залежності від взаємодії різних підсистем та механізмів. Ці методи і інструменти повинні діяти в органічній єдності, гнучко реагувати на чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, дозволяючи адаптувати процес управління до змінних умов.

Для реалізації цілей в управлінні розвитком корпорації, враховуючи складність, багатоаспектність поняття розвитку на різних рівнях управління, доцільно не обмежувати набір методів управління в його структурі, виділяючи одні методи як основні, а інші доповнюючі, що визначаються метою (цілями), складом функцій управління, які реалізуються, в конкретний момент часу. При цьому ще більша різноманітність спостерігається на рівні вибору конкретних інструментів реалізації тих або інших методів управління.

Отже, корпорація виступає всесвітнім гравцем та впливовим діячем у земному просторі. Важливо підтримувати цей статус ефективним управлінням та правильно підібраними методами.

Список використаних джерел:

1. Капліна А. С. Особливості й умови формування організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельного господарства України / А. С. Капліна // Модернізація туризмознавства : теорія і практика партнерства: монографія / [авт. кол.]; за заг. ред. Г. П. Скліяра. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – С. 346 – 355.
2. Швецова М. Б. Моделі та методи управління розвитком машинобудівних підприємств / М. Б. Швецова, О. І. Тревого // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 3. – С. 91-98. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2015_3_15
3. Швець Ю. О. Основні етапи розвитку транснаціональних компаній та їх зв'язок з глобалізацією / Ю. О. Швець, Т. А. Сухаренко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 3(1). – С. 204-209. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_3%281%29_41

УДК 657.6

*І.Т. Райковська, к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Н.О. Паламарчук, магістрант кафедри обліку і оподаткування,
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

ФАКТОРИ ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМУ КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Правильно визначений напрям комп'ютеризації економічного аналізу передбачає ефективне застосування методики економічного аналізу в умовах комп'ютерних

технологій. Дослідивши позиції науковців, дійшли висновку, що при комп'ютеризації економічного аналізу на підприємстві потрібно враховувати:

1. Особливості обраної суб'єктом господарювання організаційної форми проведення економічного аналізу – централізованої, децентралізованої або змішаної. За допомогою централізованої організаційної форми досягається єдність методологічного забезпечення аналізу, чіткий розподіл праці аналітиків, можливість застосування автоматизованих систем управління тощо. При децентралізованій формі аналітичний процес максимально наближений до управлінського, є його окремим етапом, значно зменшується обсяг обробки економічної інформації, створюються сприятливі умови для застосування міні- і мікроЕОМ, підвищується дієвість і ефективність аналітичних робіт.

2. Використання комплексу АРМ аналітика як однієї з організаційних форм проведення економічного аналізу в умовах комп'ютеризації, що надає змогу виконувати в автоматизованому режимі комплекс аналітичних розрахунків на підставі вхідної інформації, що забезпечує оперативність прийняття управлінських рішень. В умовах АРМ аналітичні завдання розв'язує безпосередньо сам аналітик на своєму робочому місці. Він особисто контролює усі стадії обробки інформації, має можливість оцінити отримані результати, використати їх для обґрунтування управлінських рішень та задоволення інформаційних потреб керуючої системи.

Розподіляючи завдання аналізу в системі АРМ, необхідно забезпечити таку інтеграцію системи, за якої АРМ може існувати як автономна система та водночас бути частиною КІСП.

Створене АРМ аналітика впроваджується у практику управління підприємством. Схема аналітичної діяльності в умовах функціонування АРМ аналітика передбачає виконання комплексу взаємопов'язаних завдань (рис. 1).

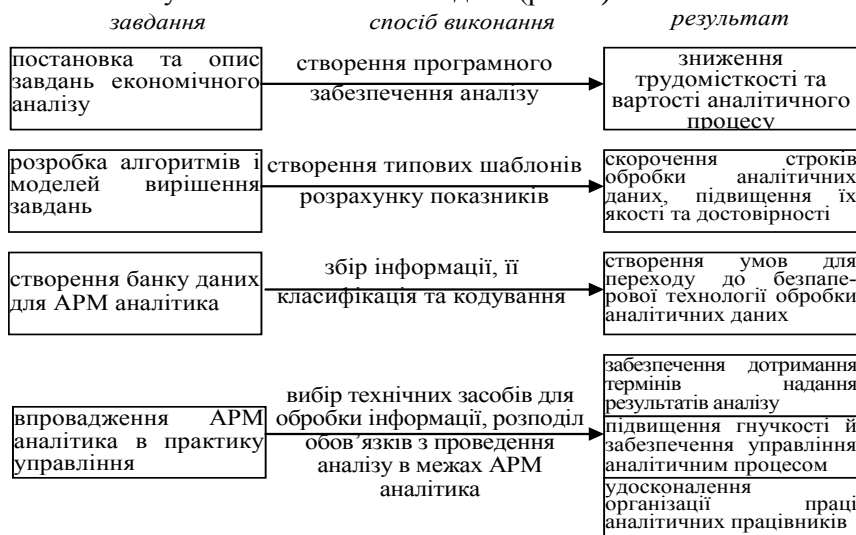


Рис. 1. Порядок здійснення аналітичної діяльності в умовах функціонування АРМ аналітика

Для розв'язання завдань економічного аналізу в системі АРМ аналітика розробляються алгоритми і моделі вирішення поставлених завдань, формується банк даних для АРМ аналітика. Для однозначного опису даних, ефективного пошуку і ідентифікації в електронній пам'яті комп'ютерної інформаційної системи об'єкта

використовуються відповідні засоби класифікації і кодування інформації. Ступінь класифікації визначає етап ділення заданої інформаційної множини на підмножину, а число ступенів відображає глибину класифікації.

Комплекс програмних засобів АРМ аналітика розробляється як програмний додаток до типової методики аналізу господарської діяльності. Тому ефективність роботи АРМ аналітика багато в чому залежить від досконалості методики аналізу, від того, наскільки вона відповідає сучасним вимогам управління виробництвом, а також технічним можливостям персонального комп'ютера. АРМ аналітика перетворює підсистему аналітичного забезпечення управління діяльністю на постійно діючий фактор підвищення ефективності діяльності за рахунок активізації всієї інформаційної системи підприємства.

Отже, функціональне призначення комплексу АРМ аналітиків – це виконання в автоматизованому режимі повного набору взаємопов'язаних аналітичних розрахунків (з оцінки, діагностики, пошуку) за підсумками діяльності підприємства за певний період (рік, квартал, місяць). Результатом його роботи є отримання даних, які характеризують діяльність підприємства з виконання прогностичних показників і підвищення ефективності виробництва, динаміку показників за ряд періодів, ступінь впливу на узагальнюючі показники діяльності різних факторів.

При проектуванні АРМ аналітика потрібно враховувати такі фактори: тенденції розвитку господарської діяльності підприємства, вимоги керівництва підприємства до аналітичної інформації, а також сукупність аналітичних завдань, які необхідно вирішити. Відповідно основними вимогами до функціонування АРМ аналітика є: своєчасне задоволення обчислювальних та інформаційних потреб управління при проведенні аналізу господарської діяльності; можливість надання результативної інформації у табличній і графічній формах; можливість коригування методики розрахунків і форм відображення кінцевого результату.

3. Створення дієвого інформаційного і програмного забезпечення для проведення аналітичних розрахунків. Інформаційне забезпечення економічного аналізу складається з таких основних елементів: зовнішня і внутрішня інформація, системи класифікації і кодування даних. Основним компонентом інформаційного забезпечення економічного аналізу є банк даних, який виконує функції введення, накопичення, зберігання, оновлення, інтегрування обробки і видача інформації у будь-якій комбінації для вирішення регламентних завдань та інформаційно-довідкового обслуговування користувачів.

4. Розробка загальноприйнятої класифікації аналітичних показників, оскільки її відсутність призводить до різного їх трактування.

Всі вище перераховані вимоги до комп'ютеризації економічного аналізу визначають порядок побудови методики його проведення в сучасних умовах інформаційно-комп'ютерних технологій.

Виходячи з проведеного дослідження визначимо основні вимоги, яким повинні відповідати аналітичні програми:

- можливість аналізу і оцінки окремих показників виробничо-фінансового стану об'єкта, підприємства за різними методиками і визначення тенденцій його зміни;
- економічний аналіз окремих об'єктів дослідження, в т.ч. нових, прогнозування на основі отриманих результатів;
- можливість порівняння показників діяльності вітчизняних та зарубіжних підприємств певної галузі;
- можливість одночасного використання великої кількості показників, включення

до аналізу різних факторів як облікового, так і позаоблікового характеру;

– табличне і графічне представлення інформації; можливість ранжування результатів відповідно до потреб різних груп користувачів.

Розглянуті вище функціональні можливості програмних продуктів не забезпечують реалізацію методик економічного аналізу за аналітичними об'єктами, здійснення прогностичного аналізу відповідно до потреб конкретних користувачів, що потребує методичних розробок.

УДК 331.5.024.5

*С.Ю. Соколюк, к.е.н.,
Уманський національний університет садівництва*

ДІАЛЕКТИКА ІНТЕРЕСІВ ГАРМОНІЗАЦІЇ

В умовах жорсткої конкуренції за ресурси і споживача без гармонійного здійснення інтересів фінансово-економічних відносин забезпечити стійкий розвиток, ефективне й успішне функціонування підприємства у сучасних умовах складно. Нові умови ведення бізнесу потребують від підприємств створення, утримання та розвитку унікальних ресурсів, здібностей, організаційних компетенцій.

Для правильного розуміння ролі гармонізації необхідно з'ясувати поняття «гармонізація». У Великому тлумачному словнику сучасної української мови за редакцією В. Бусела слово «гармонізація» витлумачено у трьох значеннях, два з яких стосуються музичного мистецтва. Згідно третього гармонізація являє собою приведення в стан відповідності, злагоженості, збільшення гармонійності [1, с. 223].

Саме слово «гармонізація» походить від поняття «гармонія». Під «гармонією» (від грецького *ἁρμονία* – злагоженість) розуміють струнку узгодженість частин єдиного цілого, єдність, злагоженість, поєднання елементів, властивостей, явищ [2, с. 50].

Найбільш повне й наближене до загальних питань підприємництва поняття «гармонізація» представлено в Сучасному економічному словнику. Згідно з даним словником, гармонізація економічних процесів, відносин, товарів, податків – це взаємне узгодження, зведення в систему, уніфікація, координація, упорядкування, забезпечення взаємної відповідності [3]. У цьому визначенні ключовим є забезпечення відповідності різних дій і характеристик підрозділів підприємства.

Поняття «гармонізація» розглядається в наукових працях низкою авторів при розгляді проблем організації діяльності, системного підходу, управлінні будь-якими видами об'єктів. Так, у ряді робіт під гармонізацією розуміється невід'ємна умова існування й нормального функціонування підприємства як системи. Системний закон гармонії (композиції й пропорційності) формулюється наступним чином: «Кожна система (біологічна або соціальна) прагне придбати, створити або зберегти у своїй структурі всі необхідні ресурси (композицію), що перебувають у заданій співвідносності або заданому підпорядкуванні (пропорції)» [4, с. 63].

Суть гармонізації висвітлена в роботах К. Адамецькі, (початок ХХ століття), який сформулював закон гармонії. На його думку, проблема гармонізації в організації складається із двох частин:

1. Гармонійний підбір окремих органів.

2. Гармонізація (узгодження всіх їхніх операцій).

Закон гармонії полягає у підборі органів відповідно до їх характеристик і в узгодженні функціонування цих органів у тісному зв'язку між собою з поглядом їх функцій і часу.

К. Адамецькі відносив закон гармонії до одного з основних законів економії і пов'язував досягнення найбільш корисного результату з досягненням гармонізації [5, с. 21].

Таким чином, діалектика інтересів гармонізації складна й неоднозначна. При цьому сучасні тенденції суспільного прогресу не потребують жорсткої регламентації інтересів «від загального до одиничного» або навпаки, а спрямовані на їх гармонізацію, збіг, спільність, єдність, у тому числі на всіх рівнях управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. : Ірпінськ; ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
2. Современный экономический словарь / сост. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 496 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. : Ірпінськ; ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
4. Джонсон Д. Корпоративная стратегия: теория и практика / Д. Джонсон, К. Шоулз, Р. Уиттингтон ; [7-е изд.: пер. с англ.]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 800 с.
5. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций: пер. с англ. / Г. Кунц, С. О'Доннел. – М. : Прогресс, 1981. – 520 с.

УДК 331.103

*Л.В. Шовкун к.е.н., доцент,
А.І. Новоселець, здобувач вищої освіти,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ХРОНОМЕТРАЖ – ВАЖЛИВИЙ МЕТОД НОРМУВАННЯ ПРАЦІ

Актуальність проблеми ефективного використання робочого часу на підприємствах все більше зростає. Не залежно від виду економічної діяльності, який здійснює підприємство, перед ним стоїть завдання скорочення робочого часу. Проблематикою дослідження є те, що кожне підприємство зацікавлене в раціональному розподіленні та ефективному використанні робочого часу. За допомогою цього підприємство збільшить обсяг випуску продукції, що допоможе йому максимально примножити прибуток. Для цього і проводяться постійні дослідження втрат робочого часу та на основі попередніх досліджень, проводиться аналіз помилок і висуваються нові та оптимальніші ідеї скорочення втрат робочого часу.

Трудове регулювання є основою організації на підприємстві, такого роду діяльності з управління підприємством, спрямованої на встановлення оптимального співвідношення між витратами і результатами, а також між членами різних груп і кількістю одиниць обладнання.

В ринкових умовах наукове регулювання праці стає одним з найбільш ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки

воно сприяє скороченню витрат на робочу силу, економії грошей на працю, тим самим знижуючи витрати виробництва і підвищуючи ефективність управління.

Методи нормування праці – це сукупність прийомів встановлення норм праці, що включає аналіз трудового процесу, проектування раціональної технології і організації праці, розрахунок норм. Вибір конкретного методу залежить від характеру нормованих робіт і умов їх виконання. Існують такі методи вивчення витрат робочого часу: хронометраж; фотографія робочого часу; самофотографія робочого дня; мікроелементне нормування; бенчмаркінг; факторне нормування [1].

Саме тому варто зазначити, що хронометраж – це вивчення структури операції за її складовими елементами та визначення розмір витрат часу на них. Його застосовують: 1) з метою встановлення фактичної тривалості основних і допоміжних елементів виробничої операції; 2) з метою виявлення причин невиконання відповідних норм, встановлених розрахунковим шляхом; 3) з метою виявлення і вивчення передових прийомів і методів праці для наступного їх поширення; 4) з метою одержання вихідних даних для розробки нормативів праці; 5) з метою встановлення нових або уточнення діючих норм затрат праці [2]. Хронометраж складається з декількох етапів:

- підготовка до хронометрування ;
- спостереження і заміри тривалості окремих елементів операції;
- обробка матеріалів спостережень по кожному прийому ;
- аналіз одержаних даних [3].

Об'єктами нормування праці є: витрати робочого часу на виконання елементів виробничого процесу; кількість одиниць продукції, яка повинна бути виготовлено одним або групою працівників за певний період часу; кількість виробничих об'єктів, яке повинен обслуговувати один працівник або їх група; чисельність персоналу, необхідна для виконання певного обсягу робіт; чисельність підлеглих у одного керівника [4, с.20-21].

Як вже визначалося, хронометраж – метод вивчення трудових операцій шляхом спостереження і вимірювання затрат на виконання окремих елементів, що повторюються при виготовленні кожної одиниці продукції. Спостереження і виміри витрат праці заносяться в спеціальну карту. Число спостережень варіюється, що впливає на об'єктивність дослідження.

На закінчення варто відзначити, що нормування праці дозволяє об'єктивно оцінювати витрати робочого часу і знаходити резерви для перегляду норм часу, що особливо важливо в умовах необхідності зростання продуктивності праці, скорочення витрат на персонал. В умовах, коли втрачена спадкоємність у фахівців, що займаються нормуванням і організацією праці на підприємствах, кожному підприємству доцільно освоювати найкраще з виробленого наукою і практикою по нормуванню праці. Вибирати метод нормування необхідно виходячи з цілей, що стоять перед підприємством, а також з урахування наявних ресурсів для виконання даних цілей.

На кожному підприємстві норми праці використовуються у процесі здійснення планово-організаційних розрахунків, внутрішньозаводського й цехового оперативного планування. За допомогою норм складаються бізнес-плани підприємств, плануються обсяги виробництва цехів і дільниць, розраховується завантаження устаткування й робочих місць. На основі норм праці встановлюють завдання з підвищення продуктивності праці, визначають потребу в кадрах, розробляють календарно-планові нормативи тощо [4].

Список використаних джерел:

1. Зубкова А., Суєтина Л. Нормирование труда в рыночных условиях // Человек и труд. 2000. № 2. С. 81.
2. Нормування праці, роль та місце профспілок: інформацій- на записка [Електронний ресурс] / Федерація профспілок України, 2012. – Режим доступу : // fplo.lg.ua/upload/docs/upload/docs2/170220121.doc.
3. Л. М. Фільштейн. Праця. Техніко-економічне та соціальне нормування. – Кіровоград: РВЛ КНТУ, 2007.– 88 с.
4. Генкин Б.М. Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях: Учебник для вузов. – М.: Издательство НОРМА, 2003. С. 20-21.
5. Пономарьова М. С. Організація нормування та оплати праці в сільськогосподарському підприємстві / М. С. Пономарьова, М. Є. Кузіна // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 6. С. 216-223.

УДК 65.012

*Л.В. Шовкун, к.е.н., доцент,
А.А. Ткаченко, здобувач вищої освіти,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ТИПИ ОПЕРАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ, ЇХ ОЗНАКИ

Під операційним менеджментом розуміють сферу менеджмента, яка пов'язана з операційним процесом, виробництвом товарів, наданням послуг [4]. Операційний процес – це процес, що складається з послідовних взаємопов'язаних у часі операцій щодо трансформації вхідних ресурсів у вихідні результати підприємства. Основною структурною одиницею операційного (виробничого) процесу є операція. Операція є елементарним спеціалізованим видом роботи, спрямованим на виконання конкретного завдання технічного, організаційного або соціального характеру [1].

Залежно від способу організації операційного процесу розрізняють різні їх типи. Під типом операційного процесу розуміють таку організаційно-технічну характеристику цього процесу, яка ґрунтується на його спеціалізації, повторюваності й характері технологічних процесів.

Властивий певному виробничому підрозділу тип операційного процесу зумовлює застосування відповідних методів підготовки, планування, контролю виробництва, форм організації праці, особливостей технологічних процесів, кожен з яких характеризується сукупністю ознак [2].

Одиничний операційний процес характеризується: - виготовленням виробів в одиничних екземплярах або малими серіями; - широкою номенклатурою виробів, що їх виготовляють; - застосуванням універсального устаткування, універсальних пристроїв, інструменту загального призначення; - групуванням робочих місць за принципом технологічно однорідних операцій; - відсутністю закріплення певних операцій за окремими працівниками; - високою кваліфікацією працівників, яка враховує різноманітний характер виконуваних робіт; - відсутністю детальної розробки технологічного процесу виготовлення виробу; - тим, що об'єктом планування, нормування, обліку є весь виріб або його великі складові частини; - доволі невисокою вартістю підготовки виробництва нових виробів у зв'язку з наявністю трьох останніх особливостей. Форма одиничного виробничого процесу

поширена на дослідних заводах, які виготовляють складні вироби і системи спеціального призначення [2].

Для серійного операційного процесу властивим є: виготовлення виробів партіями, які періодично повторюються; розрізняють дрібносерійні та великосерійні операційні процеси; значна, але обмеженіша, ніж в одиничній системі, номенклатура виробів, що їх виготовляють; застосування універсального і спеціалізованого устаткування, пристроїв, інструменту; групування робочих місць за технологічним і предметним принципами; закріплення за робочими місцями обмеженої кількості деталеопераций; середня кваліфікація працівників; детальне розроблення технологічних процесів; об'єкт планування, нормування, обліку вузли і деталі (складові частини) виробу; відносно більші витрати для підготовки виробництва нових виробів порівняно з одиничним типом виробництва. Цей тип виробничого процесу розповсюджений на підприємствах, які випускають складні вироби і системи спеціального призначення, які часто змінюються за конструкцією [2].

Масовий операційний процес має такі особливості: вироби виготовляють у великій кількості та обмеженому асортименті; застосовують спеціалізоване і спеціальне устаткування, пристрої та інструменти; робочі місця розміщують за ходом технологічного процесу (предметний принцип); робочі місця спеціалізуються на виконанні однієї операції; технологічний процес розробляють детально; об'єктом планування, нормування, обліку є деталі та операції; підготовка виробництва нових виробів потребує найбільших витрат (порівняно з іншими типами виробництва) [2].

Безперервний операційний процес має наступні особливості: значні обсяги однорідної продукції виробляються неперервним потоком; обладнання функціонує майже безупинно; застосовується автоматизоване та механізоване устаткування і пристрої; робочі місця розміщують за ходом технологічного процесу обробки виробів (предметний принцип); застосовується праця висококваліфікованих наладчиків та диспетчерів, які контролюють роботу машин і регулюють їх дію. Системи безперервного виробництва виробляють великі обсяги високостандартизованої продукції [3].

Операційний процес та окремі його операції мають бути раціонально організовані в просторі і часі. Для цього за проектування та організації виробничого процесу слід дотримуватися певних принципів. До таких принципів належать: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямоточність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність [3]. Управлінська праця всебічно впливає на систему виробництва і відображується у кінцевих його результатах [5].

Список використаних джерел:

1. Козловский В.А., Маркина Т.В., Макаров В.М. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. – СПб: «Специальная Литература», 1998. – 366 с.
2. Плоткін Я.Д., Пашенко І.Н. Виробничий менеджмент: Навчальний посібник; Збірник вправ. – Львів: Державний університет “Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» «Інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів), 1999. – 258 с.
3. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Желябін В. О. та ін. Операційний менеджмент: навчальний посібник. - Львів: "Магнолія 2006". - 2009. - 438 с.
4. Пономарьова М.С. Критерії удосконалення операційного менеджменту в сільськогосподарському підприємстві / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практична конференція «Економічні, екологічні та соціальні

проблеми розвитку аграрної сфери в умовах глобалізації - Х. ХНАУ : 4 – 5 листопада 2015 р. С. 145-147.

5. Шовкун Л. В. Особливості організації праці апарату управління сільськогосподарських підприємств / Л. В. Шовкун, О. М. Савельєва // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 211-220.

УДК: 338.27

*Є.М. Сита, ст. викладач кафедри економіки та підприємництва,
В.П. Гіра, здобувач вищої освіти,
Херсонський національний технічний університет*

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ОСНОВІ МЕТОДУ «ДЕЛЬФІ»

Методи експертних оцінок знайшли широке застосування у прогнозуванні і перспективному плануванні, там, де відсутні досить достовірні статистичні дані про досліджуване питання, де є кілька варіантів рішень і необхідний вибір найбільш кращого з них. Також ці методи застосовуються при розробці нових програм у галузях промисловості, схильних сильному впливу нових відкриттів у фундаментальних науках.

Метод Дельфі – багатоступінчастий метод, що передбачає початкове ізольоване винесення експертами своїх суджень і подальше багаторазове їх коригування на базі ознайомлення кожного експерта з судженнями інших експертів до тих пір, поки величина розкиду оцінок не буде знаходитись у рамках заздалегідь встановлюваного бажаного інтервалу варіювання оцінок [1].

Одержані за допомогою даних методик оцінки носять статичний і одноразовий характер, у результаті чого виникає необхідність повторного звернення до експертів при складанні прогнозу частки ринку на наступні періоди. Крім того, метод внутрішнього і зовнішнього експертного прогнозування характеризується певним ступенем суб'єктивності.

Надійність методу "Дельфі" вважається високою при прогнозуванні на період як від 1 до 3 років, так і на більш віддалений період часу. В залежності від мети прогнозу для отримання експертних оцінок може залучатися від 10 до 150 експертів [2].

Якісний підхід дозволяє оцінити специфіку кожної конкретної ситуації. У деяких випадках дослідження різних специфічних елементів, що визначають ситуацію, може бути більш важливим, ніж проведення систематичної кількісної оцінки. Великим недоліком цього методу є надмірна суб'єктивність оцінок.

При аналізі та прогнозуванні економічної ситуації виникає ряд труднощів:

- неможливість точного передбачення наслідків прийнятих рішень;
- неможливість експериментальної перевірки передбачуваного ходу і результатів рішення;
- наявність факторів, які не піддаються контролю з боку приймаючого рішення;
- наявність декількох можливих шляхів вирішення та необхідність вибору одного з них;
- неповнота вихідної інформації, на основі якої доводиться формувати проблему і приймати рішення.

Передумовами використання експертизи є:

- недостатність і недостовірність інформації про стан тих чи інших умов, в яких здійснюється створення і розвиток продукції;
- стохастичний (імовірнісний) характер об'єкта інформації;
- складність і новизна проблем.

Організація експертизи проводиться в декілька етапів:

1. Визначення цілей і завдань експертизи.
2. Вибір процедури проведення експертизи.
3. Відбір і формування групи експертів.
4. Організація самої процедури експертизи;
5. Обробка інформації.
6. Прийняття рішення за результатами експертизи.

Спочатку ставиться проблема – визначається передісторія, розглядаються доводи на користь її рішення, відбувається обговорення з усіма зацікавленими особами. Головне тут – розпізнати уявні проблеми. Тому при постановці проблеми необхідна гласність та обговорення.

Після того як проблема обґрунтована визначаються межі її існування, сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на проблему. Для цього виділяється центральне питання і розщеплюється на підпитання. При цьому намагаються обмежити поле тільки тими питаннями, без яких не можна отримати відповідь на центральне питання. Далі формулюються цілі та завдання реалізації обраної проблеми. Таким чином, вибираються головні події, фактори, центральні та другорядні питання.

Необхідно мати на увазі – з збільшенням деталізації – збільшується точність експертизи, але знижується узгодженість думок експертів.

Методи Дельфі характеризуються наступними рисами [4]:

- анонімність думок експертів;
- регульована обробка, зв'язок, яка здійснюється аналітичною групою за ряд турів опитування, причому результати кожного туру повідомляються експертам;
- група відповідей формується за допомогою статистичних методів і відображає узагальнену думку учасників експертизи.

Отже, метод Дельфі є найбільш формальним з усіх методів експертного прогнозування. Він найбільш часто використовується у технологічному прогнозуванні. Дані методу Дельфі використовуються у плануванні виробництва і збуту продукції. Це груповий метод при якому проводиться індивідуальне опитування групи експертів щодо їх припущень про майбутні події в різних областях, де очікуються нові відкриття або удосконалення.

Список використаних джерел:

1. Авдул П.В., Гойзман Е.І., Кутузов В.А. та ін Економіко-математичні методи і моделі для керівника. М.: Економіка 1998 р., 128 с.
2. Люба А., Пасека В., Стойко І. Перспективне планування і прогнозування / Матеріали П'ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка М.Г. «Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку» ТНТУ імені Івана Пулюя, (Тернопіль, 25 березня 2016 року).
3. Агафонов В.А. Аналіз стратегій та розробка комплексних програм. / Агафонов В.А. – М.: Наука, 1990. – 216 с.
4. Математичні методи в плануванні галузей і підприємств. / За ред. Попова І.Г. –

М. : Економіка, 1997., 240с.

5. Владимірова Л.П.: Прогнозування та планування в умовах ринку, Навчальний посібник (друге видання)/ Владимірова Л.П.– М. : 2001., 216 с.

6. Крымский С. Б., Пилипенко В. Е., Салюк Ю. В. Верификация социальных прогнозов [методологический аспект] / АН Украины. Ин-т социологии / Отв. ред. Ю. Н. Пахомов. – К.: Наук. думка, 1992. – 85 с.

УДК 658:65.014.1

*О.М. Васильченко, заступник директора по маркетингу,
СТОВ «Агрофірма «Маяк»*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МОЛОЧНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Останніми роками в молочному секторі переважає спадаючий тренд – як щодо поголів'я корів, так і виробництва молока, що може призвести до реального дефіциту молочної сировини в країні. Це результат світової молочної кризи та економічної кризи в Україні. Не дивлячись на загальну негативну картину галузі, на ринку успішно функціонують економічно стійкі молочні господарства. Ця група господарств, створених у період реформ, являють собою приватні сільськогосподарські підприємства, які показали кращі можливості й перспективи ефективного господарювання, стали локомотивом економічного зростання у пореформений період [1, С. 13]. Саме ці господарства в умовах Євроінтеграції забезпечуватимуть продовольчу безпеку держави, в тому числі щодо молочної продукції [2, С. 94]. Ефективність їх функціонування зумовлена запровадженій ефективній системі управління господарством, метою якої є прибуткове виробництво молока. Тому доцільно розглянути основні складові їх та коротко охарактеризувати кожен з них.

1. *Дієвий бізнес-план.* Оскільки керівник є ключовою особою у господарстві, він несе головну відповідальність за створення бізнес-плану, а також встановлює реалістичні цілі. Бізнес-план включає в себе всі виробничі підрозділи. Кожен спеціаліст повинен надавати всю необхідну інформацію по своєму сектору. Бізнес-план дозволяє планувати майбутні затрати та прибутки господарства та слідкувати за результатами його діяльності. При потребу керівник може покращувати бізнес-план. Контроль над затратами та прибутками господарства відводиться фінансовому відділу, який повинен створити план потоку готівки для уникнення раптових незапланованих витрат. Особливе значення бізнес-плану в тому, що він є необхідним при переговорах з банками для отримання кредиту з нижчою відсотковою ставкою. Частина бізнес-плану охоплює потребу в інвестиціях. При цьому доцільно залучати ті інвестиції, які підвищать прибутковість господарства.

2. *Кадровий потенціал.* Результативність діяльності підприємства залежить від його працівників, які повинні бути кваліфікованими спеціалістами та працювати над досягненням цілей. При цьому управлінці різних секторів господарства, усвідомлюючи свої виробничі цілі, повинні створити план їх досягнення та узгодити його з керівником господарства.

3. *Потреба в кормах.* Зоотехнік несе відповідальність за планування кормів необхідної якості та у відповідних пропорціях. Кормова база планується на рік вперед. В такому випадку корови отримуватимуть оптимальні раціони протягом

року. Важливо уникнути зменшення виробництва молока по причині раптової зміни раціону. Зоотехніку слід дотримуватися планування.

Виходячи із спланованих раціонів агроном визначає потребу в кормах. При цьому його задачею є забезпечити господарство необхідною кількістю високоякісних кормів з найменшими виробничими затратами.

4. *Розрахунок раціонів та організація годівлі корів.* Дійні корови, залежно від лактаційного періоду, повинні мати 5 різних раціонів. Додатково розробляються раціони для телиць та не лелів залежно від їх віку та процесу росту. Раціони розраховує зоотехнік, отримавши попередньо розрахунок кормів від агронома. Роздача кормів здійснюється відповідно розрахованих раціонів без їх порушення. Для цього доярки і скотарі отримують інструктаж щодо кількості кормів, яку повинна отримати кожна корова. Створюється робочий графік та графік годівлі. Перед кожною годівлею корми зважуються. Групування корів за лактаційним періодом спрощує процес точної роздачі кормів. Важливо звертати увагу на кількість кормів, яку споживає корова. Якщо вона не все з'їдає, то варто внести зміни в раціон. Вископродуктивній корові потрібно 130 л свіжої води в день. Навіть при збалансованих раціонах, виробничий потенціал корму не використовується на повну потужність, якщо корова не отримує необхідну кількість якісної води.

Всі вищеперераховані заходи здійснюються на фоні постійної модернізації галузі у господарстві, що передбачає заміну традиційних технологій на принципово нові технологічні процеси й комплексні технологічні системи [3, С. 49].

Отже, дотримання окреслених основних напрямів системи управління дозволить забезпечити ефективне функціонування молочного господарства, що в кінцевому рахунку сприятиме надходженню якісної продукції до споживача.

Список використаних джерел:

1. Гайдуцький П.І. Трансформація аграрного сектору економіки до ринкових умов господарювання / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2015. - №11. – С. 5-13.
2. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / за заг. ред. акад. НААН П.Т. Саблука. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 342 с.
3. Лаврук В.В. Модернізація тваринництва як умова продовольчого забезпечення населення України / В. В. Лаврук // Економіка АПК. – 2016. - №12. – С. 43-50.

УДК 338.436

*К.В. Крепко, магістрант,
Науковий керівник: Д.В. Дячков, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Підприємницькі структури аграрної сфери економіки в процесі своєї діяльності стають учасниками конкурентної боротьби за споживача, а можливість їх ефективного функціонування залежить від здатності комплексного використання конкурентних переваг. Ефективність функціонування аграрного сектора економіки в ринкових умовах значною мірою залежить від конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності і можливості адаптації до змін ринкової ситуації.

Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств має характерні

особливості пов'язані, з одного боку, зі специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності, з іншого, – зі значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників, що є наслідком, значної їх кількості та різноманітності. У загальному вигляді конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни і за її межами [1].

Найважливіше значення для досягнення високого рівня конкурентоспроможності мають:

- ефективна організація та висока культура виробництва;
- підприємницька ініціатива;
- рівноправний доступ до ресурсів;
- сприятлива цінова кон'юнктура;
- державна підтримка вітчизняного товаровиробника.

При цьому суттєвого значення набуває врахування регіональних особливостей функціонування сільськогосподарських підприємств та формування ринку продовольчої продукції. Саме конкурентоспроможність визначає місце та роль сільськогосподарського підприємства у територіальному поділі як в регіоні, так і в країні та навіть за її межами.

Обов'язковими структурними складовими підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств повинні стати механізми: державні, ринкові і внутрішньогосподарські (рис. 1).



Рис. 1. Механізми формування та підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств [2]

Механізм підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств повинні формуватися під дією ринкових відносин при державній підтримці сільськогосподарських товаровиробників і активній соціальній політиці держави. Основною складовою механізму регулювання є методи державного регулювання, під якими потрібно розуміти способи впливу держави через законодавчі, виконавчі органи на сферу підприємництва, інфраструктуру ринку, некомерційний сектор

економіки, з метою створення або забезпечення умов їх діяльності [1, с. 22].

Таким чином, для забезпечення стабільного розвитку сільськогосподарського підприємства та посилення його конкурентоспроможності основними пріоритетами мають бути:

розробка оптимальної програми виробництва основних видів продукції відповідно до вимог ринку і потреб споживачів з урахуванням внутрішніх можливостей використання наявного ресурсного потенціалу, що дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво земель та інших ресурсів;

поглиблення інтеграційних процесів і кооперування діяльності, що забезпечить високий рівень вирішення проблем маркетингової діяльності та матеріально-технічного й технологічного забезпечення виробництва;

розробка власної стратегії розвитку з урахуванням досвіду конкретного підприємства та особливостей його діяльності, реалізація якої забезпечить формування стійкої конкурентної позиції на ринку [3].

Список використаних джерел:

1. Государственное регулирование экономики / [Михасюк И., Мельник А., Крупка М., Залогов З.]. – К.: Атика, Эльга-Н, 2000. – 529 с.
2. Резанович А. Е. / Логика построения стратегии управления персоналом // А. Е. Резанович. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/53a/53a7b2d7df35ccc562841f87ada2953b.pdf>.
3. Хотинской Г. И. Стратегические финансы: от теории к практике : монография / под ред. Г. И. Хотинской, Л. И. Черниковой. – Москва : РУСАЙНС, 2017. – 274 с.

УДК 658.382

*А. Васількова, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: В.В. Боковець, д.е.н., професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЗАХВОРЮВАНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Стан професійної захворюваності та її динаміка в Україні протягом багатьох років в основному визначається хронічними формами, що

систематично реєструються у всіх регіонах і галузях народного господарства, у численних професіях, коли працюючі знаходяться під впливом більш ніж 100 різних шкідливих професійних факторів.

Метою даного дослідження є визначення основних чинників які сприяють професійним захворюванням.

Однією із складних соціально-економічних, медичних та гігієнічних проблем сьогодення в Україні є професійні захворювання, адже за даними Держкомстату України, кількість працюючих в основних галузях економіки становить 21,4 млн. осіб, з яких працівників підприємств, установ, організацій – 14,1 млн., тобто близько 30% населення України. За даними інституту праці Національної академії медичних наук України, захворюваність на професійні хвороби склала 13,3 на 100 тис. населення проти 30,1 на 100 тис. населення у країнах Європейського Союзу.

Професійне захворювання – це захворювання, виникнення якого пов'язане з

професійною діяльністю та зумовлене дією на організм виключно або переважно факторів виробництва, характерних для конкретної професії. Результатом дії несприятливих факторів виробничого середовища та трудового процесу є виникнення як професійної, так і виробничо зумовленої патології.

Питання охорони праці та здоров'я працівників є найважливішим аспектом політичної діяльності країн Євросоюзу та його стратегією, яка базується на необхідності постійної модернізації системи управління виробничими та професійними ризиками.

Найпоширенішими професійними чинниками, які впливають на організм робітників є:

- хімічні речовини, що широко використовуються для захисту рослин від шкідників та захворювань;
- вібрація та шум, пил рослинного й тваринного походження;
- перенапруження окремих органів і систем, що виникає у відповідь на тривале навантаження на одні і ті самі нервово-м'язові групи;
- біологічні чинники (мікроорганізми) – збудники заразних хвороб, що передаються від тварини людині.

В Україні узагальнення інформації щодо професійної патології проводиться за розробленим згідно з вимогами Рекомендації національним Переліком професійних захворювань, відповідно до якого всі професійні захворювання об'єднують в такі групи [1, с. 56]:

1. Захворювання, що виникають під впливом хімічних факторів.
2. Захворювання, викликані впливом промислових аерозолів.
3. Захворювання викликані дією фізичних факторів перевантаженням та перенапруженням окремих органів і систем.
4. Захворювання, викликані дією біологічних факторів.
5. Алергічні захворювання.
6. Злоякісні новоутворення (професійний рак).

За останні роки в промислово розвинених країнах відзначалось явне зменшення кількості серйозних травм - в останню чергу через реальний прогрес у справі створення більш безпечних умов праці. Відповідно до міжнародних актів з питань охорони праці національна політика повинна сприяти формуванню безпечного та здорового виробничого середовища. Для її проведення і використовується національна система охорони праці. Ця система повинна містити в собі такі механізми, як законодавчі та нормативно-правові акти, відповідальні органи, а також певні види діяльності: надання тристоронньої і технічної інформації та консультаційних послуг, навчання і професійна підготовка, робота служб охорони та гігієни праці [2, с. 19].

Рівень професійної захворюваності та травматизму безпосередньо залежить від умов праці. Наявність шкідливих і небезпечних факторів виробництва негативно впливає на стан здоров'я працівників, тривалість їх життя та продуктивність праці.

Для характеристики рівня професійної захворюваності використовують такі абсолютні показники:

- чисельність осіб із професійним захворюванням, встановленим уперше;
- поширеність професійної патології серед населення;
- кількість випадків професійних захворювань серед осіб працездатного віку [3, с. 6].

Таким чином, в Україні спостерігається досить нестабільний стан професійної

захворюваності. Показник захворювань залишається високим внаслідок формування несприятливих умов праці, у різних галузях економіки залишаються недосконалі технології, використовується застаріле обладнання, машини та механізми перебувають у несправності, неефективно використовуються засоби захисту, порушуються правила охорони праці, режими праці і відпочинку.

Список використаних джерел:

1. Нагорна А. М. професійна захворюваність: економіко статистичний аспект / А. М. Нагорна, І. О. Колодязна // Статистика України. – 2016. - №3. – С. 55-59.
2. Горюн Т. Безпека праці як складова розвитку підприємства України / Т. Горюн, Ю. Кугдева// Управління охороною праці. – 2014. – №2. – С. 16-19.
3. Коновалова І. Г. Професійна захворюваність серед працівників підприємств / І. Коновалова, Ю. Кундієв // Український журнал з проблем медицини праці. – 2013. - №1. – С. 5-9.

УДК 316.74

*В.І. Воронюк, здобувач вищої освіти,
Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова*

СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧІ ПОСЛУГИ В ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРІ ДІЯЛЬНОСТІ

Попит на спортивно-оздоровчі послуги стрімко зростає в зв'язку з популяризацією здорового способу життя, таку тенденцію можна спостерігати вплині останніх п'яти років. Серед підприємств готельного господарства боротьба за клієнта не припиняється і здорова конкуренція створює все більшу різноманітність послуг до яких відносяться і спортивно-оздоровчих послуги, які роблять відпочинок корисним і цікавим. Повністю обладнані спортивні зали та кваліфіковані тренери стаються невід'ємною частиною готельного господарства.

Одним з основних напрямків конкурентних переваг в готельному бізнесі є надання послуг більш високої якості з конкуруючими аналогами. З проведеного аналізу специфіки спортивно-оздоровчих послуг найбільшим попитом користується аеробіка, фітнес, шейпінг. Фізична культура і спорт стають все більш доступні і привабливі громадянам України в следстві чого збільшується попит на спортивно-оздоровчі послуги які надаються готелями різних категорій. Поняття послуга являє собою – діяльність, результат якої споживається в процесі їх надання. Вона становляться собою діяльність індивіда на користь Іншої особи. «Цілеспрямована діяльність, результати якої мають прояв у корисності ефекті». Розібравшись з поняттям послуга, яка була проаналізувати раніше можна стверджувати, що поняття спортивно-оздоровчої послуги включає в себе: задоволення специфічних потреб клієнта, оздоровлення та фізичний розвиток, ставлення до послуг фізичної культури і спорту.

Спортивно-оздоровчі послуги є частиною пропонуємого продукту, вони входять в пакет основні послуги, або є частиною додаткових послуг. Як приклад широкого спектру послуг, спортивно-оздоровчих послуг можна навести такий перелік надається послуг: сауна, баня, басейн, більярд, масажний кабінет, солярій, Косметологічний кабінет, Фітнес центр, верхова їзда, настільний теніс і тд.

Основними завданнями спортивно-оздоровчих послуг є поліпшення фізичного і

морального стану гостей, розширення спектра послуг, що надаються, збільшення популярності готелю і підвищення якості послуг, що надаються. Незважаючи на те, що Україна завжди мала велику кількість спортсменів вищої майстерності та досягнень спортивною державою її назвати буде дуже не просто, але ринок спортивно-оздоровчих послуг в нашій країні неухильно зростає. Розширення міжнародних зв'язків та розвиток ринку гостьових послуг в світовому співтоваристві розставляє нові акценти і пріоритети в готельному бізнесі і затребуваності послуг, що надаються.

Спортивно-оздоровчих послуг стрімко набирає популярність не тільки в Україні і країнах СНД, а й в усьому світі. Спортивно-оздоровчі послуги стають одними з важливих критеріїв при виборі готелю, що безсумнівно тягне за собою зростання кількості і якості послуг, що надаються. Соціальна значимість спортивно-оздоровчих послуг безсумнівно відіграє важливу роль в перешкод негативних факторів впливу алкоголю і куріння, а також деградації населення України з точки зору здоров'я і тривалості життя.

Спортивно-оздоровчі послуги як соціальний фактор безсумнівно веде до розвитку Української держави в бік необхідних в даний момент цінностей, таких як підтримка здорового способу життя, повноцінного фізичного і духовного розвитку.

Спортивно-оздоровчі послуги як соціальний фактор є поштовхом до зростання тривалості життя і працездатності населення. Виходячи з цього можна зробити висновок, що спортивно-оздоровчі послуги мають не тільки економічне обґрунтованість с точки зору зростання прибутку, але й велику соціальну значимість. Якщо розглянути спортивно-оздоровчі послуги з економічної точки зору то, як нам відомо із законів економіки попит народжує пропозицію, яке в свою чергу представники готельної сфери бізнесу намагаються зробити максимально конкурентоспроможним. Здорова конкуренція в готельній сфері бізнесу та зростання популяризації здорового способу життя є основними факторами зростання спортивно-оздоровчих послуг.

Тому з якої сторони не підійти до питання спортивно-оздоровчих послуг вони без сумнівів є корисними як для готельного бізнесу з позиції його керуючого, так і для населення України в цілому.

Список використаних джерел:

1. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. - К.: Фірма "ІНКОС", Центр навчальної літератури, 2007. - 382 с.
2. Борисова Ю.Н. и др. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. - М.: РИБ "Турист", 1997.
3. Бородин В.В, ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент. , 2001. – 165с.
4. Гостиничный и туристический бизнес / Под ред. А.Д. Чудновского. - М.: ЭКМОС, 1999. - 352 с.
5. Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. - Минск: Новое знание, 2003. - 368 с.

ОХОРОНА ПРАЦІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Туризм у період сьогодення вважається найбільш ефективною та перспективною галуззю економіки багатьох країн світу у тому числі і України. Він сприяє диверсифікації економіки, заохочує приплив інвестицій, пришвидшує розвиток експортного потенціалу, залучення до міжнародної діяльності суміжних галузей економіки. Крім того сфера туристичного бізнесу відіграє вагомий роль у створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, зростанні доходів населення і підвищенні добробуту нації [2, с. 464]. Вплив туризму на економічний розвиток проявляється й у підвищенні ділової активності, збільшенні обсягів виробництва та реалізації товарів і послуг завдяки зростанню платоспроможного попиту.

За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, прямий внесок туризму у ВВП 2015 р. становив 28,4 млрд грн (1,9% ВВП). У 2016 р. цей показник дорівнював 28,1 млрд грн, тобто зменшився на 1%. За прогнозами Всесвітньої ради з подорожей і туризму, до 2025 р. прямий внесок туризму у ВВП зросте на 4,1% річних, до 42,0 млрд грн (1,8% ВВП). Ці показники свідчать про те, що туризм відіграє неабияку роль в економічному житті країн [7].

У зв'язку з цим актуальним залишається питання гарантування безпеки не тільки для відпочиваючих, але й для робочого персоналу в туристичній сфері, індустрії гостинності та суміжних із цими галузями сфер діяльності (торгівля, пасажирське перевезення тощо).

Безпека туристичного бізнесу цікавить і до сьогоднішнього часу велику кількість науковців, у зв'язку з тим що ця галузь не лише вважається прибутковою але й не менше цікавою. Серед науковців, які оприлюднили свої праці за тематикою, що безпосередньо стосується питань безпеки життєдіяльності в туризмі та зокрема у готельному господарстві, доцільно назвати П. С. Атаманчук, В. Г. Банька, О. В. Іванову, Т. В. Капліну, Ю. О. Карягіна, В. М. Козинця, М. П. Мальську, В. В. Мендерецького, Г. Б. Муніна, О. П. Панчук, С. І. Роглева, О. Г. Чорну та багато інших.

Науковці визначають, що безпека життєдіяльності в сфері туристичного бізнесу – галузь наукових знань певної сфери про попередження, захист та організацію ліквідації наслідків великих соціальних, природних, технологічних катастроф, конфліктних ситуацій, ризиків і забезпечення прав націй, особистості на життя [1, с. 276].

В нашій державі діє Закон України «Про туризм», що передбачає систему забезпечення безпеки туристів та порядок продажу туристичних послуг, враховуючи розгляд будь-яких ризиків, що можуть спричинити несприятливі наслідки і завдати шкоди здоров'ю туриста та його майну. Спираючись на закон України безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стани забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб і держави в галузі туризму [6, с. 752].

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів

відповідно до законодавства та міжнародних договорів України. Проте в нашій країні, не завжди всі дотримуються законів, та діють згідно правил. У сфері туристичного бізнесу часто виникають непередбачувані ситуації, які породжують небезпеку для життя населення [3, с. 224].

Надання необхідної допомоги туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації в межах території України, здійснюють спеціалізовані державні, комунальні та приватні служби, а також рятувальні команди, що утворюються відповідно до законодавства. Організацію рятувальних команд і порядок здійснення рятувальних заходів визначає Кабінет Міністрів України.

Для ефективної організації безпеки життєдіяльності в туристичній галузі, в індустрії гостинності, зокрема на підприємствах готельного господарства, необхідно розробляти системні та комплексні заходи як превентивного (попереджувального) характеру, так і за умов загрозованих наслідків від факту порушення правил безпеки або надзвичайних ситуацій з урахуванням будь-яких видів загроз (природного, екологічного, техногенного або іншого характеру), враховуючи важливість людського чинника.

Список використаних джерел:

1. Атаманчук П.С. Безпека життєдіяльності: навч. посіб. / П.С. Атаманчук, В.В.Мендерецький, О.П. Панчук, О.Г. Чорна. – К.: ЦУЛ, 2011. – С. 276.
2. Гринів Л.С. Національна економіка : навч. посіб. / Л.С. Гринів, М.В. Кічурчак. – Львів : Магнолія-2006, 2012. – С. 464.
3. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової л-ри, 2015. – С. 224.
4. Козинець В.М. Безпека життєдіяльності у сфері туризму: навч. посіб. / В.М. Козинець. – К.: Кондор, 2016. – С. 576.
5. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус. – К. : ЦУЛ, 2014. – С. 544.
6. Філіпчук Г.Г. Словник термінів з питань екології та безпеки життя і діяльності: навч. посіб. / Г.Г. Філіпчук. – Чернівці: Зелена Буковина, 2009. – С. 752.
7. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]: [веб-сайт]. – Режим доступу: <http://www.urkstat.gov.ua>

УДК 338.32 : 65.012.32

*А.О. Гарькун, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Шовкун Л.В., к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РОБОЧИХ МІСЦЬ

Перехід до ринкової економіки, докорінні зміни виробничих відносин, інтеграція народного господарства країни до світової економіки зумовлюють необхідність перебудови методологічних та організаційних принципів постановки обліку та системи показників в Україні. Операційний менеджмент займається розробкою організаційних систем, що забезпечують максимально ефективне використання основних ресурсів виробничого процесу з досягненням основних цілей та з метою отримання максимального ефекту[1].

Зміни в економіці вимагають удосконалення обліку робочих місць, у першу чергу

в напрямку забезпечення повної та достовірної інформації про їх кількість.

Визначення та облік робочих місць є складовими частинами комплексу робіт з організації інформаційної бази з метою створення банку робочих місць, формування ринку вільних робочих місць, здійснення державної політики соціального захисту від безробіття.

Робоче місце – це зона трудової діяльності робітника, або групи робітників, оснащена всім необхідним для успішного здійснення роботи. Водночас це первинна ланка виробничої структури підприємства, яка може функціонувати відносно самостійно [2].

Робоче місце має робочу, основну і допоміжну зони. В основній зоні, яка обмежена досяжністю рук людини в горизонтальній і вертикальній площинах, розміщуються засоби праці, що постійно використовуються в роботі. У допоміжній зоні розміщуються предмети, котрі застосовуються рідко.

Робоче місце є основною первиною ланкою виробництва. Стан робочих місць, їх організація безпосередньо визначають рівень організації праці на підприємстві. Під організацією робочого місця розуміють його спеціалізацію, планування, оснащення й обслуговування. Під оснащенням робочого місця розуміють забезпечення його усіма необхідними засобами, за допомогою яких можливо створити працівникові умови для ефективного виконання професійних обов'язків. Типовими видами оснащення є: основне технологічне обладнання, допоміжне обладнання, технологічне та організаційне оснащення. Основні принципи обслуговування робочих місць: системність, комплексність, плановість, попереджувальність, своєчасність, надійність, оперативність, економічність. Функції обслуговування – це вид діяльності визначеної групи обслуговуючих робітників, які відокремлені за ознакою технологічної однаковості робіт, що виконуються: налагодочна, контрольна, інструментальна, ремонтна, транспортна, складська тощо. Обслуговування робочих місць може здійснюватися однією з трьох форм: чергова, планово-попереджувальна, стандартна [5, с 26].

Робочі місця в галузях економіки класифікуються за такими основними ознаками:

1. За належністю:

1) власні робочі місця підприємства – ті, в яких відповідні їм основні фонди знаходяться на балансі цього ж підприємства;

2) орендовані даним підприємством робочі місця – ті, в яких відповідні їм основні фонди знаходяться на балансі інших підприємств і які мають укомплектовуватися робітниками даного підприємства;

3) орендовані у даного підприємства робочі місця – ті, в яких відповідні їм основні фонди знаходяться на балансі цього підприємства і які укомплектовані робітниками інших підприємств;

4) робочі місця надомників – робоче місце таких працівників співпадає територіально з місцем їх мешкання.

2. За укомплектованістю:

1) діючі робочі місця – забезпечені сировиною та матеріалами, на яких робітники виконують передбачені виробничим завданням роботи, послуги або встановлені функції;

2) вакантні робочі місця – забезпечені сировиною і матеріалами, на яких передбачено виконання встановлених робіт, але які не використовуються через неуккомплектованість робітниками;

3) резервні робочі місця – наявність яких передбачена нормативами і обумовлена

особливостями окремих галузей та виробництв: сезонною потребою виконання окремих видів робіт, нерівномірністю знаходження сировини, наявністю пікових навантажень, зміною номенклатури, асортименту продукції та інше;

4) зайві робочі місця – на яких не передбачені обсяги робіт, які не є необхідними підприємству чи організації для нормального функціонування і можуть бути без збитку для підприємства ліквідовані.

3. За ступенем механізації: автоматизовані, механізовані, ручної праці.

Також за ступенем механізації робочі місця класифікуються відповідно до професії робітника, яка необхідна на даному робочому місці:

1) робітники, які працюють на автоматах, автоматизованих агрегатах, установках та апаратах;

2) робітники, які виконують роботу механізованим способом за допомогою машин, верстатів, механізмів;

3) робітники ручної праці не при машинах і механізмах;

4) робітники ручної праці по налагодженню та ремонту машин і механізмів.

4. За строком дії: постійні; сезонні; тимчасові [4].

В іншій методичній літературі, та, подекуди, і на практиці, можуть використовуватися й інші критерії класифікації робочих місць (їх організації). Зокрема, вони можуть розподілятися на:

1) прості – якщо на ньому один працівник обслуговує один агрегат;

2) багатOVERстатні – організовується, коли один працівник обслуговує одночасно декілька агрегатів. Наприклад, такий тип робочих місць поширений в текстильній промисловості й машинобудуванні;

3) колективні – коли один агрегат обслуговується декількома працівниками;

4) стаціонарні – такі, що є «нерухомими», тобто розташовуються на закріпленій виробничій площі і оснащуються стаціонарними засобами праці: машинами, механізмами, інструментом. У цьому випадку предмети праці подаються безпосередньо до робочого місця і забираються після їх обробки;

5) рухомі (мобільні) – не мають закріплених за ними виробничих площ і вони самі просуваються до місця розташування предметів праці. Багато робочих місць пересуваються спільно з предметами праці – автомобілі, потяги та інші транспортні засоби;

6) просторові – не пов'язані з певною галуззю економіки, видами продукції або засобами праці. Це, наприклад, геологорозвідка, прибирання приміщень, випас худоби тощо. При виконанні своїх обов'язків працівник має не фіксоване робоче місце, а обкреслений простір.

7) вільні – можуть знаходитися у будь-якій точці території підприємства, яку використовує працівник [3].

Крім того, можна класифікувати робочі місця і за часом знаходження працівника на них: постійні та непостійні.

Також останнім часом значного розповсюдження набувають так звані «віртуальні (віддалені) робочі місця», які забезпечують можливість відповідним працівникам (які застосовують у своїй роботі комп'ютер і відповідні програмні засоби) працювати у будь-який час доби з будь-якого місця планети. Таке робоче місце для підприємства є повноцінною альтернативою придбання й налаштуванню комп'ютерної техніки, програмного забезпечення, характеризується гарантованою продуктивністю відповідного устаткування, і дозволяє підприємству заощадити значну кількість часових та фінансових ресурсів, а також забезпечити високу

ефективність його бізнес-процесів [6].

Високий організаційний ефект від колективної діяльності можуть забезпечити: узгодження цілей і засобів діяльності учасників, синхронізація їхніх зусиль, правильний підбір і розстановка кадрів, диспетчеризація і комп'ютеризація виробництва, підвищення кваліфікації працівників з питань раціональної організації праці тощо [7].

Модернізація системи економічних відносин у країні відповідно до умов сучасної економіки – це, по-суті, перехід до нової культури господарювання, який вимагає підвищення кваліфікації кадрів та збільшення долі вартості трудових ресурсів у структурі ресурсного потенціалу [8].

Список використаних джерел:

1. Фесенко А.С. Критерії удосконалення операційного менеджменту в сільськогосподарському підприємстві / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практична конференція «Економічні, екологічні та соціальні проблеми розвитку аграрної сфери в умовах глобалізації. – Х.: ХНАУ : 4 – 5 листопада 2015 р. С. 145-147.
2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підручник / В.Г. Андрійчук. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К.: КНЕУ, 2002. – 624 с.
3. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент : навч. посіб. / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2005. – 228 с.
4. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально – трудові відносини: Підручник / О.А. Грішнова – К.: Знання, 2004. – 535 с.
5. Ткачова С. С. Операційний менеджмент: навч. посіб. / С.С. Ткачова, Т.П. Іванова; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – Харків: ХДУХТ, 2009. – 238 с.
6. Завіновська Г. Т. Економіка праці: Навч. Посібник / Г.Т. Завіновська – К.: КНЕУ, 2000. – 200 с.
7. Шовкун Л. В. Особливості організації праці апарату управління сільськогосподарських підприємств / Л. В. Шовкун, О. М. Савельєва // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 211-220. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnauekon_2014_4_30.
8. Шовкун Л.В. Вплив системи управління на ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / Л.В. Шовкун // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 2, 2017 р. С. 139-148.

УДК 65.012

*Д.В. Ішакова, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Л.В. Шовкун, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ТА КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Роль і значення якості продукції постійно зростає під впливом потреб споживачів та технології виробництва, які постійно змінюються. У сучасних умовах глобалізації серед безлічі проблем, пов'язаних із нормальним розвитком підприємства та організації, головною і вирішальною є проблема якості сировини, матеріалів, товарів та послуг. На етапі стрімкого розвитку суспільства в найкращому становищі

опиняться ті підприємства, що зможуть забезпечити не тільки найвищу продуктивність праці, а й високу якість, новизну та конкурентоспроможність продукції.

Відомо, що порушення вимог до якості продукції, що випускається, призводить до збільшення витрат виробництва та споживання, але вся продукція, що виготовляється, підлягає контролю якості. Контроль якості продукції передбачає вимір кількісних, якісних характеристик властивостей продукції [4].

Мета контролю якості полягає у своєчасному запобіганні можливому порушенню вимог до якості та забезпеченні заданого рівня якості продукції за мінімальних витрат на її виробництво.

Завданнями контролю якості є: встановлення відповідності продукції та процесів вимогам нормативно-технічної документації, зразкам-еталонам; інформація про перебіг виробничого процесу та підтримання його стабільності; захист підприємства від постачань недоброякісних матеріалів, енергоносіїв та ін.; виявлення дефектної продукції на можливо ранніх етапах; запобігання випуску недоброякісної продукції [1].

Компонентами зовнішнього середовища системи контролю якості продукції на рівні підприємства є результати маркетингових досліджень, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, сировина, матеріали, комплектуючі вироби, параметри організаційно-технічного рівня виробництва та системи менеджменту.

Показники якості продукту формуються в нормативах на стадії маркетингу, уточнюються в конструкторській документації на стадії науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, матеріалізуються на стадії виробництва, використовуються (реалізуються) на стадії експлуатації.

Матеріалізація показників якості фіксується технічним контролем, який є елементом системи управління якістю на підприємстві. Він як складова виробничого процесу об'єднує в комплекс взаємопов'язані контрольні операції, що передбачені технологічним процесом. Контрольні операції проектуються та нормуються в процесі розроблення технологічного процесу та заносяться до технологічної карти. Для складних контрольних операцій створюються карти контролю.

Технічний контроль являє собою перевірку відповідності продукції або процесу, всіх виробничих умов та чинників, від яких залежить якість продукції, установленим техніко-технологічним вимогам до якості продукції на всіх стадіях її виготовлення.

Мета технічного контролю якості на підприємстві полягає в забезпеченні випуску високоякісної і комплектної продукції згідно з чинними стандартами і технічними умовами. Вимоги до організації технічного контролю якості: профілактичність – запобігання браку; точність і об'єктивність; економічність; участь усіх працюючих у контрольних функціях.

Об'єктами технічного контролю є всі складові процесу виробництва: предмети праці, засоби праці, технологічні процеси, праця виконавців, умови праці. До предметів праці, якість яких контролюється, належать сировина і матеріали, паливо, енергія, напівфабрикати, деталі, складальні одиниці (вузли), готова продукція, конструкторська та технологічна документація. Засоби праці, що підлягають контролю, – це устаткування, технологічне оснащення, інструмент, виробничі системи, контрольна апаратура, прилади та пристрої [3].

Зараз все більшою мірою спостерігається перехід до застосування наукових методів оцінювання якості продукції, до масової механізації і автоматизації контролю якості за допомогою комп'ютерів. До них відносяться, насамперед, методи

контролю, що не руйнують продукції: використання ізотопів, рентгеноскопії, гамма-променів, ультразвуку, лазерних установок, барвних речовин і т. п. Окремі фірми витрачають на такі цілі до 12 % усього обсягу виробничих затрат [2].

Контроль технологічних процесів передбачає перевірку відповідності їх здійснення технологічним картам, а також охоплює процеси створення конструкторської, технологічної та іншої документації. Контроль праці виконавців полягає в перевірці й оцінюванні якості результатів праці конструкторів, технологів, операторів, робітників. Контроль умов праці перевіряє дотримання психофізіологічних та гігієнічних норм, параметрів техніки безпеки, режимів праці і відпочинку, організації і обслуговування робочого місця та ін.

На підприємствах залежно від організаційно-технологічних умов виробництва продукції (послуг) розробляється і функціонує система технічного контролю якості. Більшість контрольних операцій виконується безпосередньо робітниками на робочих місцях під час здійснення виробничих операцій. Такі контрольні операції є допоміжними до основних технологічних операцій. З метою забезпечення виготовлення продукції відповідно до вимог конструкторсько-технологічної документації та запобігання втратам і збільшенню витрат у процесі виробництва окремі контрольні операції покладаються на наладчиків, бригадирів, майстрів та спеціальний персонал – робітників відділу (бюро) технічного контролю якості підприємства [5].

До основних функцій відділу технічного контролю належать: контроль сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива, що надходять на підприємство зі сторони; контроль стану устаткування та технологічного оснащення; контроль виконання технологічного процесу на всіх стадіях виготовлення продукції; контроль якості готової продукції; запобігання, виявлення і облік браку; установлення причин браку, розроблення заходів з його усунення та поліпшення якості продукції. Структура відділу технічного контролю може складатися з бюро, груп або виконавців (залежно від розмірів підприємства), які виконують відповідні функції: технічного прийняття матеріалів, напівфабрикатів, готових виробів та комплектуючих, що надходять від постачальників; цехового контролю; контролю знарядь праці; випробування та здавання готової продукції; обліку та аналізу браку [3].

Сьогодні в Україні споживач задовольняється лише тим, до чого він має доступ. Вимоги щодо якості різко знижені. «Природний» регулятор і критерій оцінки якості – попит і пріоритет покупців – припиняють «працювати», впливати на виробництво, маючи на меті підтримання мінімально потрібної якості для реалізації продукції. Якість потребує значних зусиль і витрат щодо своєчасного оновлення технічної бази виробництва та його об'єктів. Але якщо продукція, виготовлена як-небудь, все ж таки розкуповується, у виробника зникає стимул робити, «зайві» зусилля.

В умовах конкурентного ринку діяльність будь-якої господарської одиниці обов'язково підлягає подвійному контролю. Зовнішній контроль проводиться конкурентами, але не безпосередньо, а через якісні результати ринкової діяльності. Об'єктивну оцінку цієї діяльності дають врешті-решт покупці (споживачі). Такого роду контроль коштує суспільству мінімальних витрат, він не тільки створює умови для забезпечення покупця товарами необхідної якості, а й сприяє виконанню цього у визначений строк. Це важлива динамічна сила, яка постійно підштовхує виробника до скорочення витрат виробництва та зниження цін, розширення виробництва та збуту. Конкуренція – найефективніший і найдешевший метод економічного контролю, який не має собі рівних в боротьбі за покупця та в покращенні якості

продукції [2]. Перспективним варіантом для окремих сільськогосподарських підприємств, пропонується спеціалізація на товарах, що не мають аналогів на певному географічному сегменті ринку, до них можна віднести органічне землеробство, утримання малопоширених видів худоби. За таких умов вони зможуть зайняти свою гідну «нішу» на аграрному ринку та закріпитися на цьому [6].

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2015. – 783 с.
2. Пономарьова М.С. Особливості становлення аграрних перетворень та ринкових зрушень / М.С. Пономарьова, Загорська Ю.В., Чернега І.І. // Бізнес-навігатор: науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (35). – С. 6–12. 218 с.
3. Васильков В. Г. Організація виробництва: навч. посібник / Васильков В. Г. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
5. Продовольча безпека і місце України на світовому ринку продовольства : матеріали міжнар. наук.-практ. Конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Екологізація сталого розвитку і ноосферна перспектива інформаційного суспільства», 2-4 жовтня 2013 р. – Харків : ХНАУ, 2013.
6. Шовкун Л. В. Вплив системи управління на ефективність використання ресурсного потенціалу с/г підприємств // Л. В. Шовкун / Вісник ХНАУ. Серія: «Економічні науки». – Х.: ХНАУ, 2017. – №2. – С. 139 – 148.

УДК 351.711

*К.А. Ліпковська, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: В.В. Боковець, д.е.н., професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОХОРОНА ПРАЦІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У період сьогодення практично третя частина населення нашої планети не може уявити свого життя без подорожей. Туризм без сумніву, у сучасному світі, посідає третє місце за обсягами доходів з-поміж провідних галузей світової економіки. Галузь туризму вважається невід'ємною складовою економіки більшості країн, у тому числі й України. На її частку припадає до 10 % світового валового національного продукту, 11 % світових споживчих витрат. Кількість туристських поїздок в усьому світі налічує до 600 млн, і за прогнозами Всесвітньої туристської організації (ВТО) може досягнути 937 млн.[5]

Туристичні послуги базуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує значення у розвитку вітчизняної готельної індустрії, а також висуває значні вимоги до забезпечення безпеки як працівників, так і відпочивальників, в готельно-ресторанному комплексі.

На сьогоднішній день на перше та головне місце посідає проблема охорони праці та безпеки життєдіяльності, а саме питання стану умов праці. Від умов праці, зокрема від того, наскільки санітарно-гігієнічний стан виробничого середовища приміщення відповідає її фізіологічним потребам, значною мірою залежить здоров'я і працездатність людини, її ставлення до роботи і сам результат праці [4, с.608].

Питання забезпечення безпеки у готельно-ресторанному комплексі цікавило багатьох науковців у різних сферах діяльності. Розгляд таких актуальних завдань, як значення держави у правовому забезпеченні функціонування об'єктів готельно-ресторанного комплексу, питання профілактики травматизму, проблем виробничої санітарії і пожежної безпеки до влаштування і утримання територій, приміщень, будівель і споруд, систем водопостачання, каналізації, освітлення, електробезпеки тощо представлені у наукових публікаціях Ю. О. Карягіна, В. А. Квартальнова, Х. Й. Роглева, А. Д. Романова, Л. І. Нечаюка, В. М. Козинець, В. Г. Банько та багато інших.

Готельно-ресторанний бізнес вважається комплексом місць відпочинку та великого скупчення людей у цих. Керівництво готельного комплексу завжди має брати на себе обов'язок не лише забезпечити затишне проживання і гарантії доброго відпочинку, але і гарантію безпеки людей, що проживають та працюють у ньому, їхнього життя, здоров'я, майна тощо. Це є причиною необхідності ретельного контролю у сфері безпеки відповідних закладів. Сучасні готельно-ресторанні комплекси забезпечені великою кількістю різноманітного оснащення та майна. У даних приміщеннях працює велика кількість обслуговуючого персоналу, відбувається постійна зміна проживаючих [2, с. 576]. Саме тому питанням охорони праці та техніки безпеки в готельно-ресторанних комплексах необхідно приділяти велику увагу.

Здійснення охорони праці в готельно-ресторанних комплексах регулюється відповідно до Законів України "Про охорону праці", "Про пожежну безпеку", "Про споживчу кооперацію", "Про туризм", "Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення" та чинних положень про службу охорони праці і службу пожежної безпеки.

Керівництво яке здійснює контроль за роботою з охорони та безпеки праці в готелях та ресторанах виконує директор (роботодавець). Керівництво несе як моральну та юридичну відповідальність щодо охорони праці для роботодавців, окрім того важливим є рентабельність підприємства, одержання максимального прибутку, зменшення витрат на пільги та компенсації за роботу в шкідливих умовах, штрафні санкції, зменшення розміру страхових тарифів. Ці причини спонукають власника активізувати роботу з охорони праці на підприємстві [3, с. 132].

Основними важелями працезахоронної політики підприємств є: економічні методи (штрафи, пільги та компенсації, відшкодування, страхові тарифи), соціально-психологічні заходи (навчання, інструктажі, стажування, підвищення кваліфікації), правова відповідальність (матеріальна, дисциплінарна, адміністративна, кримінальна). Система управління охороною праці (СУОП) – це сукупність органів управління підприємством, які на підставі комплексу нормативної документації проводять цілеспрямовану, планомірну діяльність щодо здійснення завдань і функцій управління з метою забезпечення здорових, безпечних і високопродуктивних умов праці [1, с. 367]. Очевидно, що людина працює краще, коли робота їй подобається і вона досягає поставленої мети. Оптимальні умови праці, уважне ставлення до підлеглих і взаємодопомога сприяють підвищенню ефективності праці і зниженню витрат. При цьому необхідно розуміти, що людина її життя та здоров'я є найвищою цінністю підприємства. На першому місці повинен стояти пріоритет життя та здоров'я працівника перед будь-якими результатами праці.

Список використаних джерел:

1. Гогіташвілі Г.Г. Управління охороною праці та ризиком за міжнародними стандартами : навч. посібн. / Г.Г. Гогіташвілі, Є.Т. Карчевські, В.М. Лапін. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – С. 367.
2. Козинець В.М. Безпека життєдіяльності у сфері туризму : навч. посібн. / В.М. Козинець. – К. : Вид-во "Кондор", 2006. – С. 576.
3. Ключков А. КРІ и мотивация персонала : полный сборник практических инструментов, 2010. – С. 132.
4. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г.І. Михаліченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – С. 608.
5. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://ukrstat.gov.ua>. – Офіційний сайт.

УДК 338.32 : 65.012

*О.Є. Постнікова, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Л.В. Шовкун, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ПРОЕКТУВАННЯ РОБІТ І НОРМУВАННЯ ПРАЦІ

Для забезпечення високої ефективності виробництва, що є основою конкурентоздатності підприємництва в ринкових умовах, вкрай важливо оптимізувати витрачання всіх видів задіяних ресурсів: живої та уречевленої праці (сировини, матеріалів, енергії, обладнання тощо). Першим кроком на шляху до оптимізації витрачання ресурсів є проектування робіт та нормування праці, тобто науково обгрунтоване визначення кількості ресурсів, об'єктивно необхідних для ефективного підприємництва за наявного рівня розвитку продуктивних сил. Сільське господарство має великий економічний потенціал, насамперед значний обсяг діючих фондів. Тому поліпшення використання їх є одним з найважливіших завдань, розв'язання якого сприяє підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва [1].

Поняття "робота" включає в себе змістовну і організаційну сторону виконання індивідом, групою або організацією в цілому тієї чи іншої діяльності. Змістовна сторона відповідає на питання, що слід робити, а організаційна дає відповідь на питання: як робити і кому слід (права і відповідальність) робити. Виділення і опис тієї чи іншої ділянки роботи називається проектуванням роботи [2].

На кожному підприємстві норми праці використовуються у процесі здійснення планово-організаційних розрахунків, внутрішньозаводського й цехового оперативного планування. За допомогою норм складаються бізнес-плани підприємств, плануються обсяги виробництва цехів і дільниць, розраховується завантаження устаткування й робочих місць [3].

Важливими параметрами роботи є масштаб і складність роботи. Масштаб роботи пов'язаний з змістовною стороною роботи і являє собою кількість завдань або операцій, яку повинен виконати відповідальний за цю роботу працівник. Складність роботи носить переважно якісний характер і відображає ступінь самостійності у прийнятті рішень і ступінь володіння процесом. Дані параметри роблять одну роботу відмінною від іншої в рамках однієї і тієї ж або різних організацій. Під відносинами

по роботі при її проектуванні розуміється встановлення міжособистісних зв'язків між виконавцем роботи та іншими працівниками як з приводу самої роботи, так і у зв'язку з іншими видами робіт в організації [2].

Виділяють такі моделі проектування роботи:

Модель "побудова роботи" включає в себе визначення на основі тейлоровської системи вивчення рухів і часу наступних елементів проектованої роботи: передбачувані для виконання операції; використовувані методи, час і місце роботи; показники виконання роботи і взаємовідношення між людиною і машиною. Таким чином, в основу побудови роботи закладено спеціалізація і ефективність виконання роботи.

Модель "розширення масштабу роботи" виходить з того, що розширюється кількість операцій або завдань, що виконуються працівником.

"Ротація роботи" полягає в переміщенні працівника з однієї роботи на іншу і відповідно надання йому можливості виконувати більш різноманітні функції.

"Збагачення роботи" означає додавання до виконуваної індивідом роботи функцій або завдань, що дозволяють підвищити відповідальність виконавця за планування, організацію, контроль і оцінку своєї власної роботи.

Модель "соціотехнічної системи", підкреслюючи важливість ролі технології в проектуванні і перепроєктуванні роботи, на відміну від моделі збагачення характеристик роботи, концентрує увагу на груповій роботі (звідси її приставка - "соціо") [6].

Вибір моделі проектування роботи є досить складним. Керівники, яких більше хвилює виробництво і його ефективність, концентруються на моделях побудови роботи, розширення масштабу роботи і ротації роботи. Ті керівники, для яких важливо поліпшити і якість життя на роботі, і організаційну ефективність, воліють моделі збагачення роботи і соціотехнічну модель.

Також, головним чинником на шляху до оптимізації витрачання ресурсів є нормування праці. Згідно з КЗпП «Про працю» норми праці – це норми виробітку, часу, обслуговування, чисельності – встановлюються для працівників відповідно до досягнутого рівня техніки, технології, організації виробництва і праці [4].

Зміст роботи з нормування праці на підприємстві включає: аналіз виробничого процесу; поділ його на частини; вибір оптимального варіанта технології й організації праці; проектування режимів роботи обладнання, прийомів і методів роботи, систем обслуговування робочих місць, режимів праці і відпочинку; розрахунок норм згідно з особливостями технологічного і трудового процесів; їх впровадження і подальше коректування у зв'язку зі зміною організаційно-технічних умов трудової діяльності [5].

Суттєво важливою є наукова обґрунтованість норм. Норма встановлює саме необхідні витрати та результати праці. Наукове обґрунтування норм вимагає врахування технічних і технологічних можливостей виробництва, особливостей застосовуваних предметів праці, використання прогресивних форм, прийомів і методів роботи, фізіологічно виправдану інтенсивність і нормальні умови праці. Тобто норми праці повинні відповідати найефективнішим для умов конкретної ділянки роботи варіантам технологічного процесу, організації праці, виробництва і управління. Норми праці повинні відображати найефективніший варіант використання наявних трудових і матеріальних ресурсів, вони фіксують досягнутий рівень техніко-технологічної і організаційної досконалості на підприємстві й для цих умов встановлюють міру праці. Норми праці завершують процес встановлення

певної системи організації праці і стають вихідним пунктом для її подальшого вдосконалення. Удосконалення проектування робіт і нормування праці як і самої операційної системи у сільськогосподарських підприємствах передбачає систему заходів, спрямованих на забезпечення виконання договірних зобов'язань по реалізації продукції, а також створення необхідних фондів для внутрішньогосподарського використання [7].

Список використаних джерел:

1. Шовкун Л.В. Вплив системи управління на ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / Л.В. Шовкун // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 2, 2017 р. С. 139-148.
2. Гевко І. Б. Операційний менеджмент: Навч. посіб. / І. Б. Генко – К.: Кондор, 2005. – 228 с.
3. Пономарьова М. С. Організація нормування та оплати праці в сільськогосподарському підприємстві / М. С. Пономарьова, М. Є. Кузіна // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 6. С. 216-223.
4. Про праці: Закон України від 10.12.1971 р. № 322-VIII/ Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon/rada.gov.ua>.
5. Школа І. М.: Операційний менеджмент. Практикум. І. М. Школа, О. В Михайловська - Чернівці: Книги - ХХІ, 2008 - 374 с.
6. Яременко О. Л. Операционный менеджмент./О. Л. Яременко, А. М. Сумец. – Х.: Фолио, 2002. – 231 с.
7. Пономарьова М.С. Удосконалення операційного менеджменту в сільськогосподарському підприємстві в умовах зростання його конкурентостійкості / А.С. Фесенко // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 2, 2017 р. С. 99-110.

УДК 65.012

*О.О. Пігур, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Л.В. Шовкун, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

СТРАТЕГІЧНІ ПИТАННЯ, ЩО ВИРІШУЮТЬСЯ В ОПЕРАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Операційний менеджмент являється сферою діяльності, в якій наука управління людьми поєднується з різними способами використання новітніх технологій. Основна його мета полягає в розробці та використанні максимально ефективних методів та інструментів створення благ для забезпечення споживачів якісною продукцією та послугами.

Операційний менеджмент є однією із складових частин управління діяльністю підприємств. В останні роки операційний менеджмент зазнав значних змін та в теперішній час набув великого значення для бізнесу. Сучасні вимоги до оновлення бізнесу, підвищення якості продукції, швидко змінюючихся умов конкуренції та забезпечуючих процесів, а також спільний погляд на проблеми управління свідчать про те, що правильне управління операціями є необхідною умовою для успішної роботи та виживання будь-якої фірми. Це значить, що вивчення стратегії та функцій

виробничого (операційного) менеджменту є невід'ємною частиною якісного навчання у сфері бізнесу.

Мета операційного менеджменту створити форму ефективної системи керування операціями у виробництві, сервісі. Поєднання в одне ціле основних чинників і аспектів діяльності підприємства – фінансових, організаційних, ринкових, технологічних потребує, щоб цей процес здійснювався на міцній базі раціонального керування операціями [1].

Рішення з виробництва приймаються в контексті загального функціонування підприємства в залежності від місця і ролі підприємства на ринку і прийнятих корпоративної та базової стратегій. Операційна стратегія виражається в прийнятті рішень, пов'язаних з розробкою виробничого процесу й інфраструктури, необхідної для його підтримки. Розробка процесу полягає у виборі придатної технології, складанні тимчасового графіка процесу, визначенні товарно-матеріальних запасів, а також способу розміщення даного процесу. Рішення, пов'язані з інфраструктурою, стосуються систем планування і управління, способів забезпечення якості і контролю якості, структури оплати праці й організації виробничої функції підприємства. Усі прийняті на виробничому рівні рішення пропонується розглядати на двох рівнях – стратегічному і тактичному. Рішення, прийняті на стратегічному рівні, і методи, що для цього пропонується використовувати, дають можливість враховувати загальні внутрішні і зовнішні чинники та вимоги до виробничих та операційних систем. Методи, які використовуються для реалізації тактичних рішень, звернені на пошук ефективних рішень у рамках виробничих та операційних систем [2].

Стратегічні рішення, прийняття яких вимагає операційна стратегія:

1. Рішення з виробничих потужностей.
2. Вертикальна інтеграція.
3. Технологічні процеси.
4. Масштаб виробництва традиційних продуктів.
5. Масштаб виробництва нових продуктів.
6. Використання виробничого персоналу.
7. Управління якістю виробництва.
8. Виробнича інфраструктура.
9. Взаємини з постачальниками та іншими партнерами.
10. Розподіл готової продукції.
11. Управління виробництвом або операціями [3].

За підходом В.Козловського та його співавторів операційний менеджмент спроможний розробити наступні стратегії:

1. Стратегія товару.
2. Стратегія процесу.
3. Стратегія вибору місця розташування.
4. Стратегія розміщення.
5. Стратегія людських ресурсів.
6. Стратегія постачання.

Найбільш важливі стратегічні рішення приймаються на рівні стратегії товару і стратегії процесу. Дійсно, що може бути важливіше для виробника в ринкових умовах, чим вибір товару, сервісних послуг, складання супровідних документів і перехід до виробництва. Стратегія процесів розглядає як типи 18 виробництва, так і операційні процеси.

Тактичні рішення операційного менеджменту включають тактику агрегатного планування, управління запасами, техніку управління «точно вчасно», планування потреб у матеріалах, тактику короткострокового планування, оперативно-виробниче планування та управління проектами.

Тактичні рішення операційного менеджменту: тактика управління запасами і ІТ-тактика; тактики складання розкладів; тактики по якості; тактики надійності і ремонту [4].

У виробництві важливу роль відіграють гармонійна система цілей, стратегії і структура виробничого потенціалу, ступінь надійності підприємства та його гнучкість. Система менеджменту будь-якої організаційної структури являє собою апарат управління підприємством, здатний сформувати напрям діяльності організації і масштаби виробництва, залучити до нього відповідні ресурси та здійснити його матеріально-технологічне забезпечення [5].

Список використаних джерел:

1. Операційний менеджмент: Підручник/ За ред. проф. Омеляненко Т.В., 2003 р.
2. Мартиненко М. Стратегічний менеджмент: Підруч. для студ. вищ. навч. закл.. - К. : Каравела, 2006. - 320с.
3. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Виробничий (операційний) менеджмент: Навчальний посібник. За редакцією В.О. Василенка. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 532 с.
4. Козловский В.А. Производственный и операционный менеджмент. Учебник. – СПб: Специальная Литература, 1998. – 366 с.
5. Пономарьова М.С. Критерії удосконалення операційного менеджменту в сільськогосподарському підприємстві / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна наук.-практ. конф. «Економічні, екологічні та соціальні проблеми розвитку аграрної сфери в умовах глобалізації. – Х.: ХНАУ . 2015 р. С. 145-147.

УДК 338.32 : 65.012.3

*В.О. Салогуб, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Л.В. Шовкун, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ПОНЯТТЯ І ЗМІСТ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сьогодні сільськогосподарські підприємства потребують суттєвого реформування структури управління господарською діяльністю. При цьому велике значення має аналіз визначення мінімальної величини виробничих запасів на підприємствах, оскільки матеріальні витрати займають найбільш питому вагу [1]. Ефективність діяльності підприємства є найважливішою узагальнюючою характеристикою результативності діяльності, яка розраховується як відношення величини створених товарів і наданих послуг до сукупних затрат підприємства [2].

Операції – це процес, метод або ряд дій, головним чином практичного характеру. Виходячи з цього визначення операції є невід'ємним атрибутом будь-якого виду людської діяльності, якому властива організованість і продуктивність. Звідси можна зробити висновок, що всі організаційні функції є операції і що будь-яка управлінська діяльність містить у собі операційний менеджмент.

Часто терміни "виробництво" і "операції" використовують як взаємозамінні; у промисловості, комерційній і некомерційній діяльності широко поширена думка, що

управління виробництвом являє собою окрему, відособлену від інших сферу, яка повинна цікавити тільки тих, хто безпосередньо займається виробництвом.

Операційний менеджмент - це цілеспрямована діяльність з керування операціями придбання потрібних ресурсів, їхньої трансформації в готовий продукт (послугу) з поставкою останнього (останніх) споживачу (на ринок). Операційний менеджмент замикається в своїй основі на операціях планування, організації і керування організацією (надалі - операційною системою) [4].

Операційний менеджмент центральною лінією проходить через усю діяльність щодо створення (чи зміни стану) продукту шляхом перетворення необхідних ресурсів у потрібні товари, послуги за визначальної ролі операційних менеджерів і оперативної інформації.

Мета операційного менеджменту – формування ефективної системи керування операціями у виробництві, сервісі. Він націлений на побудову керувальних систем, що забезпечує виконання необхідних дій і процедур для одержання ринкового результату діяльності фірми. Ринковий вибір може будуватися тільки на чіткому професійному врахуванні об'єктивних обмежень, критеріїв і стандартів. Оптимальні операційні рішення вимагають від керівника перебування в центрі виробничої системи, що розвивається. Поєднання в одне ціле основних чинників і аспектів діяльності підприємства – фінансових, організаційних, ринкових, технологічних – потребує, щоб цей процес здійснювався на міцній базі раціонального керування операціями.

Операційний менеджмент є центральною ланкою підприємства і створюється на основі раціонального (вертикального і горизонтального) розподілу праці та поєднання в часі і просторі предметів, засобів і самої праці. За допомогою операційної функції проводиться сукупність дій з переробки ресурсів і постачання результатів діяльності в зовнішнє середовище. Операційна система складається із трьох підсистем:

- переробної – виконує продуктивну роботу, безпосередньо пов'язану з перетворенням вхідних ресурсів у вихідні результати;
- забезпечення – не пов'язана безпосередньо з виробництвом виходу, але виконує необхідні функції забезпечення переробної системи;
- планування та контролю – отримує інформацію із зовнішнього і внутрішнього середовищ про стан переробної підсистеми та підсистеми забезпечення, опрацьовує цю інформацію й видає рішення про те, як має працювати переробна підсистема [2].

Основний зміст операційного менеджменту полягає у виконанні таких функцій:

- планування – конкретизація й забезпечення завдань, встановлених поточним планом (уточнення обсягу й номенклатури продукції, встановлення декадних графіків, виробничих програм тощо);
- оперативний контроль – зіставлення фактичних параметрів технології та продукції, даних про хід виробництва з нормативними величинами;
- оперативний аналіз – своєчасна оцінка безперервного ходу виробництва, виявлення причин відхилень процесу виробництва від запланованих.

Завдання кожного виробничого підрозділу можуть бути різними, але основна управлінська мета залишається однією для всіх: безумовне виконання заданої виробничої програми і досягнення при цьому мінімальних витрат матеріалів, праці, часу та грошових засобів [1].

Список використаних джерел:

1. Фесенко А.С. Критерії удосконалення операційного менеджменту в

сільськогосподарському підприємстві / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практична конференція «Економічні, екологічні та соціальні проблеми розвитку аграрної сфери в умовах глобалізації» - Х. ХНАУ : 4 – 5 листопада 2015 р. С. 145-147.

2. Пономарьова М.С. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарських підприємств / М.С. Пономарьова, Н.Ю. Муха // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». - 2015. - № 5. С. 123 - 129. - 299 с.

3. Белінський П.Ю. Менеджмент виробництва та операцій: навч. посібник / Белінський П.Ю. –Ч.: Рута, 2004. – 220 с.

4. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Є.Г. Карапетян, Б. В. Погрішук. – К. : Центр учб. л-ри, 2010. – 304 с.

УДК 342.95

*М. Сльота, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: В.В. Боковець, професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОСОБЛИВОСТІ ОХОРОНИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ, ЯК ЕЛЕМЕНТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Система управління охороною праці (СУОП) на виробництві – це сукупність взаємопов'язаних правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувальних-профілактичних рішень, направлених на попередження аварій, нещасних випадків, професійних захворювань, а також засобів, які забезпечують збереження життя, здоров'я та працездатність людини в процесі праці.

Метою впровадження СУОП є безпечні і нешкідливі умови праці працівників на всіх виробничих процесах. При цьому мусить забезпечуватись не лише своєчасне усунення будь-яких порушень нормативних актів з охорони праці, але і завчасне попередження можливості їх виникнення.

Система управління охороною праці – це багатоступенева, багаторівнева система, яка включає наступні рівні управління охороною праці:

- міністерство – галузь (керівництво, відділ охорони праці, науково-технічний відділ);
 - об'єднання – комбінати (керівництво, відділ охорони праці, науково-технічний відділ);
 - виробничі підприємства, організації (керівництво, відділ або служба охорони праці, науково-технічний відділ);
 - цеха, відділення, філії (керівництво, інженер з охорони праці, спеціалісти);
 - робоче місце (виконавець - керівник лінійних служб, працівники).
- Відповідальність за стан охорони праці на підприємстві несуть:
- керівник (роботодавець) підприємства – за підприємство в цілому;
 - керівники структурних підрозділів – у структурних підрозділах;
 - безпосередні керівники робіт – на робочому місці.

Керівник підприємства повинен визначити і внести до посадових інструкцій обов'язки з питань охорони праці для всіх своїх заступників, начальників відділів і служб, які йому безпосередньо підлегли.

Для проведення організаційно-методичної роботи з управління охороною праці та координації діяльності всіх структурних підрозділів відносно забезпечення на робочих місцях в кожному структурному підрозділі умов праці відповідно нормативно-правовим актам, дотримання законодавства відносно прав працівників на підприємстві з кількістю працівників 50 осіб і більше керівники (роботодавці) підприємства створює службу з охорони праці у відповідності з Типовим положенням, яка підпорядковується безпосередньо йому.

На підприємствах, де працює менше 50 працівників, функції служби охорони праці можуть виконувати в порядку сумісництва особи, які мають відповідну підготовку.

На підприємствах з кількістю працюючих менше 20 осіб для виконання функцій служби охорони праці можуть залучатись сторонні фахівці, які мають відповідну підготовку.

Власник з урахуванням специфіки виробництва, керуючись Типовим положенням, опрацьовує та затверджує Положення про службу охорони праці підприємства.

Згідно зі ст. 18 Закону України «Про охорону праці» усі працівники при прийнятті на роботу й у процесі роботи проходять на підприємстві інструктаж (навчання) з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим у разі нещасних випадків, з правил поведінки в аварійній ситуації згідно з Типовим положенням про порядок проведення навчання і перевірки знань з питань охорони праці та Переліку робіт з підвищеною небезпекою затвердженою наказом Держнаглядохоронпраці від 26.01.2005 р. № 15.

До кола обов'язків власника підприємства входить організація навчання, перевірка знань і проведення інструктажу з питань охорони праці для всіх працівників при прийнятті на роботу й у процесі роботи, в тому числі й у випадках переведення працівника на іншу роботу на тому ж підприємстві.

У подальшому на виробництві працівники мають проходити попереднє спеціальне навчання і перевірку знань з питань охорони праці залежно від специфіки виробництва й з урахуванням вимог норм та правил безпеки праці для конкретних робіт з підвищеною небезпекою, але не рідше одного разу на рік. Такому навчанню і перевірці знань підлягають усі працівники, включаючи інженерно-технічних працівників, зайнятих на вищезазначених роботах. Працівник, який має перерву в роботі за професією більше одного року, проходить навчання і перевірку знань заново.

Впровадженню у виробничий процес основного принципу політики держави щодо охорони життя і здоров'я працюючих, створенню безпечних умов праці на підприємствах перешкоджають такі фактори, як тривала економічна криза, тіньова економіка, корумпованість чиновників і безвідповідальність окремих роботодавців.

Відсутність на багатьох підприємствах висококваліфікованих фахівців з охорони праці також не сприяє позитивним зрушенням у справі охорони праці.

Список використаних джерел:

1. Чорнобровка В.О. Поняття та значення охорони праці в Україні / В.О. Чорнобровка // Європейські перспективи. – № 3. – ч. 3. – 2012. – С. 145.
2. Неверова А. Поняття і структура інституту охорони праці / А. Неверова // Вісник Львівського університету. – Серія юридична. – 2013. – Вип. 58. – С. 255.
3. Серіков Я.О. Основи охорони праці: Навч. посібник для студентів вищих закладів освіти / Я.О. Серіков. – Харків, ХНАМГ, 2007. – 227с.

4. Бек У. Багатоаспектність поняття охорона праці / У. Бек // Вісник Львівського університету. – Серія юридична. – 2013. – Вип. 57. – С. 232.

УДК 331.1:338.2

*Д.Э. Стрижак, студент,
Научный руководитель: Е.В. Камишиникова, к.э.н., доцент,
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», г. Мариуполь*

ФОРМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В последнее время проблематика социального партнерства привлекает внимание не только исследователей различной дисциплинарной ориентации: философов, социологов, экономистов, политологов, но и представителей органов власти, решающих практические вопросы управления социально-экономическим развитием. Социальное партнерство, перешагнув рамки трудовой сферы, уверенно встраивается в ткань отношений самых разных социальных субъектов, групп, общностей. Все чаще оно выступает как инструмент стратегического планирования, комплексного развития территориальных образований, играя важную роль в принятии управленческих решений [1].

Получив широкое распространение в международной практике, социальное партнерство представляет собой систему взаимодействия бизнеса с местными властями и обществом, основанную на принципах сотрудничества и взаимного учета интересов.

Субъектам бизнеса важно понимать, что взаимодействие с заинтересованными сторонами не сводится к их информированию о достигнутых успехах. Под взаимодействием нужно понимать регулярный последовательный процесс, основанный на построении диалога между компанией и ее заинтересованными сторонами.

Реализация принципов социального партнерства как элемента корпоративной социальной ответственности, включает в себя определенные механизмы реализации партнерского взаимодействия, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Современные механизмы и инструменты взаимодействия бизнеса с местными властями и обществом

Механизм	Инструмент
Регулярное информирование	Пресс-релизы, отчеты, разделы корпоративного сайта, информационные письма и т.д.
Обмен мнениями (диалог)	Переговоры, консультации, общественные слушания, круглые столы
Выявление мнений и интересов заинтересованных сторон	Опросы, анкетирование, фокус-группы, интернет-блоги и другие интерактивные сервисы, ответы на запросы
Участие в мероприятиях, проводимых заинтересованными сторонами	Доклады, участие в дискуссиях
Экспертные обсуждения	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы
Совместная деятельность	Программы, проекты, акции, мероприятия, выработка общих позиций по существенным вопросам

Социальное партнерство означает предоставление различным социальным общностям права участвовать в политическом и экономическом процессе, в формировании общественного мнения, процессах принятия решения. В этом и состоит главная задача социального партнерства – не нивелировать различные интересы, а учитывать их различия в проведении согласованных решений без оглядки на отношение к собственности, согласованной социально-экономической политике [2].

Социальное партнерство является социально-политическим и общественно-экономическим феноменом, то есть данное явление затрагивает все сферы и проходит через все "артерии" социального бытия.

В каждой из сфер деятельности партнёрство приобретает различные формы, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Сферы деятельности и формы социального партнерства

Сфера	Форма
Образование	Грантовые конкурсы для студентов и преподавателей. Стипендиальные программы. Программы профессиональной ориентации. Программы развития специальных навыков, адресованные отдельным категориям жителей (инвалидам, детям-сиротам и т.д.)
Здоровый образ жизни	Корпоративные спортивные программы (для сотрудников и членов семей). Городские спортивные мероприятия. Поддержка детского и юношеского любительского спорта. Развитие новых видов спорта, востребованных среди молодежи
Социальная среда	Грантовые конкурсы для общественных и муниципальных организаций, оказывающих социальные услуги жителям. Акции с участием жителей, работников компании, муниципальных работников и т.д. Программы развития добровольчества. Целевые программы, направленные на повышение социальной адаптации детей-сирот, пожилых, инвалидов и т.д.
Культура	Целевые программы, направленные на повышение знания жителями города своей культуры и истории. Поддержка объектов культуры (включая акции и специальные мероприятия)

Если суммировать признаки социального партнерства, то оно есть не что иное, как один из важнейших регуляторов современного демократического типа общественных отношений; выступает перед нами в качестве социального явления, охватывающего и пронизывающего основные сферы социальной жизни общества; формирует систему нравственных принципов и норм, регулирующих процесс взаимодействия его субъектов; имеет и формирует собственные правовые механизмы.

Литература:

1. Зверева Т. В. Социальное партнерство как форма взаимодействия в организационно-управленческой сфере // Вестник Краснодарского университета МВД России. – 2009. – №4. – С. 143-148.
2. Полушкина Т. М. Социология управления: Учебное пособие / Полушкина Т. М., Коваленко Е. Г., Якимова О. Ю. – М.: Акад. естествознания, 2013. – 301 с.

ОСОБЛИВІСТЬ УПРАВЛІННЯ НАУКОМІСТКОГО ПІДПРИЄМСТВА

В наш час у світовій економіці відбувається послаблення загальновідомих галузей матеріального виробництва і постійне зростання ваги і впливу нових наукомістких виробництв, сфери інформації, індустрії знань, сфери послуг. Наука перетворюється в безпосередню продуктивну силу, інтелект виходить на перший план як головний виробничий ресурс. Про це говорять різкі зміни в структурі витрат виробництва. Так, якщо промисловим товарам найбільшу частину витрат зазвичай складають витрати на сировину і робочу силу, то в виробництві мікросхем їх пропорції лише 1% і 12% відповідно, в той час як витрати на НДДКР тут доходять до 70%.

Такі перетворення в економіці викликають собою необхідність розвитку методології управління соціально-економічними системами і великомасштабними науково-технічними програмами та проектами у нових умовах господарювання.

Звертається увага на важливу особливість наукомісткого бізнесу, якою є забезпечення безперервності ланцюга бізнес-подій «фундаментальні дослідження - пошукові НДР, -прикладні НДДКР, -технології, -виробництво, -ринкова реалізація» і збалансованості її етапів при загальній орієнтації на кінцевий результат, -серійний випуск наукомісткої конкурентоспроможної продукції в економічно доцільних термінах і об'ємах.

У вітчизняній літературі немає єдиного визначення наукомісткого підприємства ні на якісному рівні, ні в кількісному вираженні. В результаті відсутності чіткого визначення того, що називається наукомістким підприємством, виникає плутанина, а галузева розкиданість підприємств веде до відсутності статистичної інформації.

У результаті дослідження економічної літератури, акцентуючи увагу на управлінні інтелектуальною власністю як ключовий чинник забезпечення конкурентоспроможності наукомісткого підприємства, авторами пропонується наступне визначення наукомісткого підприємства.

Наукомістке підприємство – це соціально-економічна система, яка займається розробкою і створенням новітніх технологій, продуктів, послуг на основі об'єктів інтелектуальної власності, і використовує наявний науково-дослідний, виробничий, матеріально-технічний, фінансовий і кадровий потенціал для впровадження і комерціалізації інноваційних розробок, як у внутрішній, так і у зовнішній середовищі.

На думку дослідників, сучасними тенденціями в розвитку наукомістких підприємств є: прагнення до збалансованості технологічних і економічних факторів; оптимізація часових меж інноваційного процесу; використання максимальної кількості інноваційних ідей; економія витрат протягом усього життєвого циклу нововведень.

Ефективне управління високотехнологічним підприємством передбачає розробку і прийняття управлінських рішень, забезпечують конкурентоспроможність виробленої продукції.

В результаті дослідження авторами були виділені наступні особливості

управління наукомісткими підприємствами:

1. Орієнтація на інноваційні процеси, пов'язані з розробкою та освоєнням технологічних інновацій, виробництвом і просуванням до споживача наукомісткої продукції. З урахуванням наявного в даний час інноваційного потенціалу конкурентна стратегія вітчизняних наукоємних підприємств повинна бути спрямована на розробку і реалізацію технологічних інновацій, що включають в себе нові продукти (продуктові інновації) і нові технології виробництва цієї продукції (процесні інновації).

2. Пріоритетність розробки та впровадження інвестиційних проектів інноваційної спрямованості. Інноваційні процеси в ринковій економіці характеризуються високим рівнем ризику і вимагають залучення великого обсягу фінансових ресурсів, як правило, на основі використання нетрадиційних фінансових інструментів і розробки нестандартних схем фінансового інжинірингу (венчурне і проектне фінансування, фінансовий лізинг тощо).

3. Орієнтація на створення «проривних технологічних інновацій». Саме з такими технологіями наукомісткі підприємства зі своїми досі збереженими традиціями і розвиненою інфраструктурою фундаментальної науки мають можливість зайняти гідне місце в світовій економіці.

4. Управління інноваційними змінами конкурентної стратегії. Під управлінням змінами маєтись на увазі процес прогнозування майбутніх змін і їх планування. При управлінні змінами в конкурентної стратегії підприємства здійснюється їх моніторинг з метою координації окремих функціональних стратегій і діяльності відповідних структурних підрозділів підприємства.

5. Формування оптимальної структури активів підприємства. В першу чергу, це стосується тієї частини нематеріальних активів підприємства, яка формується на основі врахування прав інтелектуальної власності.

6. Орієнтація на сучасні методи автоматизації виробничих процесів та використання високотехнологічних організаційно-виробничих структур, включаючи гнучкі виробничі системи і робото-технічні комплекси. При формуванні стратегії діяльності наукомістких підприємств виникає завдання управління організаційними інноваціями, включаючи оптимізацію структури виробничих систем та оцінку ефективності їх функціонування.

7. Використання нелінійних організаційних моделей управління інноваційною діяльністю наукомісткого підприємства. Перехід до таких моделей (системно-інформаційні та мережеві моделі) пов'язаний з глобалізацією процесів, що охоплюють наукомісткі підприємства, скороченням термінів життєвого циклу продуктових інновацій, різноманіттям джерел інновацій.

8. Використання методів і засобів управління інвестиційними проектами. Процес формування та реалізації конкурентної стратегії наукомісткого підприємства можна охарактеризувати як сукупність інвестиційних проектів. Застосування методології проектного управління в діяльності високотехнологічного підприємства дозволяє будувати ієрархічну структуру цілей проектів, розробляти бізнес-плани, здійснювати системне планування ресурсів, планувати і враховувати різні види ризиків, організовувати ефективний контроль якості виконання робіт.

Провідною проблемою підприємств наукоємних галузей у економічній ситуації є пошук і ефективне розміщення ресурсів та пошук інвестицій.

Становище сучасних технологій і промисловості такі, що бюджетне фінансування не в змозі вирішити цю економічну проблему. Підприємства для забезпечення

власного виживання та ефективного функціонування зацікавлені в багатоканальності джерел інвестиційного забезпечення.

Ресурсне забезпечення наукомістких галузей може здійснюватися за рахунок залучення як бюджетних, так і позабюджетних коштів.

На закінчення слід зазначити, що управління наукомісткими підприємствами, є складним завданням, але її реалізація дозволить вітчизняним компаніям високотехнологічного бізнесу завоювати стійке положення на українському і світовому ринках.

СЕКЦІЯ 3

Антикризове управління та економічна безпека держави, регіону, підприємства

УДК 339.5

*І.А. Маркіна, д.е.н., професор,
Полтавська державна аграрна академія*

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Ідентифікація негативних впливів, що входять в сферу компетенцій системи управління регіоном, методологічно невирішена задача. У роботах вітчизняних та зарубіжних авторів запропоновані принципово різні моделі оцінки та системи показників економічної безпеки, що дозволяє зробити висновок про недосконалість методичного інструментарію процесу управління забезпеченням економічної безпеки регіонів, що обумовлює доцільність вивчення точок зору з даного питання.

Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що в теорії економічної безпеки регіону існує методологічна проблема, пов'язана з ототожненням оцінки економічного стану території і стану його економічної безпеки за рахунок застосування системи єдиних макро- і мікроекономічних показників, як для характеристики розвитку регіональної економіки, так і для оцінки її захищеності від внутрішніх і зовнішніх негативних впливів.

Рішення зазначеної методологічної проблеми можливе, на наш погляд, через введення в систему показників параметрів оцінки впливу негативних впливів на економічну безпеку регіону.

Таким чином, в узагальненому вигляді система показників, сутності економічної безпеки, повинна складатися з наступних блоків:

- показники, що характеризують еталонні потреби;
- показники, що характеризують ресурси регіону, залучені в забезпечення економічної безпеки;
- показники, що характеризують вплив негативних впливів;
- показники оцінки збитку спричиненого соціально-економічній системі.

Підставою для формування першої групи показників виступила класифікація потреб і рівні їх задоволення. Дискусія про склад, класифікацію, визначення меж, рівнів і можливостей задоволення потреб людини має багатовікову історію і актуальна в теперішній час (Маслоу А., Альдерфер К., МакКлелланд Д., Герцберг Ф., Тарасенко В., Подмарков В.)

Таким чином, до показників еталонних потреб критичного рівня економічної безпеки слід віднести мінімальні потреби – фізіологічні та безпеки.

Наступна група показників характеризує ресурси регіону, що призначені для задоволення еталонних потреб населення і захисту від впливу негативних впливів, здатних опосередковано знизити фактичну якість або обсяг потреб відповідають певному рівню економічної безпеки. Тому систему показників економічної безпеки пропонується доповнити такими показниками: доходи бюджету для цілей забезпечення економічної безпеки, доходи населення.

Виходячи із здатності економіки регіону протидіяти ризикам і загрозам, показники, що характеризують негативні впливи доцільно деталізувати наступним чином: показники, що характеризують силу впливу негативних впливів на економічну систему; показники, що характеризують ступінь захищеності соціально-економічної системи від впливу негативних впливів.

Показники, що характеризують ступінь захищеності соціально-економічної системи від впливу негативних впливів можна уявити як ефект від прийняття заходів протидії в попередніх періодах по відношенню до аналізованого.

Показник, що характеризує силу впливу негативних впливів являє собою оцінку збитку відкоригованого на ймовірність його нанесення.

Таким чином, показники, що характеризують ступінь захищеності соціально-економічної системи від впливу негативних впливів, представляють собою вартісне вираження заходів протидії впливу негативних впливів, зроблених регіоном.

Для управління економічною безпекою регіону необхідно: сформувати перелік джерел освіти негативних впливів; розробити перелік можливих негативних впливів; ідентифікувати їх як негативних впливів і оцінити їх вплив на економічну безпеку регіону.

Список використаних джерел:

1. Гук Н. А. Теоретичні підходи до управління економічною безпекою регіонів [Електронний ресурс] / Н. А. Гук. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/19_4/278_Guk_19_4.pdf.

2. Ткач В.О. Система економічної безпеки регіону: аналіз та перспективи / В.О. Ткач. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vddau_2011_2_42.pdf

3. Феофилова Т. Ю., Концепция безопасного развития регионов: формирование понятийного аппарата / Т. Ю. Феофилова, И. Н. Хохлов // Экономика и управление. – 2010. – № 8(58). – С. 48.

УДК 338.330.141

*В.В. Микитенко, д.е.н., проф., гол. наук. спів.
відділу комплексної оцінки та управління природними ресурсами,
ДУ «Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАН України», м. Київ.*

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ПРИРОДНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ДЕРЖАВИ

Вихідними положеннями Угоди про асоціацію України з країнами-членами ЄС [1] передбачено перебудову національної регіональної карти держави у відповідності до усталених у європейських країнах економіко-статистичних принципів *Nomenclature of Territorial Units for Statistical Purposes* (а, саме, за форматом *NUTS-II*). Тому, використовуючи методологічні підходи теорії економіки та управління національним господарством, автором даного дослідження запропоновано територіальне переформатування здійснити за використання каскадного формату організації виробничо-господарської, міжрегіональної та міжгалузевої взаємодії (деталізовано у [2]). У цій відповідності вважаємо за доцільне

зазначити, що задля забезпечення антикризового управління процесами освоєння та використання природо-ресурсного потенціалу України слід використовувати у практиці державного і регіонального управління п'яти компонентний інструментарій упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору (рис. 1).

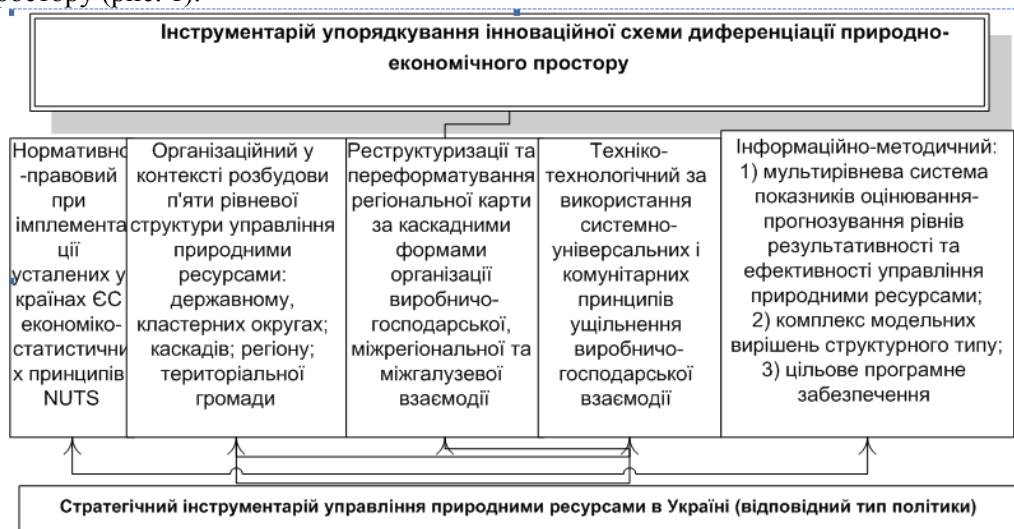


Рис. 1. Комплекс інструментарію упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору держави

Зазначене обумовлює потребу у активізації організаційно-економічної діяльності корелянтів різного рівня за рахунок обов'язкового використання семи специфічних антикризових функцій (а, саме: планування і прогнозування; контролювання; організовування; коригування і регулювання; діагностики і аналізу; структурної оптимізації; ресурсно-функціонального та інформаційно-методичного забезпечення – деталізовано автором на рис. 2), що спрямовано на:

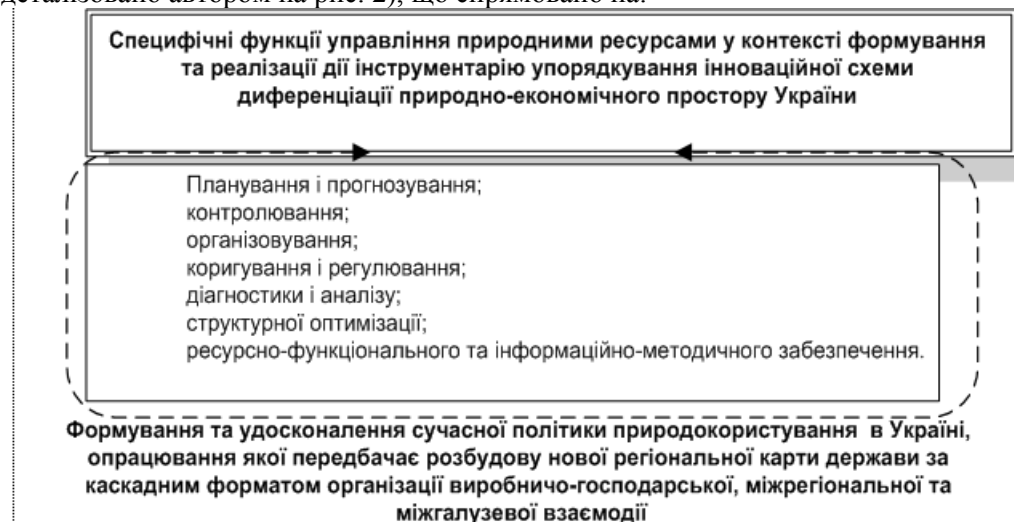


Рис. 2. Базові антикризові функції з упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору держави у контексті підвищення результативності управління природо-ресурсним потенціалом України

1) досягнення кількісно-якісних змін системи управління природними ресурсами;
2) скристалізацію і залучення найвагоміших чинників підвищення результативності управління, що й обумовлюватиме раціоналізацію процесів природокористування;

3) генерування радикальних перетворень як в межах територіальних громад, так і у регіонах держави – у разі їхньої інкорпорації до каскадного формату організації виробничо-господарської, міжрегіональної та міжгалузевої взаємодії.

При цьому, зазначимо і про те, що інформаційно-методичний інструментарій (його розроблено і обґрунтовано у попередній праці [3], який запропоновано до використання в межах організаційно-економічного механізму реалізації алгоритму трансформації структури управління природними ресурсами, дозволить отримати об'єктивні оцінки та прогнози реальних тенденцій, які мають місце у площині економіки природокористування й охорони навколишнього середовища в Україні.

Тож, зазначене дозволяє констатувати:

кількісним виміром та визначальною домінантом цих процесів є зміни природно-економічного простору держави за каскадним форматом, які і обумовлюватимуть, відповідно, трансформацію сучасної системи управління природними ресурсами в регіонах, що можна буде передбачити на певний період упередження за наслідками:

а) удосконалення ресурсно-функціонального та інформаційно-методичного забезпечення;

б) добору оптимізаційного складу інструментарію стратегічного управління природними ресурсами;

в) формування дієвої політики природокористування;

г) моделювання результатів застосування інструментарію упорядкування інноваційної схеми диференціації природно-економічного простору;

д) розбудови восьми каскадів організації виробничо-господарської, міжрегіональної та міжгалузевої взаємодії (і, відповідно, формування чотирьох кластерних округів).

На авторське переконання, використання положень теорії стратегічного управління при визначенні цільових функціоналів коригування і регулювання процесів антикризового управління природо-ресурсним потенціалом України (шляхом реструктуризації галузевої структури регіонів при їхній інкорпорації до каскадного формату), у подальшому, відповідно, потребуватимуть розроблення й обґрунтування оптимізаційного складу засобів і технологій управління для синхронної адаптації усталених положень політики природокористування в Україні. А, це можна виконати, лише при її уточненні й опрацюванні, за результатами:

а) одночасного використання принципів системно-комплексного й об'єктно-цільового підходів та прикладних методів, опрацьованих в межах структурно-інформаційної теорії надійності систем (її домінанти та кваліметричні процедури обґрунтовано у науковій праці [4]);

б) застосування інструментарію ідентифікації (оцінювання-прогнозування) масштабів розвиненості стратегічного потенціалу держави з урахуванням здатностей сучасної системи управління природними ресурсами;

в) реалізації у практиці господарювання структурно-логічної схеми вирішення проблем формування системи механізмів управління природними ресурсами, що побудована на комунітарних засадах, яку визначено і розкрито у джерелі [5].

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною, з однією сторони, та європейським

союзом, європейським співтовариством, іншої сторони [Електронний ресурс] . – режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631.

2. Микитенко В. В. Розбудова в Україні каскадних форм організації виробничо-господарської та міжгалузевої і міжрегіональної взаємодії / В. В. Микитенко, О. М. Алімов / Економічні та виробничо-економічні системи в координатах сталого розвитку: Монографія [Текст]; за ред. А. О. Касич, М. М. Хоменко. – Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського МОН України, Кременчуцька міська друкарня, 2015. – 228 с. [С. 5 – 19].

3. Микитенко В. В. Інформаційно-методичний інструментарій оцінювання результативності макроекономічного регулювання розвитку каскадного формату організації виробничо-господарської взаємодії [Текст] / Р. В. Кузьменко, В. В. Микитенко // Економіка природокористування і охорони довкілля: Збірник наукових праць. – Київ: ДУ "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України", 2016. – 236 с. - [С. 197 – 209]

4. Микитенко В. В. Формування нової регіональної карти України: методологічні основи / В. В. Микитенко // Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції «Перезавантаження будівництва: економіка, організація, менеджмент», м. Київ, 03-06.11.2015 р. – Київ: Київський національний університет будівництва і архітектури МОН України, Вид-во КНУБА, 2015. – 89 с. [С. 69 – 71].

5. Микитенко В. В. Побудова структурно-логічної схеми вирішення проблем формування системи механізмів управління природними ресурсами в Україні [Електронний ресурс] / В. В. Микитенко // Економіка, управління, інновації: Електронне наукове фахове видання. Серія: Економічні науки. – Житомир, вид-во Житомирського державного університету ім. І. Франка, 2017. – № 1 (20). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_8.

УДК 338.22 : 330.34.014 + 330.322 + 336.018

*В.В. Токар, д.е.н., професор,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

ІСЛАМСЬКІ ФІНАНСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

В умовах геополітичних викликів сьогодення актуальним питанням для України є пошук підходів щодо стабілізації соціально-економічної системи в цілому та її фінансової складової зокрема. У результаті «очищення» національної банківської системи впродовж 2014-2017 рр. відбулось загострення таких загроз економічній безпеці держави, як: посилення олігополістичних тенденцій, зростання безробіття банківських службовців, банкрутство суб'єктів господарювання – клієнтів комерційних банків, втрата коштів фізичними особами при проведенні розрахунково-касових операцій, безкарність і виведення коштів з проблемних банків власниками, пов'язаними особами та керуючими [1, с. 312].

Особливе занепокоєння викликає втрата довіри з боку фізичних та юридичних осіб до фінансової системи України в цілому та її окремих елементів зокрема. Довіра є фундаментом ефективного функціонування фінансової системи, у цьому контексті перспективним є запровадження ісламських фінансових інструментів та їх адаптація до українських реалій.

Ключовим принципом функціонування ісламських фінансів є «усе, що не заборонено, є дозволеним» [2, с. 110-111], тому необхідно чітко знати перелік видів забороненої діяльності, до яких зокрема належать лихварство, надмірна невизначеність та азартна гра. Для загального ознайомлення з потенційними перевагами ісламських фінансових інструментів доцільно сконцентруватися на деяких з них, наприклад, специфіці фінансування купівлі житлової нерухомості.

Стандартна схема іпотечного кредитування передбачає виплату тіла та відсотків за кредитом. У випадку поєднання втрати позичальником стабільних доходів і різкого падіння вартості житла може спостерігатися зупинка виплат комерційному банку. Отже, позичальник втрачає житло, яке відчужується на користь комерційного банку, але при цьому зберігається заборгованість за несплаченою частиною основної суми кредиту та відсотками (якщо після продажу житла отриманих коштів не вистачає для їх погашення). Навіть у випадку списання частини заборгованості як жест доброї волі з боку комерційного банку в позичальника натомість з'являється заборгованість перед державою за податками й зборами, яка відповідно до Податкового кодексу України, трактує цей випадок як отримання додаткового доходу.

У свою чергу при застосуванні ісламських фінансових інструментів для купівлі житлової нерухомості комерційний банк і позичальник вступають у партнерство для здійснення цієї трансакції. Позичальник стає повноцінним власником своєї частини житлової нерухомості, а комерційний банк – іншої частини. Поступово виплачуючи комерційному банку його частину, позичальник збільшує свою частку у володінні житловою нерухомістю, але до моменту повного погашення він сплачує комерційному банку орендну плату за користування його частиною нерухомого майна. Наприклад, за умовної вартості житлової нерухомості в 100 тис. грн, частці комерційного банку у 80% та щомісячній ринковій вартості оренди в 4000 тис. грн на місяць, позичальник буде сплачувати щомісячно 3200 грн. Навіть у випадку різкого падіння цін боржник не залишиться без засобів існування, отже, такий підхід до кредитування купівлі житлової нерухомості створює відповідну основу для відновлення довіри до банківської системи та фінансової системи України в цілому.

Список використаних джерел

1. Токарь В. В. Угрозы экономической безопасности государства при санации и ликвидации коммерческих банков в Украине / В. В. Токарь // БизнесИнформ. – 2015. – № 11. – С. 306-313.

2. Чокаев Б. Исламские финансы: возможности для российской экономики / Б. Чокаев // Вопросы экономики. – 2015. – № 6. – С. 106-127.

УДК 338.24

С.А. Александрова, канд. пед. наук, доцент,

А.О. Остапов, магістрант,

Харківський національний університет імені О.М. Бекетова

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Враховуючі динамічність умов функціонування сучасних суб'єктів господарювання, недосконалість конкурентних відносин та чинного законодавства, керівникам туристських підприємств важливо приділяти особливу увагу питанням

забезпечення економічної безпеки останніх.

Необхідність забезпечення економічної безпеки підприємств цієї сфери діяльності обумовлюється ще й перспективністю та важливістю туристської індустрії для економіки країни.

Економічна безпека підприємства є комплексним поняттям, що характеризує стан і його здатність організувати свою діяльність (виробничу, інноваційну, фінансово-інвестиційну, зовнішньо-економічну тощо) так, щоб надійно захиститися від негативних факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовищ, а також інтенсивно мінімізувати вплив чи ліквідувати наслідки реалізації загроз і небезпек, якісно адаптуватися до існуючих умов з найменшими втратами [1].

Таким чином, на рівень економічної безпеки туристського підприємства впливає низка чинників, які поділяються на зовнішні та внутрішні.

До перших можна віднести недоброчинність конкурентів, ділових партнерів, шахрайство, наслідки невдоволення звільнених працівників тощо.

Внутрішні загрози стосуються таких дій (або бездіяльності) персоналу туристського підприємства, які суперечать його інтересам та наслідком яких можуть бути економічні збитки, витік конфіденційної інформації, втрата довіри з боку ділових партнерів, підрив репутації тощо.

Управління економічною безпекою підприємства являє собою реалізацію управлінських рішень і має забезпечувати такий рівень функціонування підприємства, за якого воно може своєчасно реагувати на зовнішні та внутрішні чинники, що несуть загрозу економічній діяльності, а також рівень, який не обмежує прогресивний стабільний розвиток підприємства [2].

До принципів, яким має відповідати управління економічною безпекою туристського підприємства можна віднести: системність, комплексність, економічну доцільність, оперативність, об'єктивність, безперервність, цілеспрямованість, повноту та достовірність інформації.

Управління економічною безпекою туристського підприємства необхідно здійснювати за всіма складовими, а саме :

- фінансовою складовою, що забезпечить найбільш ефективне використання відповідних ресурсів підприємства, поліпшення фінансових показників;
- кадровою складовою (найбільш важлива для підприємств сфери туристської індустрії), що сприятиме усуненню можливих негативних впливів, пов'язаних з персоналом та більш ефективному функціонуванню інших елементів;
- інтелектуальною складовою, що забезпечить збереження та розвиток інтелектуального потенціалу туристського підприємства;
- інтерфейсною компонентою, що сприятиме захисту та поліпшенню репутації, іміджу підприємства туристської індустрії;
- силовою складовою, яка характеризує рівень захищеності підприємства з боку служби безпеки;
- політико-правовою складовою, що забезпечить ефективну правову підтримку діяльності туристського підприємства, дотримання підприємством і його співробітниками діючого законодавства;
- інформаційною безпекою, що передбачає як захист інформації, зокрема конфіденційної, так і проведення ділової розвідки, інформаційно-аналітичну роботу із зовнішніми та внутрішніми суб'єктами тощо.

Систематичне, обґрунтоване управління економічною безпекою туристських підприємств дає змогу попереджати, усувати, зменшувати негативні наслідки

руйнівного впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Копитко М. І. Комплексне забезпечення економічної безпеки підприємств (на матеріалах підприємств транспортного машинобудування) : дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : 21.04.02 [Електронний ресурс] / М. І. Копитко. – Київ. – 2015. – Режим доступу – http://library.krok.edu.ua/media/library/category/disertatsiji-avtoreferati-vidguki/kopitko_2015_avtoreferat.pdf

2. Сосновська І. М. Управління економічною безпекою підприємства [Електронний ресурс] / І. М. Сосновська. – Режим доступу: <http://repo.sau.sumy.ua/bitstream/123456789/2372/1/Сосновська%20І.%20М.%20Управління%20економічною%20безпекою.pdf>

УДК 338.48:005.922.1:33

Т.Л. Зубко, к.е.н., доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Питання економічної безпеки підприємства (ЕБП) є однією з актуальніших тем дискусій сьогодення. [1-7]. Серед проблем забезпечення економічної безпеки підприємств можна назвати відсутність загальноприйнятої методики комплексної оцінки економічної безпеки підприємства.

Наразі існує декілька методів оцінки рівня економічної безпеки підприємства:

1. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства визначається на підставі розрахунку сукупного критерію (або інтегрального показника) через знаходження та підсумовування окремих функціональних критеріїв, які обчислюються за допомогою порівняння можливої величини шкоди (збитків) підприємству та суми витрат на реалізацію заходів, пов'язаних з попередженням цієї шкоди (збитку). [2, 3]

2. Розрахунок функціональної залежності [4, 6]

3. Використання індикаторного методу [5]

4. Для експрес-аналізу рівня безпеки підприємства підхід із використанням бальних оцінок [1].

5. Метод визначення ієрархічних рівнів економічної безпеки [3]

6. Графічний [6, 7].

На нашу думку оцінка рівня економічної безпеки має враховувати галузеві особливості об'єкта оцінки. Зокрема, оцінка рівня ЕБП підприємств, попит на продукцію яких суттєво залежить від зміни ситуації на ринку, обов'язково має включати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства. До таких господарюючих об'єктів належать підприємства галузей легкої промисловості, харчової промисловості, готельно-туристичні. Для підприємств туристичної галузі найкраще використовувати методику оцінки рівня ЕБП, яка запропонована Скриньковським Р.М. [7], але змінена з врахуванням особливостей діяльності туристичних фірм. Відтак, для оцінки рівня ЕБП туристичної галузі, пропонуємо використовувати наступні показники:

- рівень безпеки за фінансовою діяльністю (показники фінансового стану, показники дебіторської та кредиторської заборгованості) (B_1);
- рівень безпеки за інвестиційною діяльністю (показники відтворення капіталу,

показники ефективності інвестиційних проектів тощо) (B_2);

- рівень безпеки за операційною діяльністю, тобто маркетингово-ринковою складовою (частка присутності підприємства на ринку, показник конкурентоспроможності продукції/послуг та самого підприємства, показник ринкової віддачі активів) (B_3).

Надалі застосовуються формули (1-2) з [9] і маємо інтегральну оцінку рівня ЕБП туристичної галузі:

$$B = \sum_{l=1}^K (B_l \gamma_l) = \sum_1^3 ((\sum_{n=1}^{k_l} P_{ln} \omega_{ln}) \gamma_l,$$

де γ_l - коефіцієнт вагомості рівня безпеки за видами діяльності;

ω_{ln} - коефіцієнт вагомості n -го показника рівня безпеки за l -ою складовою; k_l - кількість показників рівня безпеки за l -ою складовою; P_{ln} - нормований показник оцінки.

Для підвищення рівня економічної безпеки підприємства слід зосередити увагу на захисті найбільш впливових на її рівень функціональних складових.

Список використаних джерел:

1. Економічна діагностика [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Верхоглядова Н.І. та ін. – Д.: Свідлер. – 2011. – 331 с.
2. Голіков І.В. Сутність та еволюція поняття економічна безпека // Проблеми економіки - №1, 2014. – С. 309 – 314.
3. Довбня С.Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С.Б. Довбня, Н.Ю. Гічова // Фінанси України. – 2008. – №4. – С. 88-97.
4. Доценко І.О. Формування системи оцінювання рівня економічної безпеки підприємства з урахуванням впливу підприємницьких ризиків // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. – 2013. – Т.1. Випуск 1. – С. 69-78.
5. Економічна діагностика підприємства: теорія, методологія та практика застосування [Текст]: монографія / І. В. Кривов'язюк ; Луцький держ. технічний ун-т. – Луцьк: Надстир'я, 2007. – 260 с.
6. Рета М.В. Методичні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства / М.В. Рета, А.О. Іванова // Вісник НТУ «ХП». – 2013. - №21(994). – С. 29-37.
7. Скриньковський Р.М. Економічна безпека підприємства: сутність, класифікація та система діагностики // Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. – Випуск 3, 2015. – С. 414-418.

УДК:368:339.13:343.72

*Ю.В. Калюжна, к.е.н.,
Д.В. Міняйло, здобувач вищої освіти,
Запорізький національний університет*

АНАЛІЗ ШАХРАЙСЬКИХ ДІЙ ТА ЗЛОВЖИВАНЬ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ

Сьогодні значного поширення в страховій сфері набуло шахрайство страхувальників – діяльність, яка здійснюється самими страхувальниками або в змові з робітниками страхових компаній задля незаконного отримання страхових виплат. Страхове шахрайство – досить поширене явище у всьому світі. Так, найвідомішими видами шахрайства є такі: фінансові махінації в майновому,

особистому, медичному страхуванні, автострахуванні, страхуванні виїжджаючих за кордон та страхуванні від нещасних випадків [1].

Страхове шахрайство за кордоном має свої особливості. У США та Канаді шахрайство найбільш поширене у медичному страхуванні та страхуванні життя, водночас у країнах Західної Європи злочинні дії частіше відбуваються в майновому страхуванні, в тому числі в автострахуванні. В Західній Європі до 10-15 % всіх страхових виплат отримують страхові шахраї. Ринок страхування в Канаді щорік втрачає близько 1,8 млрд. дол. США [3]. За даними Бюро контролю РЗУ, частка незаконно отриманих страхових відшкодування у Польщі складають 20% від загальних виплат у країні [1].

За оцінками експертів, приблизно 21% страхових виплат в Україні здійснюється в результаті фінансових зловживань страхувальників. За даними статистики рівень шахрайства по окремих продуктах страхування в Україні за 2016 рік мав такий вигляд: добровільне медичне страхування (25%); КАСКО (23%); страхування відповідальності (16%); страхування туристів (14%); майнове страхування (12%); страхування від нещасних випадків (10%).

Найбільш розповсюджені методи шахрайства в Україні в сфері автострахування такі: інсценування ДТП, викрадання автотранспорту, приховування інформації про реальні обставини ДТП або про стан водія, який управляв автомобілем у момент аварії, страхування вже пошкоджених, навіть, розбитих автівок тощо. В сфері медичного страхування: домовленість з медичними працівниками про надання неправдивих лікарняних висновків.

Структура страхових виплат при страхуванні фізичних осіб станом на 31.12.2016 має такий вигляд:

- основна частина страхових виплат (30,7%) здійснена за договорами ОСЦПВ – 1 165,5 млн. грн., що на 301,2 млн. грн. (або на 34,8%) більше в порівнянні з 2015 роком; 29,7% страхових виплат здійснено за договорами КАСКО і становить 1 128,3 млн. грн., що на 107,4 млн. грн. (або на 10,5%) більше від 2015 року; за медичним страхуванням було виплачено 597,4 млн. грн., що на 92,8 млн. грн. (або на 18,4%) більше в порівнянні з 2015 роком

- основна частина страхових виплат (31,9%) здійснена за договорами КАСКО – 1 020,9 млн. грн., що на 20,8 млн. грн. (або на 2,1%) більше в порівнянні з відповідною датою 2014 року; 27,0% страхових виплат здійснено за договорами ОСЦПВ і становить 864,3 млн. грн., що на 89,6 млн. грн. (або на 11,6%) більше від 2014 року; за медичним страхуванням фізичним особам було виплачено 504,6 млн. грн., що на 71,9 млн. грн. (або на 12,5%) менше від 2014 року [2].

Усього ж чисті страхові виплати за 2016 рік в Україні становили 8 561,0 млн. грн., тому приблизні збитки страховиків від шахрайських дій страхувальників становили у 2016р. 1 797,81 млн. грн. Сьогодні досить важко притягнути недобросовісних страхувальників до відповідальності, тому останнім часом обсяги шахрайських схем та зловживань на страховому ринку збільшуються. Отже, страховиками необхідно розробляти внутрішньофірмові стандарти, які б враховували поведінкові особливості страхувальників, покращувати систему ризик-менеджменту та андеррайтингу.

Список використаних джерел:

1. «4Р» маркетингу страхових компаній : монографія / Козьменко О. В., Козьменко С. М., Васильєва Т. А. та ін. ; кер. авт. кол. д. е. н., проф. О. В. Козьменко. - Суми : Університетська книга, 2014. - 432 с.

2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України / Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>

3. Пластун В.Л. Страхове шахрайство у сучасних умовах розвитку страхового ринку України / В.Л. Пластун, Г.В. Гніденко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія Економіка і менеджмент. С: Сумський національний аграрний університет, 2010. – № 5/1 (39). – С. 99-105.

УДК 368.025

*Ю.М. Клапків, к.е.н.,
Тернопільський національний економічний університет*

ОСНОВНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ РИЗИКАМИ

Ризики завжди супроводжують економічну діяльність господарюючих суб'єктів. Розрізняють чотири способи основні методи управління ризиками, фактично чотири окремі стратегії дій, які щодо страхового ризику може використати індивід, що маніпулює ним з метою мінімізації можливих збитків [1].

1. Уникнення ризику – це метод, що полягає у свідомій відмові у визнанні ризику; суб'єкт в результаті схильний до втрати бізнесу. Висловлює вкрай негативне ставлення до ризику, блокує розвиток, дана стратегія є вкрай неефективною та економічно контрпродуктивною. Щодо ризиків виробництва наприклад в сільському господарстві (переважно природний ризик) взагалі неможлива в застосуванні, оскільки не можливо вести сільськогосподарську діяльність, уникаючи при цьому природного ризику, нерозривно з нею пов'язаного [2].

2. Утримання ризику – цей метод полягає в затриманні ризику, а насправді на зупинці фінансової відповідальності за наслідки реалізації ризику всередині самої інституції. Вона може приймати форму активної прийняття, коли рішення приймається усвідомлено, на основі оцінки власної ситуації; або пасивного утримання, коли особа відповідальна за прийняття рішення навіть не підозрює, що воно впливає їх її непередбачуваності.

Хоча в деяких випадках саме утримання ризику є оптимальним рішенням, за умови що інституція в змозі покрити втрати за рахунок власних коштів (фактично це самострахування, яке є ефективним при диференціації доходів та високій імовірності саме незначних збитків. Однак, як правило, вважається, що інституції чи особи, які утримують ризик на мають повної інформації і реалізують дану тактику через неправильну оцінку ризику, його загрози та можливі втрати. Дана загроза особливо актуальна для інституцій що наражаються на рідкісні але значні за обсягами збитки [3].

3. Контроль ризику – це метод, що полягає в проведенні заходів, що зменшують ймовірність і частоту реалізації ризиків та розміри їх наслідки. Контроль шляхом запобігання втрат – це так звані превентивні заходи. Вони можуть полягати у діях спрямованих на зменшення імовірності значних втрат у разі реалізації конкретного ризику та через диверсифікацію діяльності, доходів чи навіть географічну диверсифікацію складових вартості інституції [4]. Водночас є сфери де, ефективність цього методу обмежена, так як вплив людини на збитки при

оперативній реалізації наприклад природних ризиків доволі незначний, а можливість мінімізації наслідків реалізації вкрай незначна [5].

4. Передача відповідальності за наслідки реалізації ризику – метод, при якому частина ризику (зокрема, фінансової відповідальності за реалізацію ризику) переноситься на іншу особу чи інституції.

Коли жоден з перерахованих вище методів управління ризиком є мало ефективним (контроль є неефективним, утримання небезпечним, а уникнення неможливим) фінансові наслідки реалізації ризику повинні бути перекладені на зовнішній суб'єкт. Даний метод управління реалізується в першу чергу через страхові послуги, хоч він може використовувати і послуги охорони чи зберігання. Водночас, щодо виробничого ризику єдиним варіантом є придбання страхового захисту, тобто виділення фінансових ресурсів на трансфер наслідків реалізації ризику.

Отже, ми можемо прийти до висновку, щодо наявності численних ризиків притаманних людській діяльності, деякі із них наприклад екзогенні, а, отже, індивід чи окрема інституція або несуттєво або взагалі не впливає на ймовірність їх реалізації. Зважаючи, на той факт, що небезпеки не уникнути, а можливості захисту від наслідків реалізованого ризику та способи мінімізації збитку невеликі, оптимальним є використання страхового захисту, тим самим забезпечуючи фінансові кошти від потенційних майбутніх втрат.

Список використаних джерел:

1. Клапків Л. Прагматизм управління фінансовими ризиками, властивими страховим послугам / Л. Клапків // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №4, Т.1. – С. 137-140.

2. Kaczala M. Skuteczne ubezpieczenia w zarządzaniu gospodarstwem rolnym. Część I: Identyfikacja zagrożeń w działalności producenta rolnego i wskazania dla rynku ubezpieczeniowego/ M. Kaczala, K. Łyskawa // Wiadomości Ubezpieczeniowe 2008, nr 1/2, s. 39.

3. Клапків Ю. Дефініція та особливості класифікації катастрофічних ризиків у теорії страхування/ Юрій Клапків // Фінансовий простір. – № 3 (11). – 2013. – С. 145-151

4. Клапків Ю. Фундаментальні домінанти фінансової державної підтримки аграрного бізнесу / Юрій Клапків, Любов Клапків // Наукові записки. Серія «Економіка»: Збірник наукових праць.- Острозька академія, 2012. – Випуск 20. – С. 126-128.

5. Janowicz-Lomott M., Farm income insurance as an alternative for traditional crop insurance /M Janowicz-Lomott, K Łyskawa, P Rozumek// Procedia Economics and Finance. – №33. – S. 439-449.

УДК 338.439:331.101.262 (045)

*С.А. Сегеда, к.е.н., доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

РОЛЬ АГРАРНО-ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ

Розвиток людини, а також її структурних складових ресурсного потенціалу, в значній мірі визначається аграрно-продовольчим забезпеченням та повинні

задовольняти фізіологічні потреби організму у якісних продуктах харчування згідно науково-обґрунтованих нормам, видовою структурою, асортиментом, енергетичною й іншими якісними характеристиками, які необхідні для нормальної життєдіяльності людини. При цьому всі продукти харчування й товари повсякденного вжитку, вироблені із сільськогосподарської сировини, а також навколишнє природне середовище мають бути екологічно безпечними для здоров'я.

Протягом тривалого періоду населення України споживає в недостатній кількості овочів і баштанних культур, фруктів і ягід, риби і рибопродуктів, молока і м'яса. В результаті цього організм людини отримує нижче рекомендованої норми важливі для життєдіяльності вітаміни, протеїн, жири та інші поживні речовини. За інформацією Державної служби статистики України у 2016 році споживалось на одну особу по відношенню до раціональної норми м'яса і м'ясопродуктів – 64,3%, молока і молокопродуктів – 55,1%, фруктів і ягід – 55,2%, риби – 48%.

Одним з важливих факторів здорового життя людини є забезпечення населення країни повноцінними продуктами харчування, що є основою формування якісного ресурсного потенціалу людини. Це необхідно здійснювати на основі організації раціональної структури й ефективного функціонування національного аграрно-промислового виробництва з його традиційно розвиненими сільськогосподарськими галузями. Наявність багатих природних ресурсів та сприятливих кліматичних умов дозволяє населенню України мати доступне виробництво більшості видів сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів, що формують продовольчу безпеку країни та можуть забезпечити широкий асортимент товарів широкого вжитку, виготовлених із сільськогосподарської сировини, і є особливо важливими для забезпечення здоров'я населення.

В Україні в 2016 році по відношенню до 1990 року було вироблено м'яса у забійній вазі лише 53,3%, у тому числі яловичини – 18,9%, свинини – 47,5%, баранини – 28,3%, молока – 42,4%. Перевиробництво спостерігалось лише по м'ясу птиці, що пояснюється його нижчою ціною порівняно з іншими видами м'яса. Аналіз динаміки поголів'я худоби і птиці в Україні свідчить, що протягом періоду 1990-2016 років спостерігається тенденція до зменшення їх кількості за всіма видами. Поголів'я ВРХ протягом періоду з 1990 по 2000 рік зазнало найбільшого скорочення – в середньому за рік на 1,6 млн. голів. Протягом 2000-2012 темпи скорочення поголів'я ВРХ були помітно меншими – в середньому по 0,5 млн. голів за рік. Після деякого приросту поголів'я у 2012-2013 роках знову спостерігається скорочення поголів'я ВРХ протягом 2013-2016 років, у тому числі корів.

Не можна вважати стабільним і розвиток галузі свинарства. Протягом 1990-2016 років поголів'я свиней знизилось на 65,7% незважаючи на певну стабілізацію в 2009-2013 роках. Найбільшого негативного впливу зазнала галузь вівчарства. Поголів'я овець протягом аналізованого періоду зменшилось в 6,4 разу, і по відношенню до 1990 року в 2016 році становить лише 15,6%.

Також активно зменшувалось протягом 1990-2000 років поголів'я птиці. Проте з 2000 року спостерігався його приріст і в 2013 році по відношенню до 1990 року його кількість становила 93,5%. Проте з 2014 року спостерігається повільне зменшення поголів'я курей в середньому на 4% щороку.

Крім продукції тваринництва важливе місце в забезпеченні населення країни повноцінними продуктами харчування займає галузь рослинництва. Варто відзначити суттєві зміни посівних площ технічних культур, що збільшились у 2,4 разу. Посіви цукрових буряків за 26 років зменшились у 5,5 разу, посіви льону-

довгунця зменшились із 172 тис. га у 1990 р. до 2 тис. га у 2016 р. В той же час за досліджуваний період суттєво нарощені площі посівів соняшнику у 3,7 разу (перевищує гранично допустимі норми більш як у 2 рази), ріпаку – у 5,1 разу, сої – у 20,1 разу. Також зменшились площі під кормовими культурами на 10 млн. га (в 6,2 разу), у тому числі кукурудзи на силос – в 16,3 разу, багаторічних трав – у 4 разу. Зменшені площі чистих парів – в 2,3 разу. Єдині культури, площі посівів яких зазнали незначних змін, є картопля і овочі.

Таким чином структура посівів сільськогосподарських культур в Україні має ризиковий характер. Надмірна насиченість полів технічними культурами, зменшення більш ніж в 4 рази посівів багаторічних трав не тільки знизило виробництво кормового білку, а й погіршує структурованість ґрунтів.

Дослідження засвідчують, що зменшення обсягів виробництва тваринницької продукції не забезпечили раціональну науково-обґрунтовану норму споживання на одну особу. За період 1995-2016 рр. в Україні не було досягнуто навіть мінімальної норми споживання молока і молочних продуктів – 353,3 кг на одну особу. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні протягом 1991-2016 рр. ніколи не досягало рекомендованої норми – 80 кг на одну особу.

Мінімальної норми споживання яєць (246 шт.) в Україні було досягнуто в 2006 році, а рекомендованої норми – в 2010 році. Проте в 2015-2016 роках спостерігається незначне зменшення споживання яєць в розрахунку на одну особу на 4% в рік.

Досягнення раціональної норми споживання продуктів харчування обумовлюється не лише відповідними обсягами їх виробництва в країні, а й доходами населення. Належний рівень доходів населення, особливо заробітної плати, визначає його платоспроможність і забезпеченість потреби у продуктах харчування. Аналіз структури грошових доходів домогосподарств засвідчив, що їх сума складається із грошових та натуральних у грошовій оцінці надходжень, одержаних членами домогосподарств у вигляді оплати праці, доходів від підприємницької діяльності та самозайнятості, доходів від власності у вигляді відсотків дивідендів, продажу акцій та інших цінних паперів, соціальної допомоги та інших одержаних поточних трансфертів. У структурі доходів населення заробітна плата становить 39-40% і ця частка протягом багатьох років змінювалась досить повільно, проте в бік зниження, що не є мотиваційним фактором продуктивної активності населення працездатного віку.

Отже, сучасний низький рівень доходів населення України, який обумовлено як об'єктивними так і суб'єктивними причинами, обмежує матеріальний добробут сім'ї працюючих. Також він негативно впливає на розвиток людини як головної продуктивної сили суспільства. Низький рівень матеріального стану населення країни стримує соціально-економічний розвиток економіки в цілому, який має обернений негативний вплив на формування людини.

Продовольча безпека населення України, як важлива умова розвитку людини, має визначатись цілою системою факторів, базовим серед яких є ефективний розвиток аграрного сектору економіки. Саме це і визначає необхідність в державній підтримці управління економікою як мотиваційного чинника збільшення обсягів аграрно-продовольчої продукції, динамічного розвитку традиційних галузей національного сільськогосподарського виробництва.

Список використаних джерел:

1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України

(За роками) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://uga-port.org.ua/sites/default/files/zb_spog_2017.pdf.

2. Коденська М.Ю. Людський капітал в системі соціально-економічних відносин: моногр. / М.Ю. Коденська, Ю.О. Нестерчук, С.Ю. Соколюк, К.Ю. Соколюк. – Умань: Видавець «Сочинський М.М.», 2017. – 172 с.

3. Рослинництво України (За роками) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

4. Статистичний щорічник України (За роками). Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

5. Тваринництво України (За роками) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Україна в цифрах (За роками) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://iaastat.kiev.ua>

УДК 338.1

*O. Fedirets, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Poltava State Agrarian Academy*

FORMATION OF AN ANTI-CRISIS PROGRAM OF ENTERPRISES

Theoretical issues and methodological aspects of determining the content of the anti-crisis program, that is, an optimal list of anti-crisis measures and the sequence of their implementation, belong to the least developed. Typically, a certain set of anti-crisis measures are proposed in accordance with the depth of the current crisis and the stage of financial stabilization (methods of operational, tactical, strategic mechanisms). Operational, long-term financial and long-term investment methods are applied in succession. If the required result is not obtained, methods of rehabilitation are grouped depending on the quantitative indicators of the threat of bankruptcy, etc. There is no definite point of view on the sequence of application of certain anti-crisis procedures, and the optimal norm of the ratio between them, moreover the methodological tools of each stage of the anti-crisis transformation are formed empirically without proper justification of the appropriateness of these measures.

In foreign studies, E. Brigham, professor of the London Business School in particular [1, p. 39], on the basis of a detailed study of the practice of transformation of companies, emphasizes the need for individual selection of anti-crisis procedures depending on the causes of the crisis; the degree of its complexity; relations with physical and legal entities, organizations and groups of organizations that are interested in the development of this enterprise and capable of influencing this development; historical heritage; industry features; structure of the enterprise expenses, etc.

Thus, the anti-crisis program of the enterprise should be considered as documenting of the decision taken regarding the ways and means of the enterprise financial recovery, and scientifically substantiated requirements (principles) of its development should be based on scientific developments and tools of decision-making theory.

It is necessary to highlight the structural and logical scheme of the process of forming the enterprise crisis program. Development of the enterprise crisis program is a managed process in which separate stages of work are singled out.

At the stage of forming the working group, it is necessary to identify several stakeholders who will be responsible for the process of developing and implementing the

anti-crisis program, or contact a consulting agency for help. The consultant is presenting the view from the outside, and is rather free in the estimates: the priorities of saving business, directions of the business activities, market, suppliers, etc.

At the second stage it is necessary to develop a calendar network plan that determines the structure of the functional complexes of works, the timing and peculiarities of their implementation. Different calendar network plans are used, such as Gantt charts, schedules, network graphs (Program Evaluation and Review Technique (PERT) and critical path method).

The screening standard refers to a certain list of, as a rule, qualitative conditions and limitations, the discrepancy in which makes it inappropriate for further consideration and in-depth development of the expressed anti-crisis idea. In essence, the screening standard serves as a level of satisfaction. It is used to localize the set of anti-crisis decisions, which helps to focus on the most important measures that are adequate to the specific conditions of the enterprise [2, p. 109].

Compliance with the economic interests and strategic objectives of the enterprise – the application of this screening standard requires clarification: in the interests of which social groups the anti-crisis program is being developed. Focusing on the interests of the owners of an insolvent enterprise implies that a financial plan to exit insolvency should take into account the interest of owners in preserving the existing distribution of ownership and control over the enterprise, as well as their general orientation towards the future of the enterprise (continuation or liquidation). The economic interests of the administrative apparatus of the enterprise consist in maintaining the independence of making and implementing managerial decisions, real control over the economic life of the enterprise. Taking into account the economic interests of the employees of the enterprise requires orientation on the preservation of jobs, stable payment of wages and its growth [1, p. 18].

Compliance with resource provision and possibility of practical implementation – this screening standard determines targeting at the measures that are feasible, taking into account available material, labor, informational and financial resources.

Performing screening analysis – at this stage, individual alternatives are compared with the criteria (screening standards) which they must comply with. The anti-crisis measures that do not meet at least one screening standard are excluded from further consideration [3, p. 35].

When developing and implementing anti-crisis programs, it is important to pay attention to improving their efficiency, that is, better use of allocated resources. The criterion of efficiency is the ratio of growth of the enterprise net income, obtained by investing the program, to the volume of investment. The payback period of investments can also serve as an indicator of efficiency.

The crisis extends its influence on the financial, economic and strategic levels. Under these conditions, the main problems of the enterprise management should include identification of the zone and type of the crisis; the available potential for overcoming it; development of the anti-crisis program of the enterprise operation.

References:

1. Brigham E. (2009). *Fundamentals of Financial Management* / Eugene F. Brigham, Joel F. Houston. – Cengage Learning, 2009. – 752 p.
2. Novikova, O. F., & Pokotylenko, R. V. (2006). *Economic security: conceptual definitions and mechanisms of support*. Donetsk: Ukraine National Academy of Sciences, Institute of Industrial Economics (in Ukr.).
3. Sukhorukov, A. (2004). *The anti-crisis policy of developed countries*. Ekonomika

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЗАХОДИ ЗАПОБІГАННЯ ЇХ БАНКРУТСТВУ

В сучасних умовах, що характеризуються політичною і економічною нестабільністю, недосконалістю правового та податкового законодавства діяльність підприємств в Україні може бути ускладнена різними кризовими ситуаціями, які в подальшому призводять до неплатоспроможності або банкрутства.

Банкрутство підприємств як економічне явище безпосередньо пов'язане із погіршенням його фінансового стану і отриманням збитків. У даному зв'язку варто виділити досить високу кількість збиткових суб'єктів господарювання, що функціонують в національній економіці України. Це викликане взаємними неплатежами підприємств, високим рівнем оподаткування, політичною нестабільністю, недосконалістю нормативно-правової бази, неефективністю фінансового менеджменту. Зазначені вище чинники призводять до неплатоспроможності підприємств і є основними причинами стійкої тенденції до збільшення кількості збиткових підприємств.

За 2011-2015 рр. вітчизняні підприємства в цілому отримали негативний фінансовий результат (збиток) – 462310,3 млн. грн. Це пов'язано з тим, що в 2015 р. – 26,3 % (від загальної кількості) підприємств у всіх регіонах України були збитковими (815302,1 млн. грн), а прибутковими – 73,7 % підприємств (475201,8 млн. грн).

Найбільше збитків за аналізований період отримали підприємства м. Києва – 175772,6 млн. грн, Донецької області – 74086,1 млн. грн, Дніпропетровської області – 72727,2 млн. грн, Луганської області – 49315,6 млн. грн, Київської області – 24421,4 млн. грн та Одеської області – 16198,3 млн. грн. (табл. 1).

Під загрозою банкрутства перебувають у переважній більшості малі та середні підприємства, проте спостерігається стабільна тенденція до підвищення ролі малого підприємництва в національній економіці України.

Таблиця 1

Оцінка фінансових результатів (до оподаткування) діяльності підприємств України в розрізі регіонів, 2011 – 2015 рр., млн. грн¹⁾

Регіони України	Роки					Відхилення (+, -) 2015 р. від 2011 р.
	2011	2012	2013	2014	2015	
1	2	3	4	5	6	7
Вінницька	2006,3	1486,9	638,1	-1231,9	5228,8	3222,5
Волинська	655,1	-222,8	-584,7	-6768,9	-3180,1	-3835,2
Дніпропетровська	26148,3	11649,8	6792,0	-54878,6	-46578,9	-72727,2
Донецька	12556,2	2669,9	-1579,1	-42873,6	-61529,9	-74086,1
Житомирська	549,1	346,8	-16,5	-2470,6	3,1	-546,0
Закарпатська	370,6	181,5	117,0	-2100,6	... ²⁾	x
Запорізька	5344,9	3658,1	6048,0	-9079,9	-2724,3	-8069,2
Івано-Франківська	-1341,9	-1544,0	-1016,8	-9126,5	-7186,2	-5844,3
Київська	5865,0	10188,2	7512,8	-28969,4	-18556,4	-24421,4
Кіровоградська	2616,7	2616,1	1087,9	-3263,1	-4189,1	-6805,8

Продовж. табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
Луганська	-2227,5	-5842,9	-8355,4	-46595,7	-51543,1	-49315,6
Львівська	2215,5	2283,5	2772,6	-8753,2	-7693,1	-9908,6
Миколаївська	2216,5	2055,7	1061,7	-8758,4	-2663,5	-4880,0
Одеська	375,2	-83,7	-397,7	-30325,2	-15823,1	-16198,3
Полтавська	10369,5	8555,2	6332,7	-3198,9	... ²⁾	х
Рівненська	271,7	-951,3	-1617,5	-7610,9	-5309,7	-5581,4
Сумська	1546,3	2504,0	885,9	-678,8	4653,5	3107,2
Тернопільська	199,8	1096,5	297,1	-5796,2	-2088,1	-2287,9
Харківська	1307,7	2207,1	1932,2	-6708,0	-2745,7	-4053,4
Херсонська	419,2	232,8	228,0	-2500,6	2378,5	1959,3
Хмельницька	1463,8	1040,1	548,2	-3396,1	-479,9	-1943,7
Черкаська	2699,7	2371,4	430,2	-5833,6	3719,1	1019,4
Чернівецька	-46,1	295,0	-129,5	-910,2	417,8	463,9
Чернігівська	-136,1	1167,0	100,5	-3136,6	... ²⁾	х
м. Київ	45647,1	54116,7	11034,7	-228621,5	-130125,5	-175772,6
Україна – всього	122210,0	101884,7	29602,8	-523587,0	-340100,3	-462310,3

¹⁾ без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції;

²⁾ дані вилучено з метою забезпечення виконання Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації.

Джерело: дані Державної служби статистики України [1], розраховано автором

Нами розроблено заходи запобігання банкрутства в підприємствах, які складаються з чотирьох взаємопов'язаних напрямів: 1) моніторинг фінансового стану підприємства; 2) перегляд маркетингової стратегії підприємства; 3) перегляд маркетингової стратегії підприємства; 4) реорганізація діяльності (рис. 1).

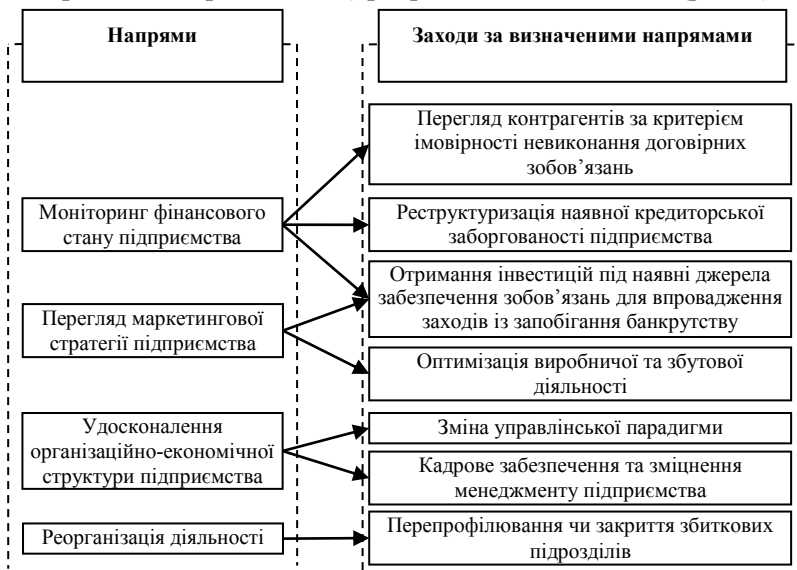


Рис. 1. Заходи щодо запобігання банкрутства підприємств

Джерело: авторська розробка

Таким чином, запропоновані заходи спрямовані на виявлення ознак ймовірності настання банкрутства та створення відповідних передумов для їх своєчасного запобігання і подолання з метою забезпечення прибутковості та

конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 338.48

*Є.О. Азарова, магістрант,
Науковий керівник: Т.Л. Зубко, к.е.н., доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет*

**УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТА ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЯ В СИСТЕМІ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління фінансовими ризиками визначає можливість забезпечення стійкості економічного об'єкту, здатність протистояти загрозам внутрішнього і зовнішнього середовища. Саме тому управління ризиками повинно стати невід'ємним елементом стратегії і тактики розвитку кожного підприємства.

До внутрішніх небезпек і загроз, що впливають на фінансову безпеку, відносяться навмисні або випадкові помилки менеджменту у сфері управління фінансами підприємства, пов'язані з: вибором стратегії підприємства; управлінням й оптимізацією активів і пасивів підприємства. До зовнішніх загроз можна віднести: скупку акцій, боргів підприємства небажаними партнерами чи підставними компаніями; наявність значних фінансових зобов'язань у підприємства; нерозвиненість ринків капіталу та їхньої інфраструктури; недостатньо розвинену правову систему захисту прав інвесторів і виконання законодавства; кризу грошової і фінансово-кредитної систем; нестабільність економіки; недосконалість механізмів формування економічної політики держави [1, с. 13].

У процесі діагностики загального рівня економічної безпеки підприємства доцільно виділити такі її основні форми, як поточна, тактична і стратегічна економічна безпека. При цьому загальний рівень економічної безпеки визначається на підставі оцінки всіх трьох складових. Відповідно до запропонованого підходу, поточна економічна безпека передбачає відсутність загроз, здатних призвести до припинення життєдіяльності підприємства в поточному періоді. Діагностика поточної безпеки полягає у визначенні рівня платоспроможності підприємства шляхом інтегральної оцінки його фінансово-економічного стану [2, с. 5].

Стратегічний пов'язаний з прийняттям довгострокових рішень. До задач стратегічного підходу відноситься встановлення граничних значень ризиків, які визначаються перш за все стратегічною оцінкою зовнішнього середовища. Тактичний підхід полягає у визначенні рівня ризиків на найближче майбутнє і порівнянні його з критичним значенням. Зауважимо, що підприємство, яке займається виробничо-збутовою діяльністю, характеризується високим рівнем низки фінансових ризиків, управління якими здійснюється в рамках тактичного підходу [3, с. 3].

Система управління ризиками підприємства, до складу якої входить сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових, контролюючих і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, з урахуванням особливостей діяльності підприємства

повинна забезпечувати здійснення контролю за своїми ризиками, посилення реакції на виникаючі кризові ситуації та наявність досвіду здійснювати управління економічною безпекою на підприємстві [4, с.108]. У рамках реалізації даних функцій актуальним представляється наступна схема організації експрес-аналізу економічної безпеки (рис. 1).

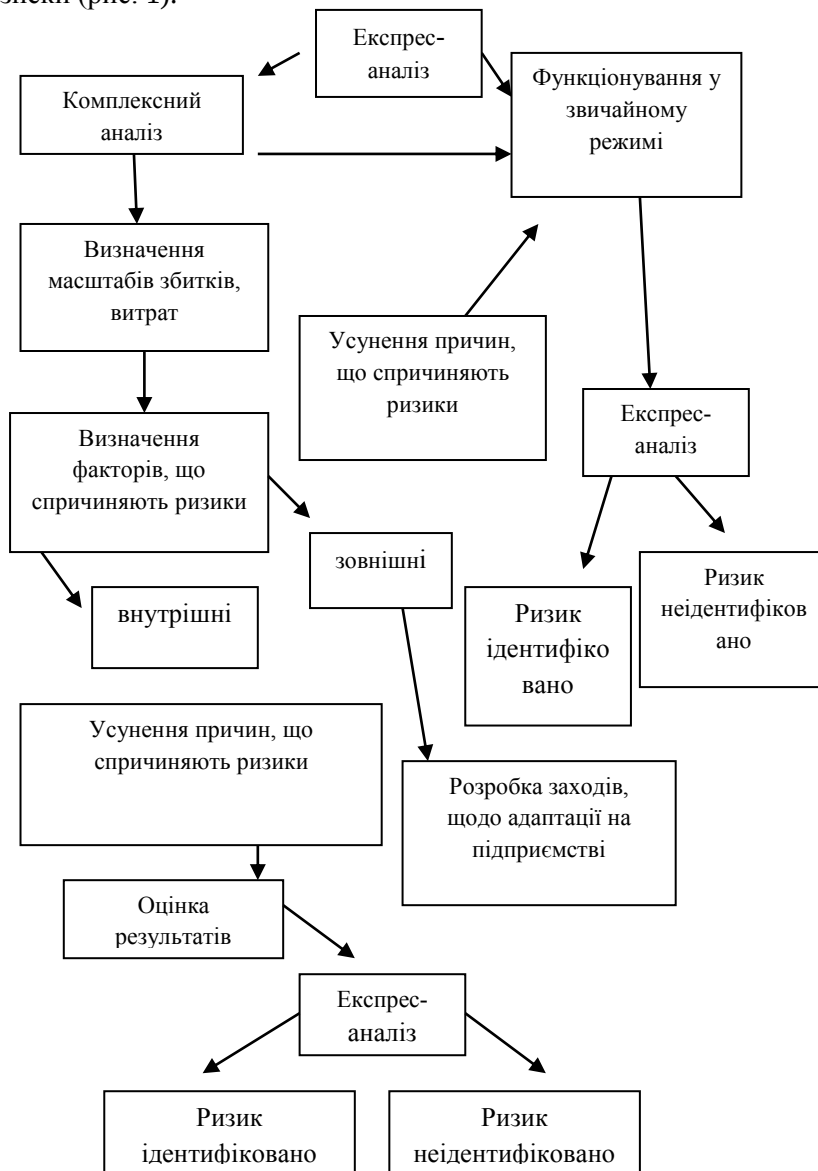


Рис. 1. Організація експрес-аналізу економічної безпеки підприємства [4, с. 109]

Існують наступні форми профілактики ризику:

1. Мінімізація ризиків – це сукупність дій, направлених на зниження ризику, шляхом його уникнення або попередження.
2. Диверсифікація ризиків, дозволяє уникнути частини ризику при розподілі капіталу між різноманітними видами діяльності.
3. Лімітування ризиків. За тими видами господарської діяльності та господарських операцій, які можуть постійно виходити за встановлені межі

допустимого ризику, цей ризик лімітується шляхом встановлення відповідних економічних і фінансових нормативів.

4. Отримання додаткової інформації – є одним з найважливіших способів зниження ризику.

5. Використання організаційних і економічних методів управління ризиком [5, с. 91].

Таким чином, важливим аспектом забезпечення фінансово-економічної безпеки є управління ризиком на підприємстві, що являє собою складний процес. Його основою є зважене визначення джерел тих видів ризику, які у разі реалізації призводять до виникнення загроз стабільному й ефективному розвитку суб'єкта господарювання. Перспективи подальших досліджень мають полягати у визначенні найбільш актуальних ризиків для підприємств та обґрунтованому виборі методів їх зниження.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук А. В. Поняття фінансової безпеки підприємства: економічна сутність та складові [Електронний ресурс] / А. В. Ковальчук. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://khibs.ubs.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/3.-Ponyattya-finansovoi.pdf>.

2. Корнієнко Т. О. Особливості оцінки рівня економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] /Т. О. Корнієнко. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5595/1/Особливості%20оцінки%20рівня%20економічної%20безпеки%20підприємства.pdf>.

3. Кулакова І. А. Управління ризиком в контексті забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / І. А. Кулакова, О. О. Хворост // 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29054/1/risk%20management.pdf>.

4. Каламбет С. В. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств / С. В. Каламбет, В. А. Воропай. // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – №2.

5. Костюк Ж. С. Шляхи попередження та нейтралізації ризиків та загроз економічній безпеці підприємств залізничного транспорту / Ж. С. Костюк. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – №45.

УДК 336.748

*А. Шахнюк, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Е.І. Гатауліна, к.е.н., доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

АНТИІНФЛЯЦІЙНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Інфляція як специфічна властивість економіки відома вченим вже кілька століть. Інфляція є багатостороннім, складним процесом, який є частиною всіх основних економічних проблем держави. Під інфляцією прийнято вважати зростання загального рівня цін у країні впродовж певного періоду часу, що супроводжується знеціненням національної грошової одиниці [1, 2].

Необхідність регулювання інфляції, як, власне, і саме це явище, з'явилося з появою неповноцінних грошей та відповідною трансформацією грошових відносин

у суспільстві. Антиінфляційна політика – це комплекс досить різноманітних грошово-кредитних, бюджетних заходів, податкових заходів, програм стабілізації і дій по регулюванню і розподілу прибутків [1].

Для боротьби з інфляцією у міжнародній практиці можна виділити такі основні, класичні напрями антиінфляційної політики:

- дефляційна політика;
- політика доходів;
- адаптаційна політика [2].

В Україні інфляційні процеси спостерігаються від початку її становлення на шлях незалежності. Відомо, що в певні моменти вона була руйнівною, а в інших ситуаціях помірною [1].

Аналізуючи дані за індексом споживчих цін, який показує зміни загального рівня цін на товари та послуги, станом на кінець 2017 року в Україні рівень інфляції очікується 12% [5]. Тобто, ми можемо бачити та відчувати помірну інфляцію, яка характеризується надмірною емісією маси грошей без помітного підвищення цін. Вона достатньо чутлива для населення і для розвинутих країн не притаманна (до 5% це нормально, а 12% це все багато).

В той час як в країнах ЄС на кінець 2017 року очікуваний рівень інфляції складе – 1,70% [6]. Такий рівень інфляції є помірним, він не несе загрози соціально-економічному життю населення. Навіть навпаки, експерти зазначають, що цей процес стимулює підприємницьку діяльність та може бути використаний для збалансування грошово-фінансових матеріальних ресурсів.

Основними соціально-економічними наслідками інфляції майже завжди є перерозподіл національного доходу і багатства між різними групами суспільства [1].

Антиінфляційна політика уряду України була спрямована на досягнення мети щодо помірності рівня і керованості інфляції. Кабінет Міністрів України здійснював антиінфляційну політику за стратегією проведення дефляційної політики (регулювання попиту) та державного контролю за заробітною платою й цінами [1].

Заходи Національного банку України та Міністерства фінансів, спрямовані на реалізацію політики дефляції, дали бажаний антиінфляційний ефект, проте посилювали соціальне напруження в суспільстві [1].

Стабілізаційні заходи, спрямовані на досягнення низьких темпів інфляції в індустріально розвинутих країнах та країнах з перехідною економікою, зводяться до чотирьох основних режимів грошово-кредитної політики: таргетування обмінного курсу, таргетування грошових агрегатів, таргетування інфляції, грошово-кредитна політика без встановлення «номінального якоря» [3].

Для стримування та контролю рівня інфляції не менш як 50 економік світу продовжують жорстко фіксувати курси своїх грошових одиниць відносно третіх валют. До них належать, наприклад, Гонконг, Мальта, Латвія, Литва, Естонія. Режиму таргетування валютного курсу є досить ефективним інструментом зменшення рівня інфляції [3].

У країнах-членах Європейського валютно-економічного союзу (ЄВС) контроль за грошовим управлінням передано Європейському центральному банку (ЄЦБ). Країни Південної Європи до вступу у Європейський валютно-економічний союз мали вищі за середні по ЄС показники інфляції і менший ступінь розвитку фінансових систем. Запровадження євро позитивно вплинуло на макроекономічну стабільність Італії, Іспанії, Португалії та Греції, а також зниження темпу інфляції [3].

Для України є дуже важливим аналіз антиінфляційної політики США, адже

значна частка зовнішнього боргу країни виражена у доларах США, а золотовалютні резерви України здебільшого складаються з доларів [4].

Отже, шляхом комплексного використання важелів та методів боротьби з інфляцією, за допомогою бюджетної політики держави, контролем валютного курсу можна досягти найбільшої ефективності в проведенні антиінфляційної політики. Україна може подолати усі політичні та економічні проблеми, що існують на даний час, вийти з кризи враховуючи особливості національної економіки, аналізуючи та враховуючи досвід інших країн, які успішно подолали інфляцію та кризові явища.

Список використаних джерел:

1. Кінь І.І. Теорія та практика антиінфляційної політики / Кінь І.І. // Тернопільський національний економічний університет кафедра економічної теорії міждисциплінарна курсова робота. – Тернопіль, 2016. – С.1-39.

2. Кляшов І.С. Аспекти антиінфляційної політики України / Кляшов І.С. // ХНЕУ ім. С. Кузнеця 2013. – С. 1-4.

3. Папаїка О.О., Горбанський А.Б. Світовий досвід антиінфляційної політики держави: рекомендації для України / Папаїка О.О., Горбанський А.Б. // Економічний вісник НГУ 2010 №1. – С. 41-45.

4. Сущенко О., Стахів Ю. Генезис та особливості антиінфляційної політики США на сучасному етапі / Сущенко О., Стахів Ю. // ХНЕУ імені Вадима Гетьмана Журнал «Ринок цінних паперів України» 2011. – С. 23-30.

5. Індекс інфляції (Україна) – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>.

6. Рівень інфляції в ЄС у 2017 році – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.statbureau.org/ru/european-union/inflation>.

УДК 005.334

*А.В. Якименко, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: О.М. Матусова, к.е.н., доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки теоретичні і практичні дослідження в галузі управління фінансовими ризиками набувають особливого значення з огляду як на зростаючу роль фінансового сектору в економіці сучасного суспільства, так і на те, що господарські суб'єкти у своїй діяльності дедалі частіше відчувають негативні впливи ризиків і непевності, на що звертають увагу як закордонні, так і вітчизняні фахівці. Особливість прояву фінансових ризиків вбачається у тому, що вони передусім приводять до втрат майбутніх прибутків та зменшення реальної вартості активів суб'єктів господарювання [1].

Фінансовий ризик – економічна категорія, що відображає об'єктивно наявні невизначеність та конфліктність, які виникають у відносинах щодо створення, розподілу, перерозподілу та споживання доданої вартості та частини національного багатства між суб'єктами економічної діяльності [2, с. 12].

Управління фінансовими ризиками підприємства являє собою процес передбачення та нейтралізації негативних наслідків, пов'язаних з їх ідентифікацією, оцінкою, профілактикою і страхуванням з метою забезпечення ресурсами

підприємства [3].

Для більш повного розуміння цього явища необхідно представити процес управління фінансовими ризиками підприємства як систему, виділити об'єкт і суб'єкт управління. Під об'єктом системи управління фінансовими ризиками розуміється господарська діяльність підприємства.

Суб'єктом системи управління фінансовими ризиками на підприємстві є управлінці вищої ланки, такі як фінансові менеджери. Головні принципи, які покладені в основу побудови системи управління фінансовими ризиками, є такі:

- системності – управління повинно базуватися на розгляді підприємства як складної економічної системи, яка піддається дії зовнішнього середовища;

- керованості – на підприємстві існують певні важелі, які дозволяють компенсувати негативний вплив і локалізувати розвиток ризикової ситуації;

- адекватності – комплекс управлінських рішень щодо зниження фінансових ризиків на діяльність підприємства повинен відповідати певному виду і ступеню ризику, а його ефективність оцінюватися з точки зору поліпшення загального фінансового стану підприємства;

- модульності – система управління фінансовими ризиками повинна складатися з логічно пов'язаних модулів, кожен з яких вирішує конкретну задачу ідентифікації, визначення ступеня, локалізації ризиків і оцінки ефективності управлінських заходів [4, с.107].

Управління фінансовим ризиком посідає особливе місце. По-перше, це пов'язано з тим, що соціально-економічний ризик має фінансові наслідки. По-друге, це важливо тому, що обсяг доступних фінансових ресурсів суттєво впливає на вибір методу та ефективності управління ризиком.

Основними етапами управління фінансовими ризиками підприємства є:

- планування та прогнозування рівня фінансових ризиків підприємства, яке відбувається за допомогою використання на підприємстві методу експертних оцінок;
- реалізація стратегії управління фінансовими ризиками підприємства.

Вибір стратегії відбувається за умови визначення підприємством основних умов діяльності. Наприклад, чи готове підприємство піти на визначений рівень ризику, чи воно схильється до уникання ризику і не прагне суттєвої максимізації рівня прибутковості своєї діяльності. Або для нього більш привабливою є схема передачі ризику за допомогою основних методів;

- оцінка ефективності управління фінансовими ризиками.

Оцінка ефективності управління фінансовими ризиками відбувається за допомогою використання таких показників як: середньоарифметичного; дисперсії; середнього квадрату відхилення; коефіцієнту варіації [1, с. 34].

Не менш важливим в управлінні фінансовими ризиками є пошук шляхів, які мінімізують наслідки цих ризиків. Їх існує дуже багато, але виділимо найвагоміші з них.

Ухилення від ризику – це найбільш простий і радикальний напрям нейтралізації фінансових ризиків, що дає змогу повністю уникнути потенційних втрат, пов'язаних із фінансовими ризиками, проте не дає змоги отримати прибуток, пов'язаний із ризикованою діяльністю.

Переїняття ризику на себе – це залишення всього (або частини) ризику за компанією та покриття можливих втрат власними коштами.

Диверсифікація становить один із найбільш ефективних шляхів нейтралізації фінансових ризиків. Це дає змогу знижувати окремі види фінансових ризиків:

кредитний, депозитний, інвестиційний, валютний і полягає у зменшенні рівня їхньої концентрації.

Лімітування – це встановлення ліміту, тобто граничних сум витрат, продажів, кредиту тощо. Лімітування є важливим прийомом зниження ступеня ризику та застосовується банками при видачі позик, укладенні договору овердрафту тощо.

Страховання фінансових ризиків – це страхування, що передбачає обов'язки страховика по страхових виплатах у розмірі повної або часткової компенсації втрат прибутків (додаткових витрат) особи, на користь якої укладений договір страхування, викликаних такими подіями: зупинка або скорочення обсягу виробництва в результаті обумовлених у договорі подій; банкрутство; непередбачені витрати; невиконання (неналежне виконання) договірних зобов'язань контрагентом застрахованої особи, що є кредитором по угоді; понесені застрахованою особою судові витрати.

Основними формами наряду нейтралізації фінансових ризиків є: формування резервного (страхового) фонду підприємства; формування цільових резервних фондів; формування системи страхових запасів матеріальних і фінансових ресурсів по окремих елементах оборотних активів підприємства; нерозподілений залишок прибутку, отриманого у звітному періоді [5, с. 53].

Хеджування як метод зниження фінансових ризиків представляє собою страхування ризиків від несприятливих змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності по контрактах і комерційних операціях, що передбачають постачання (продажі) товарів у майбутніх періодах. Науковці виділяють два види операцій хеджування: хеджування на підвищення і хеджування на пониження. Хеджування на підвищення, або хеджування купівлею, є біржовою операцією з купівлі термінових контрактів або опціонів і застосовується в тих випадках, коли необхідно застрахуватися від можливого підвищення цін (курсів) у майбутньому. Воно дає змогу встановити покупну ціну набагато раніше, ніж буде придбано реальний товар. Хеджування на пониження, або хеджування продажем – це біржова операція з продажу термінового контракту, тобто хеджер припускає зробити в майбутньому продаж товару і тому, продаючи на біржі терміновий контракт або опціон, страхує себе від можливого зниження цін у майбутньому [6].

Отже, в конкурентному ринковому середовищі підприємство часто ризикує. Ці ризики спричинені бажанням підприємств залишатися на ринку та отримувати більший прибуток. Для того, щоб уникнути небажаних втрат, а особливо фінансових, підприємство має своєчасно ідентифікувати і правильно оцінювати рівень ризику, ефективно управляти ним з метою обмеження його негативного впливу та мінімізації обсягів фінансових втрат. Для забезпечення фінансової безпеки і можливості передбачення фінансових ризиків на підприємстві повинна існувати система управління фінансовою безпекою підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Белоусова С. В. Формування програми управління фінансовими ризиками підприємства/С.В.Белоусова// Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017 р. – №3/1. – С.33-37
2. Бабенко В.Г. Страхування фінансових ризиків як механізм надання гарантій суб'єктам підприємницької діяльності [автореферат дисертації] / В.Г. Бабенко//. – Суми, 2007. – 21 с.
3. Тимошенко О.В. Страхування фінансових ризиків як фактор забезпечення фінансових ресурсів підприємства / О.В. Тимошенко//Економічний простір. – 2013 р.

–№71. – С.135-143

4. Полякова О. Ю. Основні засади формування комплексу моделей управління фінансовими ризиками підприємства/О.Ю. Полякова, Л.А. Гольцяєва // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013 р. –№6. – С. 106-109

5. Овчіннікова Ю. І. Управління фінансовими ризиками на підприємстві / Ю.І. Овчіннікова, В. Г. Кабанов //Вчені записки Університету «КРОК» . – 2014 р. – №35. – С.48-56

6. Соловйов В. І. Математичні методи управління ризиками / В. І. Соловйов. – М.: ГУУ, 2003. – 100 с.

СЕКЦІЯ 4

Інноваційний, інвестиційний менеджмент. Управління фінансовими та матеріальними ресурсами підприємства

УДК 338.45

*О.Г. Рудковская, ассистент кафедры финансов,
А.М. Чалая, студент,*

УО «Белорусский государственный экономический университет»

ТЕНДЕНЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛАРУСИ И РОССИИ

Основную позицию в развитии национальной экономики заслуженно занимает промышленный комплекс, обеспечивающий устойчивое функционирование других видов экономической деятельности как в сфере производства, так и в сфере услуг, удовлетворение потребностей населения в промышленной продукции, осуществление экспортных поставок конкурентоспособной продукции, решение социальных задач, а также определяющий экономическую безопасность страны. В отраслевой структуре ВВП по данным за 2016 год на промышленность приходится 24,9%.

Важной составной частью хозяйственного комплекса Российской Федерации также является промышленность. Ей принадлежит ведущая роль, определяемая тем, что она обеспечивает различные отрасли экономики новыми материалами и орудиями труда, а также служит активным фактором научно-технического развития страны.

Однако в настоящее время, по ряду причин наблюдается замедление темпов роста объемов промышленного производства России и Республики Беларусь (рис. 1, 2).

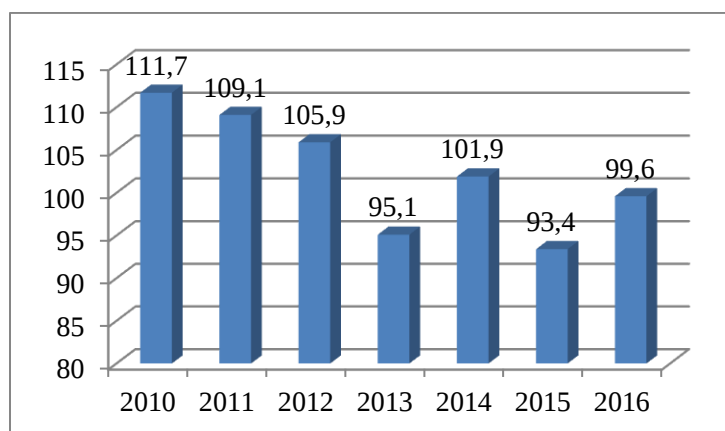


Рис. 1. Темп роста объема производства промышленной продукции, Республика Беларусь, %

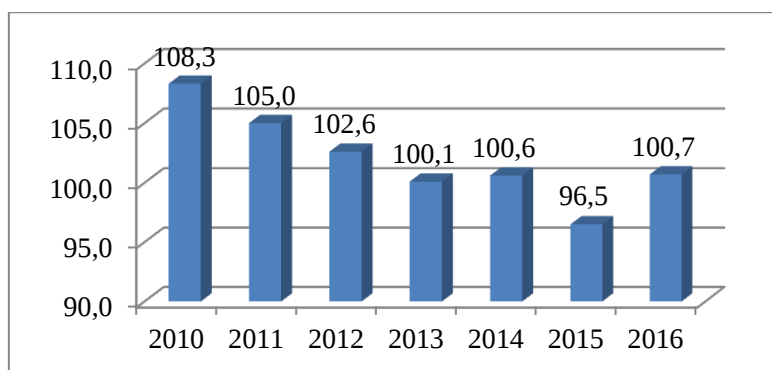


Рис. 2. Темп роста объема производства промышленной продукции, Российская Федерация, %

Одним из факторов, сдерживающих рост объемов промышленного производства, является недостаток инвестиций в эту сферу. Инвестиции выступают необходимым ресурсом для промышленности. По данным Белстата, по итогам I полугодия 2016 года иностранные инвесторы вложили в реальный сектор экономики (кроме банков) Беларуси 4 742,3 млн. долларов США инвестиций. По сравнению с I полугодием 2015 года объем иностранных инвестиций снизился на 17,3%.

Развитие промышленности страны влияет на ее валовой внутренний продукт. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь рисунок 3 до 2013 года включительно промышленный комплекс традиционно выступал в качестве лидера экономического развития, обеспечивая порядка 1/3 ВВП страны, далее наблюдается снижение.

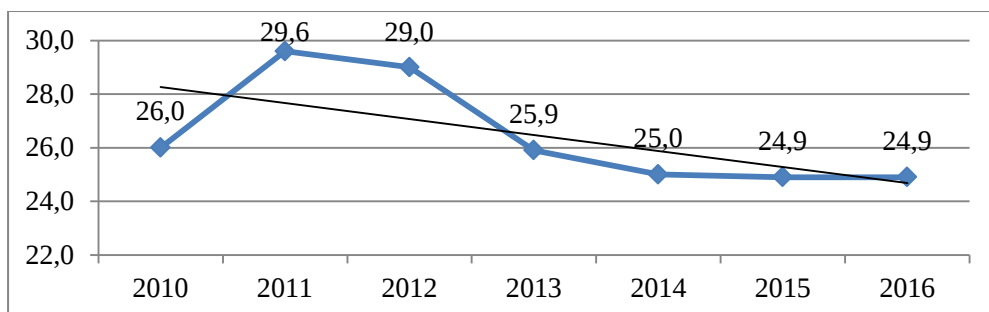


Рис. 3. Динамика вклада промышленности в валовой внутренний продукт, Республика Беларусь

Таблица 1

Динамика доли промышленного производства в общей сумме валового внутреннего продукта России

Показатель	2013	2014	2015
Валовой внутренний продукт в текущих рыночных ценах, млрд. руб.	66689,1	77893,1	80412,5
Доля промышленного производства в общей сумме ВВП, %	62,04	57,92	59,65

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что доля промышленного

производства в общей сумме ВВП России значительна и составляет более половины ВВП. В анализируемом периоде наблюдается общее снижение доли промышленного производства в ВВП страны с 62,04% в 2013 году до 59,65% в 2015 году.

По итогам января-мая 2016 года индекс промышленного производства в России составил 100,1%, в Беларуси – 98,1%.

Отраслевая структура промышленного комплекса Республики Беларусь характеризуется отсутствием кардинальных структурных сдвигов и представлена высокой долей импортоспособных отраслей. В общем объеме обрабатывающей промышленности удельный вес машиностроительного комплекса составляет 20,3% (24,4%). В структуре машиностроительного комплекса Беларуси особо выделяются приборостроительная (6,5%), радиотехническая, электротехническая промышленность (1,4%), а также электронная и оптико-механическая промышленность (4,1%), которые относятся к наукоемким видам производства. Особое значение имеет воспроизводственная функция машиностроительного комплекса. Производимые машины, станки и оборудование определяют возможности для материально-технического обновления других отраслей национальной экономики. По данным Росстата, на 2016 год, в структуре продукции машиностроительного комплекса России наибольший процент составляет электротехническое приборостроение (12%).

Начиная с 2013 года увеличился уровень складских запасов и составил три четверти среднемесячного объема производства. Ухудшение финансового состояния промышленных предприятий, сокращение инвестиций, а в частности снижение доли инвестиционных вложений в активную часть основных средств приводят к спаду промышленного производства и замедлению темпов экономического роста государства.

Вместе с тем в настоящее время (с переходом на рыночные условия, когда индустриальная технология коренным образом изменяется, доминируют высокие технологии на основе инноваций) сохраняют актуальность такие основные проблемы, как потребление значительных объемов сырьевых, материальных и топливно-энергетических ресурсов, которые представляют собой дорогостоящий промежуточный импорт. Увеличение объемов производства и экспорта промышленной продукции приводит к росту промежуточного импорта.

Особо важное предназначение промышленности заключается в создании условий для расширенного воспроизводства, решении задач поздней модернизации, основанной на высоких, инновационных технологиях. Стабильное финансовое состояние промышленных предприятий, хорошие результаты финансово-хозяйственной деятельности промышленных предприятий определяют не только их поступательное развитие, но и интенсивный экономический рост всего государства.

Формирование устойчивой конкурентной позиции промышленных предприятий связано с переходом на инновационный путь развития посредством мобилизации финансовых ресурсов на внедрение в производство высокоэффективных ресурсо- и энергосберегающих технологий, выявления внутрихозяйственных резервов и их рациональное использование, инвестиций в экоинновации, так как соответствие экологическим стандартам является одним из важнейших факторов конкурентоспособности продукции.

В настоящее время в экономической науке и практике уделяется значительное внимание инновационному развитию промышленных предприятий. Изучением роли

инноваций в экономике в течение XX века занимались такие ученые как М.И. Туган-Барановский, Й. Шумпетер, Р. Солоу и др.

Классической в настоящее время считается представленная Й. Шумпетером сущностная характеристика инноваций, под которой он понимает «непостоянные» проведения новых комбинаций в следующих случаях:

- внедрение нового товара;
- внедрение нового метода производства;
- открытие нового рынка;
- овладение новым источником сырья;
- организация нового производства.

Инновации порождают особый тип развития, который изменяет, совершенствует конкурентоспособность технологий, внедренных в производство, а продукция, получившая спрос на рынке, обуславливает изменения в организационно-технических решениях производственного характера.

Инновационная активность предприятий промышленности характеризуется использованием передовых технологий.

Анализ динамики количества инновационно - активных организаций Республики Беларусь, основным видом экономической деятельности которых является производство промышленной продукции, показывает, что в 2016 году по сравнению с 2015 годом был отмечен рост числа инновационно- активных организаций с 342 до 345 и составило 20,4 % от общего числа обследованных организаций, что 0,8 % больше.

В последние годы наблюдается интенсивный рост эффективности инновационной деятельности, исчисленной как отношение объемов отгруженной инновационной продукции к затратам на технологические инновации. Так, затраты на технологические инновации в 2016 году составили 774,6 млн. руб., а объем отгруженной продукции составил 10460,1 млн. руб., рост эффективности инновационной деятельности составил 13,5, что на 6,4 больше, чем в 2015 году.

Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции составил 16,3%, что на 3,2% больше, чем в 2015 году.

Удельный вес отгруженной инновационной продукции новой для внутреннего рынка в общем объеме отгруженной инновационной продукции составил 43,5%, что на 7,8 % больше, чем в 2015 году. Это говорит о высокой конкурентоспособности и востребованности производимой инновационной продукции на внутреннем рынке. Однако произошло снижение на 1,3% по сравнению с 2015 годом количество отгруженной инновационной продукции (работ, услуг) новой для мирового рынка и составило всего лишь 0,5%.

Большое значение при внедрении инноваций принадлежит открытости национальной экономики и ее интеграции в мировое хозяйство и мировой рынок. Инновационное сотрудничество Российской Федерации и Республики Беларусь в условиях становления Союзного государства России и Беларуси весьма велико. Так, число организаций, участвующих в совместных проектах по осуществлению инновационной деятельности с партнерами из Российской Федерации в 2016 году составило 19% , что на 0,7%, больше чем в 2015 году.

По данным таблицы 2 можно проследить положительную динамику инновационной активности промышленных организаций Российской Федерации.

Таблица 2

**Инновационная активность промышленных
организаций Российская Федерация**

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, %	11,3	11,6	12,0	11,9	12,2	12,1

По показателю удельного веса затрат на науку в ВВП Россия существенно отстает от ведущих стран мира, занимая 34-е место. Соотношение внутренних затрат на ИР с ВВП в России вырос с 0.85% в 1995 г. до 1.13% в 2015 г. В Республике Беларусь в 2015 году внутренние затраты на научные исследования и разработки составили 4,5 трлн (до деноминации), или 0,50% к ВВП.

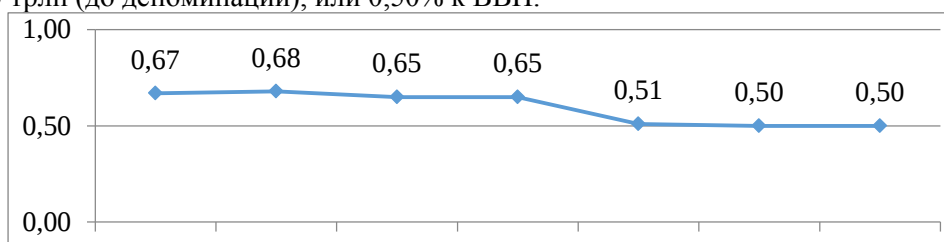


Рис. 5. Наукоемкость к ВВП, в % Республика Беларусь

Усиление инновационного сотрудничества с РФ поможет качественно улучшить промышленную структуру РБ, а также сохранить традиционные торгово-экономические связи.

Задача промышленного комплекса Беларуси – включиться в процессы модернизации российской промышленности именно по вектору обеспечения ее нематериальными активами, объектами интеллектуальной собственности, результатами исследований и разработок.

В настоящее время Российская Федерация и Республика Беларусь предприняли ряд шагов, направленных на развитие инновационной деятельности, в т.ч. создание специальных экономических зон, научных городков, технопарков, фондов венчурного капитала.

Инвестиции в науку рассматриваются в развитых странах как основа экономического развития.

Среди основных методов финансирования научных исследований и разработок можно выделить следующие: прямые (бюджетное финансирование, корпоративное финансирование, венчурное финансирование) и косвенные (налоговая политика, льготное кредитование, право на ускоренную амортизацию). Бюджетное финансирование ориентировано на создание технопарков и лабораторий, на конкретные исследования и разработки, субсидии, гранты.

В 2016 году структура источников финансирования инноваций организаций промышленности осуществлялась за счет: собственных средств (50,5%), средств республиканского бюджета (19,6%) из них средства инновационных фондов (0,2%), средства местного бюджета (3,3%) из них средства инновационных фондов (3,3%), средства бюджета Союзного государства (0,2%), средств внебюджетных фондов (0,3%), средств кредитов и займов (20,3%), средств иностранных инвесторов (23,6%),

включая иностранные кредиты и займы (0,8%), прочих средств (1,8%).

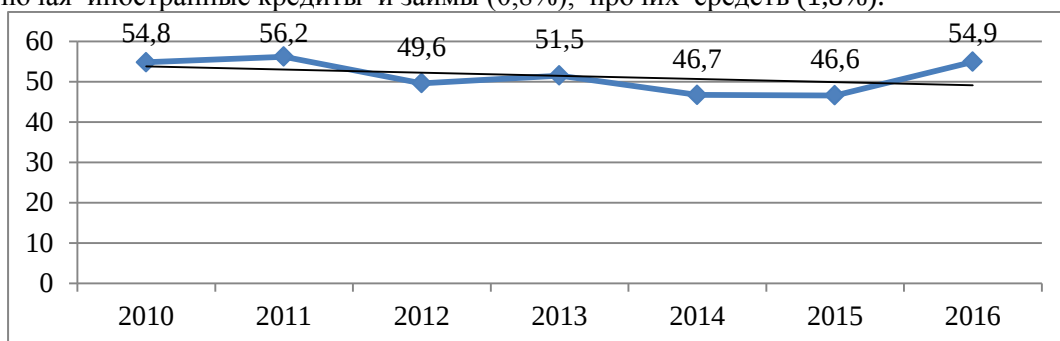


Рис. 6. Доля инвестиций, направленных на реконструкцию и модернизацию обрабатывающей промышленности Республики Беларусь (в процентах к общему объему инвестиций в основной капитал)

Как показывают современные исследования, большинство предприятий в инновационной деятельности сталкиваются с экономическими, производственными и прочими трудностями. К наиболее весомым экономическим факторам можно отнести: недостаток собственных денежных средств, высокий экономический риск и стоимость нововведений, низкий уровень спроса со стороны потребителей на инновационную продукцию, недостаточная финансовая поддержка со стороны государства, а также длительные сроки окупаемости капиталовложений в инновации. К факторам производственного характера относятся: собственный низкий инновационный потенциал, неготовность предприятий к освоению научно-технических достижений, недостаточный уровень квалификации кадров, недостаток информации о новых технологиях и рынках сбыта. Среди прочих факторов следует отметить наибольшее влияние недостаточности и несовершенства нормативных правовых актов, регулирующих инновационную деятельность, а также неразвитость инновационной инфраструктуры, рынка технологий и неопределенность сроков инновационного процесса.

Для создания и расширения каналов продвижения научно-технической продукции в производственный сектор необходимо активизировать создание субъектов инновационной инфраструктуры, предусматривая их интеграцию в сетевую структуру научно-технологических парков.

В Республике Беларусь должно быть сформировано несколько конкурентоспособных на мировом рынке наукоемких кластеров (исходя из достигнутого уровня финансирования исследований и разработок, сложившихся барьеров «входа на рынок» - от 2-3 до 10-15 кластеров). На их научное обеспечение должны направляться основные ресурсы, включая средства бюджетов, инновационных и венчурных фондов, прямые инвестиции.

Повышение эффективности промышленности неразрывно связано с наращиванием взаимодействий предприятий с академической наукой. В данном контексте важна интеграция научных организаций в укрупненные структуры (кластеры, холдинги), создающие непрерывные цепочки добавленной стоимости и комплексные решения, ориентированные на получение наукоемкой конечной продукции. Перспективны, также научно-промышленные холдинги, развитие которых позволит нарастить наукоемкость без прямого использования бюджетных ресурсов.

В состав холдингов и иных кластерных структур обязательно должны войти малые и средние предприятия регионов. Это позволит за счет их подключения к единой технологической базе повысить уровень их материально-технического оснащения и создаст новые условия для повышения квалификации кадров.

Эффективным направлением является включение в деятельность холдингов ориентированных на инвестиции в наукоемкую и высокотехнологичную сферу банков. Холдинги, с их консолидированными финансами будут гораздо более привлекательными объектами для прямых иностранных инвестиций и создания стратегических альянсов с ТНК.

Сформированы холдинги «Горизонт», «Автокомпоненты», «АМКОДОР», «БелОМО», «МТЗ-ХОЛДИНГ», «БЕЛАВТОМАЗ», «ПАССАТ», «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ», «Белорусская металлургическая компания», представляющие продукцию исторически сложившихся и хорошо зарекомендовавших себя в мире отечественных брендов. В структуре этих холдингов обеспечивается рациональное использование эффекта масштаба, в том числе для развития непрофильных видов деятельности.

В НАН Беларуси сформирован биотехнологический кластер, в котором сосредоточены академические институты, выполняющие фундаментальные исследования мирового уровня в данной области, и производственные предприятия.

Приоритетными направлениями развития промышленного комплекса можно определить как:

- 1) создание принципиально новых высокотехнологичных и наукоемких производств, соответствующих V и VI технологическим укладам на основе использования достижений био- и нанотехнологий, микроэлектроники, технологий тонкой химии, информационных и коммуникационных технологий, лазерно-оптических технологий, атомной и возобновляемой энергетики, генной инженерии, в производстве новых материалов;

- 2) наращивание экспортного потенциала традиционных секторов промышленности за счет организации новых специализированных производств по выпуску продукции с высокой добавленной стоимостью;

- 3) ресурсосбережение (снижение материало- и энергоемкости) и рациональное использование имеющихся сырьевых ресурсов, углубление переработки сырья;

- 4) стимулирование инвестиционной активности, повышение эффективности и формирование инфраструктуры проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию новых видов промышленной продукции;

- 5) преобразование крупных промышленных организаций в хозяйственные общества кластерного типа (холдинги, совместные предприятия, другие производственные и научно-производственные объединения);

- 6) сохранение и укрепление конкурентных позиций на традиционных рынках, освоение новых и расширение присутствия на них;

- 7) формирование "зеленой" экономики, базирующейся на энергосбережении, внедрении экологических ("зеленых") технологий, возобновляемых и альтернативных источников энергии, эффективных технологий переработки отходов.

- 8) оптимальная интеграция в систему международного разделения труда путем активизации корпоративного структурирования мезоэкономики, ориентированной на создание Финансово-промышленных групп, холдингов и кластеров (направленных на усиление конкурентных преимуществ).

Таким образом, инновации следует рассматривать как важнейший фактор обеспечения конкурентоспособности белорусской экономики и ее устойчивого роста. Переход к инновационной экономике требует обеспечения тесного контакта всех участников инновационного процесса.

В современных условиях важнейшим ресурсом развития становится интеллектуальный, основу которого составляют специалисты с высшей образовательной и научной подготовкой, способные выдвигать и реализовывать новые инновационные идеи.

Инновационная деятельность при активной стимулирующей политике государства должна стать приоритетным видом деятельности организаций. Для инновационных преобразований необходимо формирование привлекательной инновационной среды, состоящей из инновационного климата и потенциала. Это позволит создать эффективную инновационную сферу, способствующую привлечению инвестиций.

Список использованных источников:

1. Лемешевский, И.М. Национальная экономика Беларуси: курс лекций для студентов эконом. специальностей вузов / И.М. Лемешевский. – Минск: ФУАинформ, 2012. – 560 с.

2. Ботеновская, Е.С. Направления и механизмы реализации инновационной политики Республики Беларусь /Е.С. Ботеновская // Банкаўскі веснік. – 2017. – № 1. – С. 36–43.

3. Официальная статистика: реальный сектор экономики / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> Официальная статистика. – Дата доступа: 08. 10. 2017

4. Официальная статистика: предпринимательство: промышленное производство / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> Официальная статистика. – Дата доступа: 10. 10. 2017

5 Российская наука в контексте межстрановых сопоставлений: обзор показателей финансирования исследований и разработок / Мониторинг сферы науки, инноваций, образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: cyberleninka.ru/. – Дата доступа: 18.10.2017

УДК 338.48

*Н.М. Влащенко, к.е.н., доцент,
В.А. Глущенко, магистрант,*

Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

Недостатня підтримка рекреаційної сфери з боку держави, ослаблення економічної ролі профспілок в регулюванні діяльності оздоровчих підприємств, кризові явища в економіко-політичній ситуації у країні створили в санаторно-курортному комплексі (СКК) критичну ситуацію. У зв'язку з цим актуальним стає розробка його стратегії розвитку на базі оцінки наявного потенціалу, орієнтації на

інновації у розвитку маркетингу і бізнесу з урахуванням сучасних вимог рекреантів щодо асортименту та якості пропонованих санаторно-курортних послуг.

Інноваційну орієнтацію в санаторно-курортній сфері формує низка факторів, серед яких з домінантним впливом можна віднести: проблемність ситуації в установах СКК (застарілі основні засоби, фінансова обмеженість, неефективна система управління тощо); ринкове оточення, яке потребує як оновлення способів залучення рекреантів, так і методів ведення внутрішнього обліку; зростання конкуренції, у т. ч. на міжнародних ринках. З урахуванням зазначених вище факторів підприємства СКК змушені орієнтуватися на побудову оригінальної моделі реформування і розвитку.

Як свідчать проведені дослідження [1, 2, 3], це завдання на сьогоднішній день не досягнуто. У зв'язку з цим пропонуються наступні пріоритетні стратегічні напрямки розвитку підприємств СКК:

1. Орієнтація на інновації, що означає, по-перше, зміну парадигми економічного мислення (від розподільного механізму до механізму самозабезпечення), а по-друге, організацію власної системи маркетинг-менеджменту, із завданнями оцінки рекреаційного ринку і пошуку інноваційних проектів підвищення ефективності діяльності.

2. Оцінка власного ресурсного потенціалу за всіма його складовими елементами (основними засобами, фінансовими можливостями, рівнем інформаційного забезпечення, якістю системи управління та ін.). При оцінці власного потенціалу, необхідно передбачити можливість включення в нього переваг регіональної системи в цілому, тобто враховувати ресурсний фактор території;

3. Орієнтація на розвиток бізнесу (у складі основного пакету послуг конкретного рекреаційного підприємства, а також реальних і потенційних додаткових послуг);

4. Проектний (програмний) рівень розробки стратегії і механізмів (технологій) досягнення цілей і залучення інвестицій;

5. Інноваційний клімат колективу, спрямований на підвищення рівня його готовності до переходу в новий режим організації діяльності та управління.

Для підвищення ефективності діяльності і реалізації нових економічних механізмів залучення рекреантів авторами рекомендується реалізація низки заходів:

- організація рекламно-іміджевої роботи (залучення клієнтів). Сюди ж можна віднести створення агентської мережі для залучення контингенту, який потребує оздоровлення у складі туристської системи – співпраця з турфірмами на основі комісійних виплат;

- впровадження механізму кредитування покупки санаторно-курортних путівок. Цей механізм передбачає укладення договорів в регіональному розрізі з банківськими установами, які візьмуть на себе місію кредитування санаторних путівок на своїй території. Інший напрямок кредитної політики стосується самих підприємств СКК – вони можуть брати кредити для роботи в зимовий період (міжсезоння) і повертати їх в літній час (в сезон);

- розробка на зимовий період сезонного бізнес-плану використання площ і обладнання. При цьому опрацьовуються програми під бізнес-діяльність, що організовуються власними силами або із залученням бізнесменів з приватного сектора;

- планування надходження доходів від додаткової діяльності, не пов'язаних безпосередньо з рекреацією: організація конференцій, форумів, концертів, корпоративних свят. Зокрема, використання вільних приміщень для організації

освітніх шкіл і курсів, перш за все, оздоровчого профілю, – нетрадиційної медицини, підвищення кваліфікації медперсоналу, освоєння нових методів самоаналізу, фізіотерапії, психотерапії та ін.

Всі ці напрямки бізнес-політики підприємств СКК мають бути підкріплені і розвиватися у рамках фінансового менеджменту та інвестиційного пошуку. Завдання останнього – розширити джерела фінансування (гранти, кредити, освоєння додаткових видів послуг з високою рентабельністю, залучення приватних інвесторів).

Паралельно з процесом підприємництва і бізнесу має здійснюватися процес реформування у цілому (реорганізація структури управління, приватизація, входження до корпоративних об'єднань, створення концесійного механізму, кластерних моделей тощо).

Список використаних джерел:

1. Влащенко Н. М. Вдосконалення управління асортиментом послуг санаторно-курортних підприємств / Н. М. Влащенко. // Економічний форум. – 2015. – № 3. – С. 279–284.

2. Погорелов Ю. С. Особливості управління підприємствами санаторно-курортного комплексу / Ю. С. Погорелов, А. Ю. Білоусова. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 2. Т. 2. – С. 243–247.

3. Рендович П. М. Фінансове забезпечення підприємств санаторно-курортного комплексу : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Петро Михайлович Рендович. – Тернопіль : ТНЕУ, 2012. – 214 с.

УДК 631.16

*Т.В. Воронько-Невіднича, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток вітчизняної агросфери стає чинником соціальної стабільності в країні, оскільки саме її продукти справедливо займають у системі харчування населення України переважаюче місце. Разом з тим, досі не подолано кризові явища через постійне зростання конкуренції, спостерігається недовикористання виробничих потужностей. Така ситуація негативно позначилася на результатах діяльності аграрних підприємств і на рівні використання їх ресурсів. Загальновідомо, що за останні роки зросла фінансова нестійкість підприємств через відсутність інновацій, ефективних технологій управління ресурсами і забезпечення управління їх використанням, а також недосконалість механізму управління. Об'єктивно, що це веде до прийняття помилкових управлінських рішень з боку топ-менеджменту і неможливості адекватно реагувати на мінливі ринкові умови. Цю проблему можна вирішити, якщо мати інструмент раціоналізації управління ресурсами, в якості якого може виступати методичний підхід до оцінки ефективності їх комплексного використання і економічний механізм раціоналізації управління ними. Це особливо важливо при роботі аграрного підприємства в умовах загострення конкуренції, яка диктує жорсткі умови поведінки бізнес-структурам та вимагає перебудови операційних процесів в інтересах виробників і споживачів. Необхідність

вдосконалення механізму управління ресурсами агроформувань особливо зростає в умовах висококонкурентного і динамічного мінливого ринкового середовища.

Однією з найважливіших ланок системи управління підприємством виступає управління фінансовими ресурсами, адже саме вони виступають найголовнішим стимулом здійснення господарської діяльності підприємством, а також забезпечують всім необхідним виробничу, наукову, маркетингову діяльність, сприяючи не тільки їх ефективному функціонуванню, але й всього підприємства в цілому [1, с. 196].

Виробнича та фінансова діяльність суб'єктів господарювання починається із формування фінансових ресурсів. Для забезпечення безперервної виробничо-господарської діяльності у кожного підприємства має бути достатній обсяг фінансових ресурсів, а їхня структура має сприяти досягненню планового рівня прибутковості, зміцненню фінансової стійкості, забезпечувати відповідний рівень платоспроможності та зростанню ринкової вартості загалом.

На сучасному етапі, в зв'язку з гострим дефіцитом фінансових ресурсів, скороченням бюджетного фінансування, незначною здатністю підприємств до самофінансування, зниженням частки банківських кредитів у джерелах фінансування сільськогосподарських підприємств проблема вишукування інвестиційних ресурсів та формування джерел фінансування виходить на перший план, тому що їх наявність є визначальним фактором економічного зростання [2, с. 23].

Політика формування фінансових ресурсів представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, яка полягає у забезпеченні необхідного рівня самофінансування його виробничого розвитку. Аналізуючи ринкові та структурні перетворення в промисловості України, виникає необхідність розробки цілісної системи принципів управління фінансовими ресурсами підприємства, орієнтованої на нові умови функціонування, а саме: забезпечення конкурентних переваг як основної мети розвитку підприємства; оцінювання ресурсного потенціалу підприємства як сукупності трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, що забезпечують можливість реалізації його цілей; одноманітність техніко-економічних механізмів розподілу ресурсів на усіх рівнях технологічної структури; зіставлення фінансового потенціалу з цільовими стратегічними орієнтирами і прийнятним рівнем ризику для забезпечення фінансової безпеки підприємства; системність управління фінансовими ресурсами і ризиками [3, с. 127].

Таким чином, у сучасних умовах господарювання значна частина підприємств зазнає необхідності підвищення ефективності та раціоналізації процесів управління фінансовими ресурсами. В залежності від поставлених цілей розвитку діяльності підприємств будуть змінюватись і напрями використання фінансових ресурсів.

Серед можливих проблемних завдань, які можна вирішити за допомогою ефективного використання фінансових ресурсів є створення конкурентоспроможної бази підприємства; забезпечення лідерства серед конкурентів; уникнення банкрутства; зростання обсягів виробництва та реалізації продукції; покращення показників прибутковості та збільшення ринкової вартості підприємства. У наслідку чого, результативність використання фінансових ресурсів сприятиме загальному покращенню умов господарювання на ринку та підвищенню позитивних очікувань з боку працівників і споживачів, які своїми діями у подальшому будуть підтримувати ініціативи керівництва щодо вдосконалення управлінської політики.

Список використаних джерел

1. Богма О. С. Особливості управління фінансовими ресурсами вітчизняних

підприємств [Електронний ресурс] / О. С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 1 (13). – С. 195-199. – Режим доступу: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/eco-1-2012/195-199.pdf>

2. Бровко Л. І. Проблеми формування фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах // Л. І. Бровко, Ю. В. Фоврій // *Young Scientist*. – № 1 (28). – Part 1. – January 2016. – С. 23-25.

3. Шевченко В. О. Напрямки використання фінансових ресурсів підприємств [Електронний ресурс] / В. О. Шевченко // *Європейські перспективи*. – 2014. – № 5. – С. 126-133. – Режим доступу: file:///C:/Users/1/Downloads/evpe_2014_5_24.pdf

UDC 316.354

*H. Gritsaenko, PhD in Economics, associate professor,
I. Gritsaenko, associate professor,
Tavria State Agrotechnological University, Melitopol*

INVESTMENTS IN THE TECHNICAL SUPPORT OF AGRARIAN PRODUCTION

Overcoming the crisis in agriculture, the development of market economy, food security is not possible without a corresponding development of logistics and effective investment in technical equipment of agricultural production.

The issue of technical equipment of agricultural production covered in the scientific work of scholars such as Y. Bilousko [1, 11] O. Vishnevetka [1], A. Danilenko [2] O. Zaharchuk [4] A. Karpenko [2], V. Skotsyk [7-9], and many others. However, the complexity and diversity of the mentioned problems requires further comprehensive study of what is due relevance of the chosen topic.

The object of the article is to study the current state of agriculture equipment agricultural machinery and to identify effective ways to invest.

Among the factors intensifying agricultural mechanization is a priority. According to the World Bank [6], in terms of provision of agricultural machinery, tractors per 100 square km of arable land Ukraine lags far behind the developed European countries. Thus, among the considered 31 European countries in 2000 (the most comprehensive data analysis) together with Bulgaria Ukraine with the index 98 units occupied 28-29 position, just ahead of the Russian Federation (60 units) and Croatia (27 units). At the same time the three leaders entered Slovenia, Switzerland and Italy with indicators respectively 6600, 2654 and 1938 units, exceeding the national average, respectively 67, 27 and 20 times. During 2000-2008 in Bulgaria the number of agricultural machinery and tractors per 100 square km of arable land increased by 75.5% to 172 units, but in Ukraine during the same period it increased only by 5.1%.

According to the State Statistics Service of Ukraine, the dynamics of the current number of agricultural machinery at agricultural enterprises and households in 2000-2015 has shown a negative trend. So, for 2000-2015 years the number of tractors of all brands (excluding tractors, are mounted on the machine) as a whole declined by nearly one fifth of and made in 2015 309.7 thousand. Units combine harvesters – under 16, 4% to 56.3 thousand units. Based on the analysis of the trend can be concluded that over the period the number of tractors decreased annually on average by 3.8 thousand.

Loading agricultural machinery in Ukraine times higher than corresponding figures in

developed countries, hindering the necessary process operations on time and leads to yield losses. The load on the tractor in the whole Ukraine with 82 hectares of arable land in 2000 increased by almost a third, amounting in 2015 105 hectares (for comparison: in the US – 28 hectares in France – 14 ha per tractor [9]). In this figure farms of 69 hectares in 2000 increased to 152 hectares, or 2.2 times, while in farms from 104 hectares in 2000 it was reduced to 64 hectares in 2015, or at 38.6%.

The load on the combine harvester in general in Ukraine with 203 hectares of grain and leguminous crops in 2000 increased to 262 hectares in 2015, or 29.2% (for comparison: in the US, France and Germany to combine load of about 55 hectares [9]). In the farms, the figure of 184 ha in 2000 increased by 55.6% and amounted to 2015 286 hectares of private households – according to 786 hectares in 2000 decreased by 72.8% and amounted to 214 ha in 2015.

The analysis of the movement of agricultural equipment indicates that negative trend observed excess of that which is left out during the year to that received. Thus, in 2008-2010. Number of tractors and combine harvesters, who dropped out for a year and a half to two times higher than that which came respectively. Lowest in years 2008-2015. This ratio was in 2011-2012. (104.1% and 81.5% for tractors, 93.1% and 103.3% for combine harvesters, respectively).

State Program realization of technical policy in the agricultural sector for the period up to 2015 [3] included in the 2015 production of competitive tractors at 9.5 thousand units, combines – 1.5 thousand units. Total state support for agricultural production technical support provided funding in the amount of 134.23 billion UAH. Increased technical support of agricultural production in 2015 was 7.6% help reduce the losses of agricultural production as a result of timely and quality of the mechanized operations by 30%. Unfortunately, starting from 2012 funding of this program is not the case. According to calculations [8], a garden tractor is now 45% of the needs of agriculture, combine harvesters – 48%, other types of equipment – from 35 to 60%.

Average rate of deterioration of agricultural machinery is 70%, including 78% of tractors, harvesters – 71%.

Analysis of the data of dynamics buying farms Ukraine new tractors and combine harvesters for 2011-2015 shows the reduction in the number and simultaneous substantial increase in cost of purchases of tractors and combines as a result of price increases. The average annual growth rate of average prices for all kinds of tractors for 2010-2015 is amounted to 129.8% and harvesters – 124.6%, respectively.

Despite the fact that domestic appliances cheaper agricultural producers prefer imported counterparts, whose share is more than 80% of the total value of funds spent on the purchase of technical support. Foreign technique works longer without repair, fuel spends more economical, less harmful to the environment, can significantly save human resources [7].

But the high cost of imported machinery is a deterrent to the modernization and renewal of technical machinery in agricultural production. During 2011-2015 there can be observed a significant reduction in imports of machinery. Thus, the number of tractors of all brands, imported to the country fell by more than two-thirds harvesters – almost half. The value of the purchased tractors fell by 59%, combine tractors – by 60.8%.

According to the Ministry of Agrarian Policy of Ukraine, the minimum scientifically justified annual update of tractor fleet to the technological needs of the prices prevailing at the beginning of 2016 is 35 bln UAH, including about 40 thousand tractors (15 bln UAH) and nearly 7 thousand combine harvesters (10,5 bln UAH) [5]. In conditions of severe

shortage of agricultural enterprises owning funds to upgrade agricultural machinery is needed to find the most effective external financing investment in technical support of agriculture. Among the most common can be identified financial leasing and bank lending.

We conducted a comparative analysis of financial leasing and bank loans for the purchase of new agricultural machinery in accordance with NAK "Ukragroleasing" and Ukreximbank. NJSC "Ukragroleasing" with an annual interest rate of 11% provides a choice of term loans (3, 5 and 7 years), options of debt settlement (payment every month, once every 3 or 6 months), and the size of the down payment (10, 15 or 30%). In Ukreximbank with an annual interest rate for the purchase of new agricultural machinery and 22% for loans up to 5 years, monthly or quarterly repayment of debt, the size of the down payment of 15%. The analysis shows that the conditions of financial leasing are more attractive than bank lending. Rise in credit services NAK "Ukragroleasing" depending on the selected size of the down payment is respectively 23.5% (down payment of 15%) and 24.3% (down payment of 10%). At the same time the rise in credit Ukreximbank services is 52.6%, more than twice as much.

Thus, we can conclude that to strengthen the competitive position in the markets of agro-food production and sustainable development of the domestic agricultural sector is an urgent need for increasing investment in technical support for agricultural producers. However, its level for a long time tends to decrease as a result of many factors, chief among which consider the lack of sufficient own funds to upgrade the machine-tractor fleet. As an effective source of funding the investment in agricultural machinery is offered more extensive use of financial leasing.

Prospects for further research this issue is the rational study the composition and structure of logistics for the intensification of agriculture in the region.

References:

1. Вишневецька О. Технічне переоснащення аграрної галузі в контексті ефективності лізингових систем / О. Вишневецька, Я. Білоусько // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18, Вип. 1(1). – С. 53-57.
2. Даниленко А. Проблеми матеріально-технічного забезпечення виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах / А. Даниленко, А. Карпенко // Економіка та управління АПК. – 2014. – №1. – С. 71-76.
3. Державна цільова програма реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі на період до 2015 року // Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 30 травня 2007 року № 785 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/785-2007-%D0%BF>
4. Захарчук О. Проблеми матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств України / О. Захарчук // Економіка АПК. – 2014. – №7. – 92-99.
5. Офіційний веб-портал Міністерства аграрної політики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/>
6. Офіційний сайт Всесвітнього Банку [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators#>
7. Скоцик В. Концептуальні засади розвитку ринку сільськогосподарської техніки в Україні / В. Скоцик // Економіка та управління АПК. – 2014. – №2. – С. 114-118.
8. Скоцик В. Проблеми відтворення технічних засобів, як основи інтенсифікації виробництва сільськогосподарської продукції / В. Скоцик // Сталий розвиток економіки. – 2013. – №4. – С. 229-233.

9. Скоцик В. Технічне забезпечення сільськогосподарських товаровиробників: сучасний стан та проблеми вирішення / В. Скоцик // Економіка та управління АПК. – 2013. – Вип. 10. – С. 56-60.

УДК 316.354

*М.І. Грицаєнко, к.е.н.,
Таврійський державний агротехнічний університет, м. Мелітополь*

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В АГРАРНОМУ РЕСУРСНОМУ ПОТЕНЦІАЛІ

Перед сільськогосподарським виробництвом України стоїть завдання загальної модернізації, переведення його на шлях інноваційного розвитку. Зміна складу сільського населення, вплив загальносвітових тенденцій на агропродовольчому ринку та інтеграція українського ринку в глобальну економіку обумовлюють необхідність пошуку якісно нових ресурсів розвитку сільського господарства, одним з яких є соціальний капітал.

Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та практичних засад розвитку аграрного ресурсного потенціалу внесли Г. Бодак [2], О. Величко [4], Ю. Власенко [5], О. Дудник [6] та інші вчені. Проблемам соціального капіталу приділяли увагу Л. Богуш [1], П. Бурд'є [3], О. Кожемякіна [8], Дж. Коулмен [9, 11], О. Шпикуляк, Г. Мазур [10] та багато інших науковців. Однак проведені дослідження не можна вважати завершеними. Тривають дискусії щодо визначення сутності та складу аграрного ресурсного потенціалу. Залишаються недопрацьованими питання місця соціального капіталу в аграрному ресурсному потенціалі. У сукупності це зумовило вибір теми, визначення мети і завдань цього наукового дослідження.

Метою дослідження є визначення місця соціального капіталу в аграрному ресурсному потенціалі сільськогосподарського підприємства.

Найбільш активно питання аграрного ресурсного потенціалу досліджувались у 80-х роках минулого сторіччя, коли на теренах колишнього СРСР широко впроваджувався нормативно-ресурсний метод планування. Але й сьогодні тривають дискусії щодо сутності та складу аграрного ресурсного потенціалу. Вважаємо доречним загальне трактування потенціалу як наявних у економічного суб'єкта ресурсів, їх оптимальної структури та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети [7, с. 287]. Саме тому при визначенні сутності аграрного ресурсного потенціалу багато науковців робить наголос на сукупності основних ресурсів сільського господарства – земельних, матеріальних і трудових. Так, Г. Бодак формулює дефініцію ресурсного потенціалу як «...сукупність усіх матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, що є у розпорядженні цього підприємства, взаємозалежні та взаємопов'язані між собою, залучені у його діяльності для досягнення поточних і стратегічних цілей та задоволення потреб суспільства» [2, с. 214]. О. Величко вважає, що «ресурсний потенціал сільського господарства являє собою сукупність земельних, матеріальних і трудових ресурсів, призначених для використання в процесі виробництва сільськогосподарської продукції» [4, с. 58]. Ю. Власенко підкреслює, що «аграрний ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств складається з органічно поєднаних ресурсів, у

процесі взаємодії яких реалізується інтегральна їх здатність виробляти конкурентоспроможну сільськогосподарську продукцію» [5, с. 35]. О. Дудник пропонує розглядати ресурсний потенціал аграрних підприємств «...як сукупність усіх видів ресурсів, а саме матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії діяльності підприємства, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства» [6, с. 80].

Вважаємо, що в складі аграрного ресурсного потенціалу необхідно розглядати особливий економічний ресурс, який жорстко фіксований та не відновлюється – час (рис. 1).

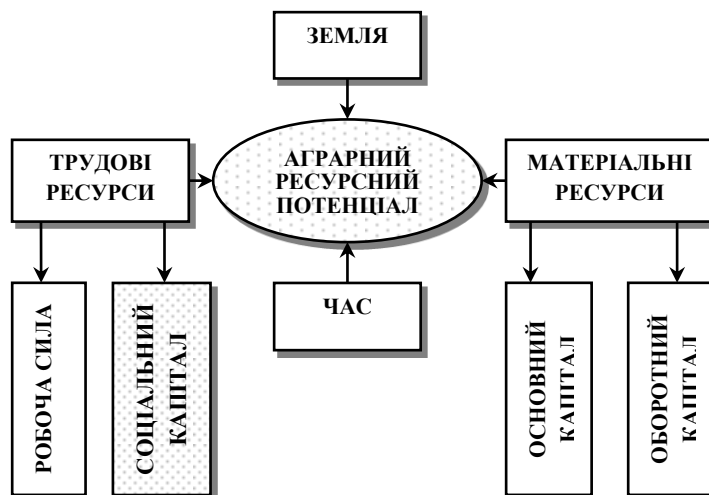


Рис. 1. Склад аграрного ресурсного потенціалу

Джерело: складено автором на основі опрацьованих літературних джерел

Крім цього, особливу увагу необхідно приділити соціальному капіталу підприємства, який разом з робочою силою (сукупністю фізичних і духовних здібностей, якими володіє людина і які вона використовує в процесі виробництва) визначає зміст поняття «трудові ресурси».

Змістовний аналіз феномена соціального капіталу було проведено П. Бурд'є, який визначив соціальний капітал як суму ресурсів і обґрунтував можливість реалізації соціального капіталу через конвертацію його в інші форми капіталу [3]. У роботах Дж. Коулмена соціальний капітал – ресурс, який сприяє розвитку економіки та вдосконаленню суспільства в цілому [11].

В сучасній літературі існують різноманітні підходи щодо визначення сутності поняття «соціальний капітал» – як сукупності ресурсів суспільства, як сукупності соціальних зв'язків, як членства в певній соціальній мережі та інші. Вважаємо, що трактування соціального капіталу як сукупності ресурсів суспільства є досить аргументованим. Так, Дж. Коулмен наголошує, що «соціальний капітал – це будь-який прояв неформальної соціальної організації, котра виступає як продуктивний ресурс для одного або більше акторів» [11, с. 35]. П. Бурд'є визначає соціальний капітал як «сукупність реальних і потенційних ресурсів, пов'язаних з володінням стійкою мережею більш чи менш інституціолізованих відносин взаємного знайомства та визнання – іншими словами, з членством у групі» [3, с. 66]. З тим, що

соціальний капітал виступає своєрідним інтегральним ресурсом суспільства, згідні Л. Богуш [1, с. 18], О. Кожемякіна [8, с. 121], О. Шпикуляк і Г. Мазур [10, с. 64] та інші науковці.

На основі опрацювання літературних джерел нами сформульовано власне визначення соціального капіталу як сукупності здатних приносити дохід зв'язків та соціально-економічних відносин, які виникають у певній соціальній мережі на основі існуючих норм та довіри. Вважаємо, що соціальний капітал сприяє здійсненню трансакцій, які, у свою чергу, безпосередньо впливають на процеси виробництва та реалізації продукції підприємства.

Перспективами подальших досліджень цього питання є визначення напрямів удосконалення управління процесами формування та використання соціального капіталу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Богуш Л. Соціальний капітал і соціогуманітарний простір: методологія визначення, взаємозв'язки, вектори розвитку / Л. Богуш // Економіка та держава. – 2010. – № 4. – С. 15–20.
2. Бодак Г. Проблема ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств / Г. Бодак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.3. – С. 213–217.
3. Бурдье П. Формы капитала / П. Бурдье // Экономическая социология – 2002. – Том 3. – № 5. – С. 60–74.
4. Величко О. Ефективність використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств / О. Величко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 7. – С. 57–59;
5. Власенко Ю. Економічна ефективність використання сукупного аграрного ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / Ю. Власенко // Агросвіт. – 2011. – №8. – С. 34–37;
6. Дудник О. Інвестиційні стратегії підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств / О. Дудник // Економіка АПК. – 2016. – № 5. – С. 79–86;
7. Економічна енциклопедія: У 3-х томах, т.3 / Редкол.: С. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.;
8. Кожемякіна О. Довіра та соціальний капітал: просторова ціннісно-нормативна інтерпретація / О. Кожемякіна // Демографія та соціальна економіка. – 2016. – № 1. – С. 118–131;
9. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулмен // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 121–139;
10. Шпикуляк О. Інституційні засади формування соціального капіталу в механізмі розвитку сільських територій / О. Шпикуляк, Г. Мазур // Економіка АПК. – 2014. – № 8. – С. 63–68;
11. Coleman J. S. Foundations of Social Theory / James Samuel Coleman. – Cambridge (MA), 1990. – Cambridge, Mass. : Belknap Press of Harvard University Press, 1990. – 993 p.

ДЕРЖАВНІ ЗАКУПІВЛІ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із нині можливих шляхів ефективного ресурсного забезпечення господарської діяльності підприємств в Україні є застосування механізму державних закупівель як джерела фінансових ресурсів і елемента системи публічного управління, спрямованого на стимулювання господарської діяльності, зокрема в частині інноваційної модернізації виробництва з урахуванням досвіду інших країн.

Актуальність реалізації потенціалу державних закупівель як фактору розвитку економіки обумовлена, насамперед, тим, що в умовах триваючого спаду економічної активності та практично повного припинення (при істотному скороченні державного сектора) фінансування через механізм державних капіталовкладень для значної частини підприємств досить гостро постало питання конкурентоспроможності, яке вони самостійно, на власній фінансово-ресурсній базі, вирішити у більшості випадків неспроможні. За таких обставин саме держава зобов'язана виступити ініціатором ефективних управлінських рішень, які на ринкових засадах сприяли б модернізації виробничого потенціалу, запровадженню інноваційних технологій для випуску високотехнологічної продукції.

Державна підтримка і стимули інноваційного розвитку підприємств реального сектора економіки та сфери соціальних послуг можуть бути реалізовані на основі організаційно-фінансового механізму закупівлі товарів (робіт, послуг) за державні кошти, визначеного Законом України «Про публічні закупівлі». При цьому замовниками можуть бути не лише державні органи і органи місцевого самоврядування, але й інші юридичні особи (підприємства, установи, організації) та їх об'єднання (за наявності певних ознак, встановлених законом), які забезпечують потреби держави або територіальної громади, якщо така діяльність не здійснюється на промисловій чи комерційній основі. Це матиме і важливий похідний ефект у якості позитивного сигналу для інвесторів, що нині не схильні до активності в Україні внаслідок високих політичних, регуляторних і ринкових ризиків.

Про можливість державних закупівель свідчить те, що у більшості країн світу вони складають значну частину ВВП. Наприклад, у країнах ОЕСР цей показник складає 10-15%, в країнах, що розвиваються, – може досягати 25%, а в перехідних економіках – навіть більше третини ВВП [1, с. 2]. В Україні обсяг держзакупівель впродовж 2010 – 2013 років складав у середньому близько 13% ВВП [2], або 178 млрд грн щороку. І хоча у 2014 р. він скоротився до 78,7 млрд грн., або 5,0% ВВП, проте вже у 2015 р. знову зріс до 112,1 млрд грн., а за 2016 рік склав 274,97 млрд гривень [3, с.11]. Таким чином можна стверджувати, що державні закупівлі формують значний за обсягом попит як на внутрішньому так і, після приєднання України до міжнародних систем закупівель, зовнішньому ринку.

Практика більшості країн світу у сфері законодавчого регулювання державних закупівель інноваційної продукції свідчить, що встановлення прямих вимог щодо закупівлі у певних обсягах такої продукції є скоріше винятком, аніж правилом. Така вимога, наприклад, застосовується у Південній Кореї, де встановлено, що 10% закупівель інноваційної продукції держзамовники здійснюють у малих і середніх підприємств, причому 20% такої продукції повинно мати сертифікат «Новий

пріоритетний продукт». В усіх інших країнах стимулювання попиту на інновації здійснюється через встановлення вимог, відповідати яким може лише інноваційна продукція [4, с. 5], оскільки основним завданням систем держзакупівель вважається найбільш ефективне забезпечення державних потреб за рахунок закупівлі продукції, що відповідає підвищеним вимогам до її функціональних, якісних і споживчих характеристик, зокрема енергоємності, безпеки для оточуючого середовища [5, с.15].

Досвід розвинених країн дає підстави стверджувати, що роль урядів у стимулюванні інновацій реалізується у двох напрямках, які можна ідентифікувати як: 1) регуляторна політика (політика інститутів) та 2) практика цивільно-правових угод (політика попиту). Якщо перший з них передбачає створення відповідного законодавства і адміністративних інститутів для стимулювання новітніх розробок, їх комерціалізації і впровадження у виробництво в реальному секторі та сфері послуг, то другий – безпосередню участь держави у закупівлі інноваційних товарів (розробок, технологій, високотехнологічних виробів тощо) для задоволення державних потреб. Таким чином інститути створюють передумови для інновацій, а попит на інноваційну продукцію з боку держави безпосередньо стимулює її виробництво та знижує ринкові ризики для постачальників (розробників) у реалізації їхніх пропозицій.

Належне використання потенціалу державних закупівель для стимулювання модернізації підприємств України на базі новітніх технологій з метою випуску інноваційної продукції для задоволення державних потреб і пропозиції її на внутрішньому і зовнішніх ринках може бути забезпечено шляхом вирішення двоєдиного завдання – законодавчого врегулювання порядку визначення предмета закупівлі та самої процедури закупівлі (розміщення замовлень) інноваційної продукції.

Для визначення предмету закупівель в частині інноваційної продукції Законом України «Про публічні закупівлі» мають бути врегульовані основні засади порядку планування та формування замовниками потреби у предметах закупівлі з наданням повноважень Кабінету Міністрів України розробити і затвердити відповідне положення про його здійснення. Необхідність цього обумовлена тим, що чинне законодавство зобов'язує замовника лише складати річний план закупівель та його своєчасно оприлюднювати. Проте залишається неврегульованою фаза планування закупівель в частині принципів, методичних засад і правил обґрунтування необхідності закупівлі тих чи інших товарів, робіт чи послуг.

Слід зауважити, що згадані питання не відображені у Директивах ЄС, які стосуються державних закупівель, оскільки визначення предмета закупівлі не може створювати бар'єрів у торгівлі. Водночас у цих Директивах ЄС зазначається, що правила планування предметів закупівель є «необхідним елементом регулювання державних закупівель та повноцінно функціонуючої системи здійснення державних закупівель. Коли в Директивах не врегульовано вищезазначені питання, це дає більшої свободи встановити спеціальні (і навіть інноваційні) національні правила з цих питань» [6, с. 24].

Що стосується способів розміщення замовлень на інноваційну продукцію, то найбільш поширеними у США та Європі є запит пропозицій і конкурентні переговори. Запит пропозицій є найбільш адекватним способом закупівлі (розміщення замовлень на розробку) саме інноваційної продукції. У Німеччині цим способом розміщується в середньому понад 40% державних замовлень [7, с.11-12]. Водночас, у практиці інших країн Євросоюзу поширені процедури конкурентного

діалогу. Їх застосування є доцільним у випадках, коли замовники не можуть визначити засоби задоволення своїх потреб, або коли невідомо, що може запропонувати ринок. Така ситуація може виникнути, зокрема, з інноваційними проектами, реалізацією великих комплексних проектів транспортної інфраструктури, великих комп'ютерних мереж чи проектів із складним і структурованим фінансуванням.

Вдосконалення процедури державних закупівель з метою їх застосування для стимулювання інноваційного розвитку вітчизняних підприємств має відбуватися, насамперед, шляхом імплементації у чинне законодавство згідно з Угодою про асоціацію між Україною та ЄС «інноваційно-орієнтованих» положень Директив 2014/24/ЄС і 2014/25/ЄС [6].

Заслуговує на увагу те, що новий Закон України «Про публічні закупівлі» передбачає таку процедуру як конкурентний діалог і відповідний порядок її проведення. Однак, як свідчить досвід країн ЄС, цього недостатньо у сфері закупівлі інноваційних продуктів, для чого законодавство ЄС передбачає (стаття 31 Директиви 2014/24) застосування так званого інноваційного партнерства [6, с.101-102], зокрема довгострокового та за участю кількох партнерів. Це процедура, яка регулює не лише закупівлю інноваційних товарів, послуг або робіт, але також включає процес концептуалізації, розробки, проектування тощо. Вона може бути використана перш за все для закупівлі робіт, виконуваних у форматі проектів з досліджень та розробок, а також у разі, коли потребу для розвитку інноваційного продукту, послуги або інноваційних робіт і подальшого придбання товарів, послуг або робіт не можна задовольнити за рахунок наявних на ринку рішень.

Тому на часі є внесення змін до законодавства про держзакупівлі в частині розширення переліку допустимих процедур закупівлі процедурою інноваційного партнерства. При цьому закон має передбачати, що інноваційне партнерство ґрунтується на процесуальних нормах, які застосовуються до конкурсної процедури з переговорами, і контракти повинні присуджуватись лише на підставі найкращого співвідношення ціна – якість, що є найбільш прийнятним для порівняння пропозицій для інноваційних рішень.

Викладені напрями вдосконалення законодавства України відповідають вимогам Європейського Союзу, у яких наукові дослідження та інновації, у тому числі екологічні і соціальні, визначаються в якості одного із основних чинників зростання у майбутньому та являються основою Європейської стратегії для забезпечення раціонального, стійкого і всеосяжного зростання до 2020 року.

Список використаних джерел:

1. Arrowsmith S., Treumer S., Fej J., Jiang L. Public Procurement Regulation: an Introduction/ Ed. by Arrowsmith S. – The EU Asia Inter University Network for Teaching and Research in Public Procurement Regulation, 2010. – 65 p.

2. Реформа державних закупівель [Електронний ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=38c083f3-2571-466a-9583-3b43c2804ad9&title=ReformaDerzhavnikhZakupivel>

3. Сфера публічних закупівель. 2016 рік [Електронний ресурс]. Звіт / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=ca3fdb18-9853-4c6f-98e8-b03754121de5&title=MinekonomrozvitkuOpublikovaloZvitSferiPublichnikhZakupivelZa2016>

4. Зарубежные практики стимулирования спроса на инновации в рамках государственных закупок и закупок в компаниях с государственным участием. – М.: Синапс, 2015. – 70 с.

5. Шувалов С.С. Государственные закупки как механизм стимулирования модернизации российской экономики. Научный доклад. – М.: Институт экономики РАН, 2015. – 50 с.

6. Збірник Директив ЄС з питань державних закупівель // Видання Проекту «Гармонізація системи державних закупівель в Україні зі стандартами ЄС», січень 2015 р. – 637 с.

7. Code of Federal Regulation. Title 48. Federal Acquisition Regulation; Weber M. Procurement of innovation in Germany: political goals and empirical findings. Joint CИE-CSTP workshop on demand-led innovation policies. Paris, September 14-15, 2009. – 86 p.

УДК 338

*А.С. Завербний, к.е.н., доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИМИ РЕСУРСАМИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В умовах обмеженості та вичерпності первинних енергетичних ресурсів, людство потребує нові підходи щодо ефективного вирішення існуючих проблем в енергетичній галузі господарства. За цих умов надзвичайно актуальною була і залишається на сьогодні проблематика наукових досліджень та інноваційного підходу щодо вирішення даних проблем. Важливим є фактом, що на сучасному етапі розвитку світової економіки без енергетичних продуктів неможливим би було функціонування ані окремих промислових підприємств, ані національних економік, ані світового господарства в цілому.

Забезпечення усіх структурних одиниць промислового підприємства різними видами енергії, палива виступає одним із найважливіших завдань його системи управління (менеджменту), необхідною умовою успішного розвитку промислового підприємства. Формування, реалізування енергетичної політики промислового підприємства є надзвичайно важливою складовою його діяльності на шляху до виконання вказаного завдання.

Досліджуючи енергетичну політику (енергополітику) промислового підприємства, потрібно визначитися з більш загальним трактуванням цього терміну («політика»).

Оскільки, не дивлячись на важливість даної складової стратегічного енергопланування, як однієї зі складових (часткової функції) енергоменеджменту промислового підприємства, дане поняття досі немає чіткого трактування в наукових дослідженнях.

Функція планування в системі менеджменту (управління) промислового підприємства виступає однією з головних, центральних, загальних функцій, що визначає кінцеві результати виробничої, постачальницької, збутової, економічної, фінансової, зовнішньоекономічної, інвестиційної чи будь-якого іншого виду діяльності підприємства. Саме під час реалізування процесу планування

визначаються основні напрямки розвитку промислового підприємства.

Як показав проведений нами детальний огляд літературних джерел за проблемою поняття «політика» є досить давнім термінологічним визначенням планування діяльності, зокрема при розробленні стратегій (в тому числі й енергетичних). Цей термін використовувався при описі різноманітних правил / процедур щодо управління ситуаціями, які мають здатність повторюватися, при чому неможливим є встановлення часового проміжку даного повторення тої чи іншої ситуації [1, с. 176-177].

Узагальнюючи, можна констатувати, що в найширшому розумінні під поняттям «політика» розуміють конкретну частину, або комплексну програму (її напрямки) діяльності організації, сукупність інструментів (засобів, методів, способів) для реалізування чітких стратегічних інтересів з метою досягнення конкретних основних цілей (мети) визначених суб'єктом даного політичного процесу в соціальному середовищі певного типу. Також «політикою» прийнято позначати процес прийняття управлінських рішень, а також поведінку в суспільно-державних установах тощо.

Підсумовуючи аналізування літературних джерел, пропонуємо під терміном «енергетична політика промислового підприємства» розуміти комплекс засобів (інструментів) та методів для реалізування енергетичної стратегії підприємства за найважливішими аспектами енергетичної діяльності на етапах її здійснення. Енергетична політика промислового підприємства (на відміну від енергетичної стратегії) повинна формуватися лише за конкретними напрямками енергетичної діяльності підприємства, що вимагають забезпечення найефективнішого управління для досягнення головної мети цієї діяльності.

Формування ефективної енергетичної політики промислового підприємства сприятиме його розвитку, підвищенню рівня його економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. / И. Ансофф // СПб: Питер Ком, 1999. – 416 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»). С. 176-177.

УДК 330.341.1:631.1

*Т.В. Мацибора, к.е.н., ст. наук. співроб., провідний наук. співроб.,
Національний науковий центр „Інститут аграрної економіки”*

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Підвищення конкурентоспроможності агропродовольчого сектору національної економіки в сучасних умовах можливе лише за техніко-технологічної та організаційної модернізації виробництва на інноваційній основі.

Економічний розвиток неможливий без науково-технічних досягнень або без технологічних інновацій, поява яких може швидко і докорінно змінити наявну структуру економіки, надати їй нового поштовху для розвитку [3, 11].

Побудова інноваційної моделі – єдиний шлях, який забезпечить конкурентність і поступальний розвиток аграрної галузі зокрема, а головне – відхід від сировинного, екстенсивного розвитку. Адже ситуативні успіхи у вітчизняній аграрній галузі пов'язані в першу чергу зі сприятливою світовою кон'юктурою ринків та природними факторами, які детермінували підвищення урожайності, але в жодному

разі не є результатом інноваційності [2, с. 174-175].

Технічне оновлення підприємств, впровадження маловідходних ресурсозберігаючих технологій, методів організації та управління виробництвом, освоєння випуску інноваційних видів продукції, сприяє раціональному використанню наявних ресурсів, розширенню виробничих можливостей підприємств, підвищенню якості продукції.

У 2016 році інновації впроваджували 154 підприємства харчової промисловості, або близько 17 % від їхньої кількості. Фінансування інноваційного розвитку в них здійснювалось переважно за рахунок власних коштів (81 %). Серед інших джерел – кредити (17,2 %), кошти місцевих бюджетів (0,3 %) та іноземних (0,3 %) і вітчизняних (0,1 %) інвесторів (рис.). Невеликі обсяги фінансування інноваційної діяльності із зовнішніх джерел є свідченням як недовіри національних суб'єктів господарювання до зовнішніх джерел, так і недостатнім рівнем комунікацій з потенційними інвесторами. Частка коштів місцевих бюджетів також залишається незначною.

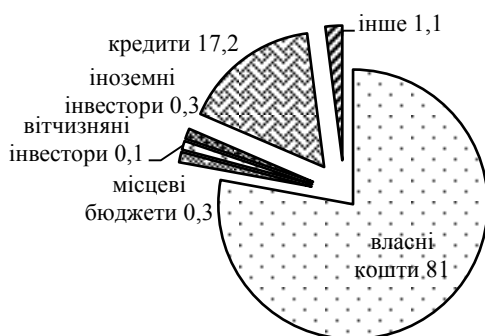


Рис. 1. Структура джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у 2016 році, %
Джерело: [1]

У структурі витрат підприємств харчової промисловості на інноваційну діяльність найбільша частка припадає на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (80–90 %). Дослідження та розробки фінансуються в достатніх обсягах, а інвестиції в нові знання вкрай низькі (табл. 1).

Таблиця 1

Загальний обсяг витрат підприємств з виробництвом харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за напрямками інноваційної діяльності у 2012–2016 роках*

	2012	2014	2016	2012	2014	2016
	тис. грн			у % до усього		
Усього	1566274,9	2173609,8	2186483,3	100	100	100
у тому числі на						
внутрішні НДР	22306,8	157419,1	10973,6	1,42	7,2	0,5
зовнішні НДР	4928,5	3555,7	1214,2	0,31	0,2	0,1
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	1235288,1	1872952,2	1977792,9	78,9	86,2	90,5
придбання інших зовнішніх знань	1136,7	740,4	1801,1	0,07	0,03	0,08
інше	302614,8	138942,4	194701,5	19,3	6,4	8,9

* Джерело: [1]

Зважаючи на низький рівень фінансування створення та впровадження інновацій, спрямованих на забезпечення інноваційного розвитку агропродовольчого сектору економіки України, необхідно забезпечити:

- збільшення обсягів державної підтримки для стимулювання інноваційної діяльності підприємств;
- запровадження державних програм фінансового стимулювання інноваційного розвитку;
- пільгове довгострокове кредитування підприємств, що впроваджують інновації для освоєння наукоємних ресурсозберігаючих технологій, запровадження інноваційного маркетингу в підприємствах тощо;
- належний рівень інвестування науково-технічної діяльності, наукових досліджень накопичення, продукування та передачі знань;
- поліпшення інвестиційного клімату для розвитку міжнародного співробітництва та залучення інновацій в усі сфери агропродовольчого сектору економіки.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. Статистична інформація. Наука та інновації. Наукова та інноваційна діяльність (2013-2016 р.р.). / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Курило Л.І. Інтелектуальний капітал в аграрній сфері економіки: монографія / Курило Л.І. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 322 с.
3. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / Відпов. ред. канд. екон. наук Ю.В. Кіндзерський. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. – 408 с.

УДК 338.48

*Л.В. Оболенцева, к.е.н., доцент,
О.С. Ришков, магістрант,*

Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДО ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Протягом останнього часу туризм перетворився в потужне соціально-економічне і політичне явище, яке в значній мірі має вплив на устрій і політику низки держав і регіонів.

Становлення сучасної української туріндустрії припадає на період кризових явищ 90-тих років, що негативно відобразились як на обсязі капіталовкладень, необхідних для успішного її розвитку, так і на загальному обсязі ринку.

Як відомо, переорієнтація туристичного потоку на внутрішній туризм є однією з основних задач цієї сфери на рівні регіонів і країни в цілому. Але, у зв'язку з нерівномірним економічним розвитком українських регіонів проявляється їхня значна диференціація за туристичним потенціалом, що має вплив на можливості інвестування в туризм. Тому вибір форм, шляхів і методів залучення інвестицій визначається в залежності від конкретної території.

Досліджуючи вітчизняний досвід розвитку туризму, можна виділити декілька інструментів, за допомогою яких залучались інвестиції на український туристичний ринок.

Одним із таких інструментів є розробка регіональних стратегій і програм, які

передбачають детальний аналіз існуючого туристичного потенціалу, об'єктів інфраструктури, складання відповідного реєстру і детального сценарію розвитку туризму на перспективу. Залученню інвестицій в туризм може сприяти і активна співпраця з міжнародними організаціями.

Особливим інструментом інвестування в вітчизняний туризм є залучення зарубіжних готельних мереж [1, с. 37]; а також усунення бюрократичних бар'єрів – особливо щодо спрощення процедур одержання дозволів на будівництво, ліцензій і сертифікатів.

Ефективним інструментом залучення інвестицій в галузь є створення особливих економічних зон туристично-рекреаційного типу, які є основою для формування інвестиційних майданчиків. Фінансування з боку держави робіт з розширення туристичної інфраструктури, забезпечення перспективних туристичних районів транспортними і інженерними комунікаціями, встановлення на території зони сприятливого економічного режиму – все це стає важливими факторами для залучення інвестицій в туризм.

Створення на територіях особливих економічних зон туристично-рекреаційного типу сучасних туристичних комплексів з розвиненою інфраструктурою сприятиме: зростанню турпотоку в регіони; модернізації виробництва; розвитку транспортної і комунікаційної інфраструктури; створенню нових робочих місць і поповненню регіональних бюджетів [1, с. 42-43].

Іншим дієвим засобом ефективного інвестування вважається комплексне освоєння території. Так, практика комплексного освоєння території для розвитку туризму і залучення інвестицій була використана в Мексиці. Дослідженням ролі туризму в економіці уряд країни інтенсивно займався з кінця 1960-х рр. Розвиток туризму, заснований на оновленні існуючих курортів і розробці нових, було визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. Нові курорти створювались на базі концепції будівництва інтегрованих міст-курортів на неосвоєних землях.

Пільгове оподаткування для інвесторів – часто застосовуваний спосіб залучення інвестицій. Так, використання особливої системи оподаткування для розвитку туризму використовується Урядом Єгипту. Протягом десяти років (з початку експлуатації) інвестори звільняються від сплати податків, а у випадку реконструкції або розширення діючого підприємства відлік десяти років звільнення від сплати податків розпочинається заново.

У Панамі інвестиції в туристичну галузь звільняються від ввізного мита на протязі 20 років.

В ефективний спосіб залучаються іноземні інвестори в готельне господарство республіки Білорусь. Іноземні інвестори звільняються від сплати податку на прибуток організації за надані готелями послуги протягом трьох років від початку здійснення даної діяльності на туристичних об'єктах, що вводяться в експлуатацію.

Таким чином, аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду показав наявність широкого діапазону інструментів для залучення інвестицій. Для України основними джерелами інвестицій є кошти державного і регіональних бюджетів. Перспективним джерелом інвестицій можуть стати фінансові ресурси крупних підприємств та корпорацій.

В той же час, сучасна економічна ситуація скорочує можливості таких компаній. Тому з-поміж найбільш ефективних шляхів підвищення інвестиційної активності в туристичній галузі регіону можна виділити регіональні програми, залучення готельних ланцюгів і створення особливих економічних зон туристично-

рекреаційного типу.

Але в будь-якому випадку, вибір того чи іншого напрямку інвестування залежить як від зовнішніх факторів (політика держави), так і від внутрішніх (наявність фінансових ресурсів, визначення пріоритетів для інвестування і ін.). Для активізації процесу залучення інвестицій в туризм необхідним є комплексне і раціональне поєднання різних інструментів, оснований на використанні різноманітних джерел інвестування – як коштів держави, так і фінансових ресурсів приватного сектору.

Список використаних джерел:

1. Ускова Т.В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.

УДК 339

*І.В.Шульженко, к.е.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія*

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ У КРЕАТИВНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Однією з актуальних та важливих форм управління є управління творчою діяльністю персоналу організації. Це потребує розробки нових підходів до дослідження проблем мотивації з позицій креативного менеджменту. Існуючі системи мотивації щоб бути ефективними в сучасних умовах розвитку, повинні спиратися на стимулювання творчості персоналу.

Менеджмент творчості або креативний менеджмент орієнтований на вивчення методів розвитку, управління і використання творчої діяльності та її результатів у бізнес процесах.

Творчість є формою поєднання інтелектуальної та соціально-психологічної діяльності менеджера. Вона значною мірою визначає інновації, стиль менеджера, ставлення до персоналу (відбір, розстановка і ін.), здатність передбачати, мотивування натхненням. Саме тому творчість впливає на ефективність менеджменту [3, с. 373].

Все вищезазначене підводить до необхідності розкриття і використання творчих здібностей працівників організації для створення нових конкурентоздатних ідей в різних галузях людської діяльності. Ці дії призводять до так званої організаційної креативності або до необхідності використання креативного менеджменту в діяльності організації.

До чинників які є мотиваційною основою креативного менеджменту можна віднести: звільнення від рутинної діяльності, постановка нетрадиційних проблем, персоналізація діяльності (заохочення індивідуальності), розвиток творчого потенціалу, виділення ресурсів на освіту і підвищення кваліфікації, створення творчої атмосфери діяльності [4].

Зростаюча потреба економіки в працівниках, здатних креативно підходити до будь-яких завдань, нетрадиційно і якісно вирішувати існуючі проблеми, обумовлена прискоренням темпів розвитку суспільства та необхідністю жити і працювати у швидкозмінних умовах.

Таким чином, практично всі сфери функціонування сучасної організації потребують креативного підходу працівників як основного джерела його інноваційної активності, що, по суті, є створенням та перетворенням наукового

знання в конкретний продукт, технологію чи послугу, а також їх розповсюдженням для практичного використання.

Тому перед менеджерами постає завдання створити таку структуру, такі процеси і мотивацію в організації, щоб вони не тільки не створювали перешкоди в генерації нових ідей, але й цілком сприяли їх появі.

Цікавим прикладом “сили слова” була імперія Стіва Джобса. Консультанти його компанії, то є люди креативні і розумні, займали посаду зі скромною назвою “геній”. Від цієї ідеї була подвійна користь: керівник робив акцент на тому, що в його штаті працюють тільки геніальні люди, які, в свою чергу, були вельми горді своїм статусом, працювали добре, щоб виправдати надану довіру [2].

Для отримання очікуваних результатів від діяльності працівників організації важливим завданням керівників є адекватно ідентифікувати потреби носіїв креативного потенціалу, виявляти їхні здібності, можливості, рівень підготовки і своєчасно застосовувати такі методи впливу на них, які забезпечать повноту реалізації побудованих планів у визначені терміни. Тобто під час функціонування підприємства реалізація функції мотивування носіїв креативного потенціалу передбачає: вивчення їхніх потреб; застосування методів впливу на креативно активних працівників [1, с. 57].

Загалом, креативна мотивація допоможе вирішити ряд проблем, з якими стикаються роботодавці, серед яких такі:

- як залучити до роботи найбільш “бажаних” кандидатів з ринку праці – крім матеріальної вигоди, яку вони можуть отримати в будь-якій компанії;

- як утримати цінних працівників і не допустити їх міграції до конкурентів, які можуть запропонувати щось більше, ніж стандартний набір “подяк” за роботу;

- яким чином можна підвищити продуктивність праці, не жертвуючи на це багато сил і фінансів [5, с. 96].

У зв’язку з підвищенням значення творчості, змінюються як організаційні принципи управління, так і особисті якості працівників. Важливими стають не лише досвід та професійна компетентність, але і уява, адаптивність, гнучкість мислення, здатність генерувати нові ідеї, вирішувати нестандартні задачі.

Таким чином, в умовах посилення конкуренції одним із найперспективніших шляхів розвитку організацій в сучасних умовах, є реалізація стратегії креативного (інноваційного) розвитку.

Звичайно, і в креативній мотивації повинні бути рамки розумного, але те, що в наш час вона подіє краще, ніж традиційні методи – доводить світовий досвід. Головне – знайти свій особистий підхід до власних співробітників.

Список використаних джерел:

1. Бардадим О. І. Оцінка ефективності мотивації креативності новаторів / О. І. Бардадим // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Соціально-гуманітарні проблеми менеджменту". – Львів : Б. в., 2012. – С. 56–58.

2. Костюхіна І. Винахідлива мотивація: Секрети успішних компаній. / І. Костюхіна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// escadra. com. ua/ua/ izobretatel'naya-motivaciya-sekreti-uspeshnykh-kompanij.html](http://escadra.com.ua/ua/izobretatel'naya-motivaciya-sekreti-uspeshnykh-kompanij.html)

3. Савіцька Н.В. Креативний потенціал як об’єкт управління в системі менеджменту підприємства. / Н.В. Савіцька. Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.5, С.372-377.

4. Харцій О.М. Розвиток креативного потенціалу у майбутніх менеджерів організації / О.М. Харцій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.>

УДК 657.471

*Є.І. Бурій, магістрант,
Науковий керівник: Д.В. Дячков, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Для планування, контролювання, регулювання витрат їх класифікація має велике значення та відіграє важливу роль, оскільки дає можливість визначити особливості формування й розподілу витрат за певними об'єктами управління. Розподіл витрат на різні види за відповідними класифікаційними ознаками спрямований на розв'язання різноманітних завдань управління. Як наслідок, у літературі зустрічаються найрізноманітніші форми групування витрат за ознаками їх класифікації, що розв'язують переважно аналогічні завдання управління. При цьому увага зосереджується тільки на окремих видах витрат, а решта – не розглядаються [2].

Класифікація витрат на собівартість продукції за статтями калькуляції дозволяє виявити конкретний об'єкт і місце здійснення витрат, визначити собівартість одиниці продукції, прибуток, рентабельність продукції і виробництва. Ще одна важлива і складна задача, розв'язувана за рахунок класифікації витрат – це віднесення витрат на окремі види діяльності і виробничі підрозділи підприємства.

В економічній теорії існує безліч різноманітних класифікацій витрат, що використовуються в практиці обліку і організації управління підприємством. Крім того виділяють класифікацію витрат на види, сукупність яких становить номенклатуру витрат [1, 3].

Існуючі системи класифікації витрат за різними ознаками узагальнені і представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація витрат за основними ознаками

Ознака класифікації	Елементи класифікації
За економічним змістом	матеріальні витрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні потреби; амортизація; інші витрати
За напрямом діяльності підприємства	промислові, транспортні, комерційні тощо
За ступенем залежності від обсягів виробництва	змінні витрати, що залежать від обсягу виробництва; умовно-постійні, тобто незалежні або малозалежні від обсягів виробництва.
За способом віднесення на собівартість одиниці продукції, роботи, послуги	прямі, безпосередньо відносяться на собівартість виробу; непрямі, опосередковано відносяться на собівартість.
За статтями калькуляції	сировина і матеріали; зменшення або збільшення витрат; придбані вироби, напівфабрикати і послуги виробничого характеру

	сторонніх організацій; паливо і енергія на технологічні цілі; заробітна плата робітників; відрахування на соціальні потреби; витрати на підготовку і освоєння виробництва; загальновиробничі витрати; загальногосподарські витрати; втрати браку; інші виробничі витрати; витрати на продаж.
За складом витрат	прості (одноелементні), що складаються з одного елемента витрат; комплексні (складні), що складаються з декількох елементів витрат.
По відношенню до технологічного процесу	основні; накладні (витрати на організацію виробництва і управління).
По відношенню до процесу виробництва	витрати предметів праці; витрати засобів праці; витрати живої праці.
За участю в процесі виробництва	витрати виробничі; витрати на реалізацію продукції (комерційні).
За періодичністю виникнення	одноразові; поточні; періодичні.
За охопленням плануванням	плановані; не заплановані.
За ступенем готовності продукції	витрати на готову продукцію (роботи, послуги); витрати в незавершеному виробництві.
За об'єктом управління	витрати за операційним і географічним сегментам; витрати в місцях їх виникнення; витрати в центрах витрат; витрати в центрах відповідальності.
Щодо віднесення до періоду	витрати майбутніх періодів (відкладені витрати); зарезервовані витрати.
За функцією управління	Маркетинг, матеріально-технічне забезпечення, збут тощо

Слід відмітити, що всі розглянуті класифікації витрат взаємопов'язані між собою. Необхідно також відмітити, що в діючій практиці підприємств головним чином застосовується класифікація витрат для цілей калькулювання планової та фактичної собівартості продукції (послуг). Комплексне використання в управлінні всіх розглянутих витрат дозволить створити найбільш ефективну систему управління витратами, зорієнтовану на збільшення прибутку нафтогазових підприємств [2].

Список використаних джерел:

1. Костенкова В. Г. Управление затратами промышленного предприятия : автореф. дис. на получение наук. степени кандидата экономических наук: спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством" / Костенкова Вера Григорьевна. – Ижевск, 2010. – 29 с.

2. Матюшина Ю. І. Класифікація витрат як передумова організації управління підприємством / Ю. І. Матюшина // Економіка і регіон. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – ПолтНТУ. – 2013. – № 2 (39). – С. 98-103.

3. Мельниченко Л.Ю. Системний підхід до управління витратами підприємства у ринковій економіці // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". – 2001. – № 417. – С. 263-267.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Отримання економічними господарськими структурами організаційної та фінансової самостійності визначило необхідність зміни існуючої традиційної моделі управління витратами. Одним з пріоритетних напрямків адаптації підприємств до нестабільного конкурентного середовища є формування ефективної системи управління витратами.

Аналіз літературних джерел із зазначеної проблематики дозволив узагальнити існуючі методи і підходи в галузі управління витратами, згруповані відносно акценту спрямованого на облікову або управлінську діяльність (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація систем управління витратами [на основі 3]

Акцент на облікову діяльність	Акцент на управлінську діяльність	
	Тактичну	Стратегічну
«Absorption-costing»	«Direct-costing» «Standard-costing»	«Life-cycle-costing» «Target-costing» «Kaizen-costing» «ABC»

Існуючі концепції повинні бути використані в якості основи для побудови ефективної системи управління витратами сучасного підприємства.

На основі проведеного комплексного дослідження концепцій і підходів в області управління витратами виявлено їх особливості, переваги та недоліки. Встановлено, що жодна з існуючих систем управління витратами окремо не здатна повністю забезпечити виконання облікових і управлінських функцій, необхідних для організації ефективної системи управління на підприємстві [1].

Тому, для побудови комплексної системи управління витратами, що реалізує функції обліку та управління, запропоновано інтегрувати в рамках однієї системи концепцію «standard-costing» з сучасними концепціями стратегічного управління витратами. Система «standard-costing» забезпечить реалізацію функцій планування і контролю, а грамотне поєднання системи «life-cycle-costing» з філософією концепцій «target-costing» і «kaizen-costing» дозволить усунути властиві даними підходам недоліки і створити комплексну та ефективну систему управління витратами, здатну виконати всі поставлені перед нею завдання.

Для забезпечення ефективного менеджменту необхідно організувати управління витратами в різних аспектах – за технологіями (звичайні, інтенсивні), центрами відповідальності, видами продукції, за відповідальними особами. Це дає змогу всебічно аналізувати рівень витрат та встановлювати їх відповідність визначеним нормам.

Також, пропонується система управління витратами повинна забезпечити керівництво підприємства інформацією, яка дозволить:

- приймати управлінські рішення з урахуванням їхніх економічних наслідків;
- контролювати витрати у зіставлення з нормами;

формувати економічну стратегію;
оцінювати формування собівартості та прибутку протягом виробничого періоду;
оцінювати витрати в розрізі структурним підрозділів підприємства;
приймати рішення стосовно доцільності здійснення виробництв, ефективності використання ресурсів [2, с.253].

Отже, в умовах трансформаційної економіки активно розвиваються сучасні концепції в сфері стратегічного управління витратами, які спрямовані на подолання певних обмежень. А характерною особливістю сучасних систем управління витратами є їх інтегрованість, тобто здатність формувати комплексну інформацію, надаючи кількісні та якісні показники виробничо-господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств: [навч. посіб. для студ. вузів] / С. І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 348 с.
2. Шваб Л. І. Економіка підприємства: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Шваб. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
3. Сулоева С. Б. Традиционные и современные системы управления затратами: сущность и особенности / С. Б. Сулоева, О. Б. Гульцева // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2016. – № 4(246). – С. 173-180.

УДК 657

*Ю.В. Марчук, магістрант,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

СУТНІСТЬ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ РОБІТ, ПОСЛУГ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Транспортний сектор відіграє важливу роль у функціонування та розвитку економіки нашої держави, забезпечуючи зв'язок виробництва і споживання. Розвинена транспортна інфраструктура обумовлює динамічність та ефективність соціально-економічного розвитку як окремих регіонів так і країни в цілому.

Одним із найважливіших економічних показників господарської діяльності автотранспортного підприємства є собівартість. Показниками собівартості можна характеризувати рівень витрат підприємства на виконання робіт та надання послуг.

Застосування методу обліку витрат та калькулювання собівартості робіт (послуг) є актуальним питанням, від якого залежить отримання найбільшого ефекту з найменшими витратами, економії трудових, матеріальних та фінансових ресурсів. Аналіз калькулювання собівартості робіт (послуг) має важливе значення для автотранспортного підприємства, за допомогою показника собівартості можна розрахувати виконання плану робіт (послуг), зміни приросту собівартості. Калькулювання собівартості робіт (послуг) є інформаційною базою для вибору ціноутворення на автотранспортному підприємстві, для планування аналізу затрат, покращення результатів діяльності та зменшення собівартості, збільшення прибутку організації, формування конкурентних переваг за рахунок найнижчих в галузі витрат.

Собівартість виконаних робіт, наданих послуг – це якісний показник, який характеризує діяльність підприємства. Дані про формування собівартості робіт (послуг) слугують для прийняття управлінських рішень стосовно формування

доходів і витрат, обчислення кінцевого фінансового результату діяльності автотранспортного підприємства та пошуку шляхів покращення цих результатів в межах правового поля, що склалось на теперішній час. Одною з актуальних причин визначення собівартості робіт (послуг) на підприємстві є визначення рентабельності, встановлення цін, здійснення планування, формування доходу.

Діяльність автотранспортного підприємства пов'язана з витратами автомобільного палива та мастильних матеріалів, виплатою заробітної плати та іншими витратами. Тому в даний час облік витрат на експлуатацію автотранспорту займає одне з головних місць в загальній системі бухгалтерського обліку.

Перед бухгалтерським обліком стоять наступні завдання: перевірка законності і доцільності здійснюваних на підприємстві витрат, правильності їх документального оформлення; об'єктивний розподіл витрат на експлуатацію автотранспорту по звітних періодах; правильне розмежування витрат за місцями їх виникнення і статтями встановленої номенклатури; своєчасне надання інформації, необхідної для оцінки ефективності витрат і прийняття управлінських рішень; контроль і аналіз виконання на підприємстві затверджених кошторисів витрат; контролювання використання прибутку; вишукування резервів для скорочення витрат і підвищення рентабельності роботи автотранспорту [3].

Собівартість як економічний показник використовують для:

- оцінки рівня господарювання підприємства та його структурних підрозділів;
- контролю за ефективністю витрачених ресурсів;
- визначення економічної ефективності інноваційної та інвестиційної діяльності, запровадження заходів щодо забезпечення більш ефективного процесу господарювання;
- розробки і встановлення цін на продукцію (роботи, товари і послуги);
- визначення економічної доцільності та вигідності здійснення підприємницької діяльності за різними об'єктами господарювання [2].

Бухгалтерський облік, оцінка витрат, калькулювання собівартості робіт (послуг) відіграють важливу роль в управлінні витратами автотранспортного підприємства. Від їх правильної організації значною мірою залежить достовірність визначення найважливіших економічних показників роботи як підприємства в цілому, так і його окремих підрозділів. На сьогодні існують методи обліку витрат і калькулювання собівартості робіт (послуг), що забезпечують економічну безпеку діяльності та функціонування підприємства.

Можливі два варіанти ведення обліку витрат. За першого варіанта в системі бухгалтерського обліку, а точніше – в системі фінансового обліку, проводиться весь комплекс робіт, включаючи калькуляцію собівартості послуг. При другому варіанті в системі рахунків фінансового обліку ведеться лише узагальнюючий облік витрат на рахунках синтетичного обліку і вирішується лише завдання зі складання фінансової звітності. Решта завдань (контроль, аналіз, прогноз витрат, калькуляція собівартості одиниці перевезень) вирішується в системі управлінського обліку. Обраний варіант обліку зазначається в наказі про облікову політику [1, с. 145].

Витрати, які включаються до собівартості робіт (послуг), визначаються Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та галузевими інструкціями з питань планування, обліку і калькулювання собівартості автомобільних перевезень в умовах ринкової економіки.

Список використаних джерел:

1. Базиліук А. В. Бухгалтерський і податковий облік автотранспорту та

перевезень. Навч. посіб. / А. В. Базилюк, О. І. Малишкін. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 256 с.

2. Дуляба Н.І. Сутність, роль та значення показника собівартості в управлінні виробництвом / Н.І. Дуляба, Т.А. Ільницька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.16. – С. 217 – 222.

3. Облік витрат і калькулювання собівартості вантажних автомобільних перевезень в умовах ринкової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://revolution.allbest.ru/audit/00324875_0.html

УДК 330.341

*Р.С. Павлик, магістрант,
Науковий керівник: О.В. Федірець, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Стрімка глобалізація та інтелектуалізація виробництва, ринку й економічної діяльності викликані небаченими темпами і масштабами інновацій, які докорінно змінюють соціально-економічну структуру суспільства та виробничих відносин. Стає очевидним, що для вирішення господарсько-економічних завдань потрібні нові підходи, якісні прогресивні зміни.

Безперервно виникаючи у просторі і часі, такі зміни є характерною ознакою інноваційного процесу, на основі якого розвиваються інформаційні технології [1, с. 84].

Інноваційний процес можна розглядати з різних позицій. Але в будь-якому разі він завжди являє собою послідовний ланцюг подій, які спричиняють “дозрівання” інноваційної ідеї до конкретного продукту, технології чи послуги, а далі – поширення результату в практиці господарювання відповідно до інтересів підприємця – новатора.

Утверджуючись в економіці, інновація удосконалюється, стає ефективнішою, набуває власних споживчих властивостей, перед нею відкриваються, завдяки процесу глобалізації, сфери застосування та ризику [1, с. 85].

Інноваційний процес є процесом, який органічно поєднує науку, технології, техніку, економіку, підприємництво й управління з метою гарантованого досягнення нового результату, що має комерційний успіх. Він охоплює комплекс відносин від розробки ідей і технологій до виробництва, обміну і споживання кінцевого продукту. Зрозуміло, що інновації не є самодостатніми, тому очікуваний позитивний результат досягається лише за умови інституційної підтримки і реалізації їх у виробничому процесі через адекватні управлінсько-організаційні технології та певну комплементарну комбінацію ресурсів виробничо-економічних систем. Це зумовлено тим, що на відміну від традиційної, інноваційна економіка характеризується складними і динамічними зв'язками між її елементами та учасниками інноваційного процесу – від створення й удосконалення нових технологій та продуктів до масового впровадження їх у реальному секторі [3, с. 121].

Розглянемо еволюцію поглядів відомих вчених на визначення інноваційного процесу. Найбільш поширеною свого часу була “технічна” точка зору, згідно з якою

інновація розглядається як процес переносу (впровадження) нововведення у сфері його застосування. В межах цього підходу інновація визначається як процес перетворення наукового знання у фізичну реальність, що змінює суспільство, тобто успішне впровадження продукту чи послуг на ринок і в економіку. Такий підхід має значну кількість прихильників серед вітчизняних та зарубіжних аналітиків.

Науковці трактують термін “інноваційний процес” як процес, що має місце “в будь-якій складній виробничо-господарській системі, є сукупністю прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі... Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва...” та як “послідовний ланцюг подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології чи послуги...” [4, с. 76].

Розуміння інноваційного процесу як центрального чинника технологічного розвитку стало основною парадигмою системи сучасних ринкових відносин. Світовий досвід стверджує, що економічне зростання неможливе без науково-технічного прогресу. Інноваційна діяльність поширюється у двох напрямках: на мікро- і макрорівнях. Згідно з офіційною стратегічною направленістю України на досягнення рівня соціально-орієнтованої економіки, особливу увагу необхідно приділяти інноваційній діяльності на мікрорівні, що буде сприяти зменшенню соціальної напруженості та дозволить створити передумови для формування соціумом позитивної мотивації до інноваційної діяльності [2, с. 128].

Соціальні аспекти інноваційних процесів варто розглядати на мікро- і макрорівнях. На мікрорівні дослідженню підлягають процеси в соціальних групах у рамках підприємства, що виникають, як правило, внаслідок визначених управлінських рішень. На макрорівні необхідно розглянути соціальний вплив інноваційних процесів на суспільство в цілому.

Аналізуючи проблеми інновацій, науковці часто зосереджують увагу на перешкодах інноваційному процесу, до яких належать передусім недостатній розвиток ринкових відносин, трансфертних механізмів, сектора малого бізнесу, що, до речі, у літературі визначається, як головне джерело інновацій, а також слабкість зв'язків науки і виробництва. Тому для активації інноваційного процесу вважається достатнім збільшити фінансування науки, розробити відповідну законодавчу базу у сфері інтелектуальної власності й інструменти реалізації прийнятих законів, створити по-справжньому сприятливі умови для малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Зянько В. О. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив / В. О. Зянько. // Економіка України. – 2009. – №2. – С. 84-89.
2. Остропольська Є. В. Розвиток соціальної складової інноваційних процесів як чинник соціально-економічного зростання економіки України / Є. В. Остропольська // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №2. – С. 127-135.
3. Россоха В. В. Інноваційні процеси економічного розвитку в контексті інституційного забезпечення / В. В. Россоха // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №6. – С. 119-129.
4. Турило А.М. Інновації: сутність і теоретичні характеристики / А.М. Турило // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №5. – С.76-79.

КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Проблематика формування інноваційної стратегії набуває особливої актуальності для вітчизняних підприємств, оскільки в умовах сьогодення інноваційна діяльність є однією із стратегічних складових науково-технічного прогресу і відповідно – економічного зростання. Водночас, не зважаючи на розмаїття розгляду проблем інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, залишається невизначеним коло питань пов'язаних із стратегічним управлінням інноваційного розвитку, процесом формування, обґрунтування, класифікації і вибору інноваційної стратегії.

Багатоманітність типів інноваційних стратегій, яке існує на теперішній час, суттєво ускладнює вибір стратегії підприємствам. Деякі вчені визначають три типи стратегії: наступальна (активна), імітаційна та комбінована [3, с. 85].

Особливо широке поширення отримав «біологічний» підхід щодо класифікації інноваційної поведінки і конкурентних стратегій, в основі якого лежать роботи біологів Л. Г. Раменського і Дж. Грайма [5, 2]. Відповідно до цього підходу, стратегічну інноваційну поведінку можна поділити на три типи: 1) віоленти (від латинського *violentia* – схильність до насильства), 2) пацієнти (від латинського *patientia* – терплячість, витривалість); 3) експлерент (від латинського *explere* – наповнювати, заповнити). Відповідно до «біологічної» класифікації, а також з урахуванням типів поведінки підприємств на основі асоціацій з поведінкою тварин визначають наступні інноваційні стратегії: стратегії «лисиць», стратегії «мишей», стратегії «левів» тощо.

Швейцарський фахівець Х. Фрізевінкель і російський автор А. Ю. Юданов запропонували оригінальну класифікацію типів інноваційної поведінки, яка доповнена поняттями «комутант» і «перші ластівки») [1, 6].

Відповідно до цілей розвитку виділяють такі інноваційні стратегії на рівні країни (відповідно до моделі формування, типів інноваційної політики, інноваційного розвитку загалом) : стратегія «народження»; стратегія «запозичення»; стратегія «переносу» [4].

За характером реалізації інноваційної стратегії: агресивно-нападальна (характерна для підприємств, які прагнуть до лідерства при впровадженні інновацій в певному ринковому сегменті, обов'язковою умовою в даній ситуації є наявність необхідних ресурсів); бойова (характеризується великою кількістю інноваційних продуктів, що пропонуються до впровадження; характерна для виробника, який орієнтується на широке коло споживачів і впевненість у високому рівні конкурентоспроможності виробів в майбутньому); оборонна (спрямована на збереження позицій на ринку. характеризується необхідністю розробки системи заходів для довгострокового і короткострокового ведення конкурентної боротьби. характерна для підприємства, сильною стороною якого є маркетинг, ніж НДДКР); стратегія запозичення (стратегія, при якій нова технологія або продукт може бути придбана у інших підприємств, наприклад, шляхом закупівлі ліцензії).

Усі розглянуті підходи відбивають різноманітні грані стратегії, не суперечливі між собою, а їхнє комплексне та різнобічне застосування сприяє найповнішому

розумінню змісту інноваційної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Friesewinkel H. Das pharmazeutische Marketing / H. Friesewinkel Kulmbach: Pharma-Team-Verlag, 1982. – P. 535.
2. Grime J. P. Plant strategies and vegetation processes / J. P. Grime. – Chichester: John Wiley & Sons, 1979. – 222 p.
3. Андреев В. Н. Управление техническим капиталом как инструмент обеспечения результативности инновационного развития промышленного предприятия / В. Н. Андреев, А. И. Шебаров // Организатор производства. – Воронеж. – 2011. – №3 (50). – С. 84-88.
4. Кристенсен К. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании / К. Кристенсен – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 240 с.
5. Раменский Л. Г. Введение в комплексное почвенно-геоботаническое исследование земель / Л. Г. Раменский. – М.: Сельхозгиз, 1938. – 620 с.
6. Юданов А. Ю. Типы конкурентной стратегии: «биологический» подход к классификации компаний / А. Ю. Юданов // Мировая экономика и международные отношения. – 1990. – № 10. – С. 51-65.

УДК: 338.43:336.761(477)

*С.І. Гайдар, Ю.Р. Нужна, здобувачі вищої освіти,
Науковий керівник: Н.Г. Сейсебаєва, к.е.н., доцент,
Запорізький національний університет*

**ЗАСТОСУВАННЯ БІРЖОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЯК МЕТОД
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Провідною галуззю економіки України є сільське господарство. Для підвищення ефективності функціонування та торгівлі в даному секторі необхідним є поширення біржових інструментів на сільгосппродукцію. У всьому світі біржова торгівля є запорукою прозорого та цивілізованого ринку [1]. Торгівля сільгосппродукцією за допомогою біржових контрактів сприяє вільному руху товарів та послуг, а також зменшує можливість виникнення монополізації, згладжує різкі коливання цін.

Головною метою функціонування сільськогосподарських бірж є організація збуту продукції та здійснення регулювання ринку, що у свою чергу, забезпечить стаке забезпечення населення продовольчими товарами, а переробних підприємств – сировиною. Визначення реальної ціни та страхування ризиків біржових товарів – це основне завдання біржі [3].

Стратегічне управління біржами покладене на Національну асоціацію бірж України, основними завданнями якої є:

- створення ефективної біржової інфраструктури;
- організація ефективної торгівлі;
- мобілізація та перерозподіл коштів агропромислового комплексу.

Значний вплив на український аграрний ринок має ситуація на світовому, бо частина олійного насіння та зерна йде на експорт за цінами, які формуються на міжнародних біржах, рівень яких визначається загальносвітовими тенденціями з виробництва та споживання продукції.

Лідером світового виробництва серед групи зернових культур є кукурудза, а

серед олійних – соя. Щороку спостерігається стабільне збільшення обсягів виробництва та споживання даних культур [2].

Основним експортером кукурудзи на міжнародному ринку є Сполучені Штати Америки. Найбільший попит на даний товар виявляють країни ЄС, Японія, Мексика та Єгипет.



Рис. 1. Динаміка виробництва кукурудзи на зерно в Україні

Основною олійною культурою України є соняшник. Дана культура посідає третє місце у світі за обсягами вирощування. Збільшенню виробництва сприяло зростання врожайності та посівних площ [2].



Рис. 2. Динаміка виробництва соняшника в Україні

Таким чином, як на внутрішньому, так і на світовому ринках спостерігаються сприятливі умови для вирощування кукурудзи, сої та соняшника, а отже, і для їх реалізації.

Беручи до уваги аграрний експорт України з січня по червня 2017 року, ми спостерігаємо його збільшення на 1,9 млрд. доларів, порівняно з аналогічним періодом минулого року. За цей час експорт склав 8,7 млрд. доларів. При цьому частка експорту сільськогосподарської продукції у структурі всього українського експорту за цей час склала 42,1%, про що повідомляє Міністерство аграрної політики та продовольства України [3].

Хоча біржовий ринок в Україні є недосить розвинений, все більш розвивається торгівля біржовими інструментами на сільгосппродукцію. У цьому напрямку активну участь приймає держава, яка проводить програми підтримки сільського господарства країни. Прикладом такої програми є «Форвардні закупівлі зерна», яка була запроваджена ще у 2008 році. Вона здійснюється шляхом купівлі зерна у сільськогосподарських підприємств у певний період за фіксованою ціною. Ще однією умовою є сплатення авансового платежу у розмірі 50 % від повної вартості підчас укладення форвардного контракту на біржі. Наступною є програма закупівель

ПАТ «Аграрний фонд» під назвою «Форвард 2017», яка передбачає закупівлі пшениці, жита та гречки. У «Форвард 2018» більш широкий вибір продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Умови «Форвард 2017» та «Форвард 2018» [4; 5]

Продукція	Форвард 2017		Форвард 2018	
	Обсяг	Ціни	Обсяг, т	Ціни, грн/т
Пшениця 2 клас	700000	3900	100	4850
Пшениця 3 клас		3700		4600
Жито	50000	3500	30	3500
Гречка	10000	15000	10	10000
Кукурудза	-	-	100	4150
Ячмінь	-	-	50	4550
Овес	-	-	10	4200
Горох жовтий	-	-	30	6000

Торгівля сільгосппродукцією в Україні здійснюється також за допомогою укладення ф'ючерсних контрактів, при чому вони є переважно розрахунковими, але протягом останнього року поширення набувають торги поставними ф'ючерсними контрактами на зернові. На «Українській біржі» здійснюється торгівля поставними ф'ючерсами на пшеницю та згодом вона сподівається ввести ф'ючерси на кукурудзу.

Отже, торгівля біржовими інструментами на сільгосппродукцію є засобом підвищення ефективності діяльності та використання фінансових ресурсів сільськогосподарськими підприємствами.

Список використаних джерел:

1. Т.К. Мещерякова Проблеми і перспективи біржової торгівлі сільгосппродукцією [Електронний ресурс] / Мещерякова Т.К. // XLV Науково-технічна конференція факультету менеджменту (2016). – Режим доступу: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11281/217.pdf?sequence=3>.
2. Ефективне виробництво - 2017 [Електронний ресурс] / Журнал «Агробізнес Сьогодні». – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ekonomichnyi-gektar/7167-efektyvne-vyrobnytstvo-2017.html>
3. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.org.ua/>
4. Форвард 2017 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт ПАТ «Аграрний фонд». – Режим доступу: <http://agrofond.gov.ua/buy/forward-2017/>
5. Форвард 2018 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт ПАТ «Аграрний фонд». – Режим доступу: <http://agrofond.gov.ua/buy/forward-2016/>

УДК 658.5

*Г.В. Побиванець, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: О.М. Матусова, к.е.н., доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет*

ОПТИМАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах повної самостійності в управлінні та веденні господарства, розпорядженні ресурсами і результатами праці успіх підприємств різних сфер діяльності багато в чому залежить від ефективності використання матеріальних ресурсів [1].

Запаси є невід'ємним компонентом господарських процесів – вони беруть участь у всіх фазах діяльності підприємства.

Існує багато причин, чому фірми йдуть на створення запасів. Основним доводом є те, що на підприємстві повинна бути певна кількість матеріальних ресурсів для підтримки виробничого процесу [2].

Товарні запаси є одним із факторів, які активно впливають на використання продуктивних сил суспільства. Оскільки дефіцит матеріальних запасів веде до втрати робочого часу, недостатнього використання основних фондів і, в кінцевому рахунку, до недоотримання прибутку від реалізації продукції або послуг; надлишок їх свідчить про нераціональні витрати суспільної праці. Тому питання управління товарними запасами, які засновані на науковому підході, набувають важливого значення [1].

Основною метою управління запасами є формування та підтримання їх величини на такому рівні, який дозволяє організації своєчасно та безперебійно задовольняти очікування споживачів кожним товаром при мінімальних витратах на них і максимізувати чистий прибуток [2].

Для досягнення цієї мети керівники або менеджери підприємства повинні визначити, скільки треба зберігати запасів, коли розміщувати замовлення і скільки замовляти одиниць товару за один раз. Від керівників і менеджерів підприємства потрібне вміння не тільки визначати необхідну величину запасів, а й розробляти графіки поставок, розраховувати оптимальні партії нових замовлень, обсяги продажу, організовувати складування запасів, враховувати вимоги логістики та маркетингу, постійно проводити фінансовий аналіз потреб у запасах, розраховувати витрати, пов'язані із запасами, і враховувати цінову політику на товари та послуги [1].

Управління матеріальними запасами потребує вирішення певних завдань:

- 1) ранжування поточних активів за критерієм ліквідності;
- 2) оптимізація операційного циклу;
- 3) визначення оптимального розміру поточних активів;
- 4) встановлення оптимальної пропорції між короткостроковими та довгостроковими зобов'язаннями у фінансуванні поточних активів.

Для управління матеріальними запасами застосовують певні моделі:

- економічного розміру замовлення;
- філософії своєчасності або JIT калькулювання.

Економічний розмір замовлення (Economic Order Quantity) – це кількість замовлених запасів, що забезпечує оптимальну комбінацію витрат на їх придбання та зберігання. Для визначення оптимального розміру замовлення запасів враховують релевантні витрати на їх придбання та зберігання. Релевантними є лише ті витрати, які будуть змінюватись залежно від рівня запасів. До витрат, пов'язаних із запасами, включають витрати: на закупку; на замовлення; на зберігання; можливі витрати внаслідок браку запасів.

Витрати на закупку (Purchase Costs) запасів, як правило, не є релевантними, бо витрати на придбання одиниці запасу не змінюються, за винятком випадків, коли під час закупівлі великої кількості матеріалів або товарів покупцеві надаються знижки.

Витрати на замовлення (Ordering Costs) запасів охоплюють витрати на оформлення документів і здійснення розрахунків, пов'язаних із замовленням. Витрати на замовлення, однакові для всіх варіантів створення запасів, не є релевантними, тому, визначаючи оптимальний розмір замовлення, враховують лише додаткові витрати на розміщення замовлення.

До витрат на зберігання (Holding or Carrying Costs) належать витрати, пов'язані зі

зберіганням запасів. Частина витрат на зберігання запасів є релевантною, до них відносять: додаткові витрати на зберігання; додаткові витрати на утримання складських приміщень; додаткові витрати на обробку матеріалів; втрати внаслідок знецінення запасів; можливу втрату прибутковості інвестицій.

Втрати через нестачу запасів (Inventory Shortage Costs) – можливі витрати через відсутність достатньої кількості запасів для задоволення виробничих потреб або потреб клієнтів. До таких витрат відносять: втрачений дохід від продажу; штрафні санкції за несвоєчасну поставку продукції замовникам; понаднормативні витрати внаслідок заміни матеріалів дорожчими; втрати внаслідок простоїв.

Втрати через нестачу запасів не враховують при визначенні економічного розміру замовлення, але беруть до уваги, обчислюючи момент розміщення за замовленням.

Отже, оптимальний розмір замовлення виробничих запасів залежить від витрат, пов'язаних з придбанням запасів, які складаються з двох елементів: витрат зі зберігання і витрат на розміщення та виконання замовлень. Ці два елементи змінюються обернено пропорційно один одному: чим більші витрати на зберігання оборотних засобів (наприклад необхідні складські приміщення в достатній кількості), тим меншими є витрати на транспортування (відсутня необхідність зайвий раз користуватися послугами транспортних підприємств)[3].

Таким чином, для безперервної роботи підприємству необхідні запаси, на збереження та обслуговування яких потрібні значні витрати. Щоб знизити ці витрати, підприємство може встановити невисокий рівень матеріальних запасів, однак виникаючий внаслідок цього дефіцит товарів часто веде до втрати клієнтів. Рішення цієї проблеми існує в знаходженні компромісу між витратами на створення та зберігання матеріальних запасів та дефіциту товарів, що нерозривно пов'язане з вибором оптимальної моделі управління запасами.

Список використаних джерел:

1. Литвишко Л.О. Управління товарними запасами підприємства в ринкових умовах [Електронний ресурс] / Л.О. Литвишко, І.І. Кельман // Проектування, виробництво та експлуатація автотранспортних засобів і поїздів. – 2013. – № 21. – С. 158-161. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pveazp_2013_21_25
2. Іващенко О.В. Управління запасами на підприємствах [Електронний ресурс] / О.В. Іващенко, О.С. Кожевнікова // Економічний вісник Донбасу. – 2008. – № 3. – С. 132-135. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2008_3_22
3. Бондарчук Н.В. Моделі управління матеріальними запасами на підприємствах [Електронний ресурс] / Н.В. Бондарчук // Агросвіт. – 2012. – № 1. – С. 24–28. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2012_1_8

УДК 334.716

*А. Шахнюк, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: І.В. Копчикова, асистент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОСНОВИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ТА ПРИКЛАДИ ЙОГО ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

Кластерний аналіз з'явився порівняно недавно – у 1939 р. Його запропонував вчений К. Тріон. Дослівно термін "кластер" в перекладі з англійської "cluster" означає гроно, згусток, пучок, група [4].

Особливо бурхливий розвиток кластерного аналізу відбувся у 60-х роках минулого століття. Передумовами цього були поява швидкісних комп'ютерів та визнання класифікацій фундаментальним методом наукових досліджень [4].

Кластерний аналіз – це метод багатомірного статистичного дослідження, до якого належать збір даних, що містять інформацію про вибіркові об'єкти, та упорядкування їх в порівняно однорідні, схожі між собою групи [4].

Отже, сутність кластерного аналізу полягає у здійсненні класифікації об'єктів дослідження за допомогою численних обчислювальних процедур. В результаті цього утворюються "кластери" або групи дуже схожих об'єктів. На відміну від інших методів, цей вид аналізу дає можливість класифікувати об'єкти не за однією ознакою, а за декількома одночасно. Для цього вводяться відповідні показники, що характеризують певну міру близькості за всіма класифікаційними параметрами [4].

Основними завданнями кластерного аналізу є:

- розробка типології або класифікації досліджуваних об'єктів;
- дослідження та визначення прийнятних концептуальних схем групування об'єктів;
- висунення гіпотез на підставі результатів дослідження даних;
- перевірка гіпотез чи справді типи (групи), які були виділені певним чином, мають місце в наявних даних.

Кластерний аналіз потребує здійснення таких послідовних кроків:

- 1) проведення вибірки об'єктів для кластеризації;
- 2) визначення множини ознак, за якими будуть оцінюватися відібрані об'єкти;
- 3) оцінка міри подібності об'єктів;
- 4) застосування кластерного аналізу для створення груп подібних об'єктів;
- 5) перевірка достовірності результатів кластерного рішення [4].

Кожен з цих кроків відіграє значну роль у практичному здійсненні аналізу.

Спектр сфери наукових досліджень на основі застосування методів кластерного аналізу дуже широкий: археологія, інформатика, медицина, психологія, хімія, біологія, державне управління, філологія, антропологія, маркетинг, соціологія тощо. За результатами проведеного аналізу спеціальних літературних джерел було з'ясовано, що науковці приділяють велику увагу дослідженню теоретичних та практичних проблем застосування методів кластерного аналізу [1].

Метою роботи є узагальнення існуючого практичного досвіду застосування методів кластерного аналізу під час виконання різноманітних економічних завдань у промислових підприємствах та пошук додаткових можливостей для цього [1].

Автор наукового дослідження у сфері управління витратами на створення нової продукції (СНП) М.В. Рета для апробації запропонованого методичного підходу щодо аналізу цих витрат на машино-будівних підприємствах дослідила 20 підприємств Харківської області з метою їх групування. Задля цього автор запропонувала використання багатовимірного статистичного методу – кластерного аналізу за такими показниками: часткою витрат матеріальних, адміністративних, на оплату праці та інших у загальній сумі витрат на СНП; часткою загальної суми витрат на СНП у доходах підприємства від реалізації інноваційної продукції; коефіцієнтом рентабельності витрат на СНП; часткою витрат за СНП на гривню сукупних доходів підприємства та сукупних витрат підприємства [1].

Для класифікації підприємств був використаний ієрархічний агломеративний метод Уорда з використанням евклідової метрики. За результатами кластерного аналізу були отримані три групи: до першого кластера(А) увійшли підприємства, що

мають високий рівень витрат на СНП; другий кластер (В) утворили підприємства із середнім рівнем витрат на СНП; третій кластер (С) – це підприємства з низьким рівнем витрат на СНП. Графічну інтерпретацію отриманих результатів подано у вигляді ієрархічної дендрограми об'єднання обраних для аналізу машинобудівних підприємств. Далі у межах кожного кластера був оцінений інтегральний показник рівня інноваційної та фінансово-господарської діяльності підприємств відповідно до мети та завдань дослідження автора [1].

На сьогодні існує велика кількість методів кластеризації, в основі яких – різні підходи до виділення кластерів, вибір конкретного методу залежить від практичного застосування отриманого результату [2].

Кластерний аналіз – достатньо трудомісткий метод статистичного дослідження, тому краще проводити його за допомогою різноманітних програмних продуктів. Система STATISTICA (StatSoft) у середовищі Windows містить у собі всі відомі методи статистичного аналізу даних, що дає змогу зробити процес дослідження більш ефективним і простим.

Використання програмного пакета STATISTICA для проведення кластерного аналізу забезпечує реалізацію різноманітних методів кластеризації, наочне графічне представлення результатів, які уможливають виявлення проблемних моментів та способів їх розв'язання в демографічних дослідженнях [2].

Також, кластерний аналіз широко використовують для опрацювання даних земельного кадастру. Кластерний аналіз у застосуванні до задач оцінювання земельних ділянок не вимагає апріорних припущень про набір даних, що не накладає обмеження на подання досліджуваних об'єктів, дозволяє аналізувати показники різних типів даних (інтервальних даних, бінарних даних). Важливим чинником є те, змінні вимірюються в порівнянних шкалах [3].

Кластерний аналіз земельних ділянок спирається на два припущення. Перше припущення – ознаки земельного об'єкта, які розглядаються, загалом допускають бажаний розподіл сукупності об'єктів на кластер. Друге припущення – правильність вибору масштабу або одиниць вимірювання ознак [2].

Отже, кластерний аналіз, за оцінкою науковців, має велике значення в проведенні аналітичних досліджень завдяки можливості перетворити великий обсяг різнобічної інформації в упорядкований, компактний вигляд. Це сприяє підвищенню рівня наочності, зрозумілості та сприйняття результатів аналізу, а також створює підґрунтя для прогнозування [4].

Перевагами використання цього методу є простота та швидкість використання, зрозумілість і прозорість алгоритму. Недоліками є чутливість до вибору початкових значень центрів кластерів та труднощі, пов'язані з визначенням прогнозованої кількості кластерів [3].

Список використаних джерел:

1. Соколова Л.В. Використання методів кластерного аналізу у практичній діяльності підприємств / Л.В. Соколова, Г.М. Верясова, О.Є. Соколов // Харківський національний університет радіоелектроніки – 2011. – С. 240-246.
2. Бегун С. Застосування кластерного аналізу для дослідження демографічної ситуації в регіоні / С. Бегун // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ VI. Бухгалтерський облік, аналіз, статистика та математичні методи й інформаційні технології в економіці 2, 2016. – С. 122-128.
3. Глаголева І.І. Застосування кластерного аналізу для опрацювання даних

земельного кадастру / І.І. Глаголева, А.Ю. Берко // НУ «Львівська політехніка», кафедра інформаційних систем та мереж – 2014. – С. 420-430.

4. Кластерний аналіз – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pidruchniki.com/11800912/ekonomika/klasterniy_analiz.

СЕКЦІЯ 5

Кадровий менеджмент та управління трудовими ресурсами

УДК 658

*Г.О. Зелінська, д.е.н., професор,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасний підхід до кадрової політики сьогодні - створення системи управління кадрами, що базується в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами організації в досягненні високої продуктивності праці та підвищенні ефективності виробництва. Та час доводить інше: ефективна та кадрова політика підприємства, яка поєднує в собі комбінування адміністративних, так і економічних, так і соціально-психологічних методів.

Сьогодні до кадрової політики підприємства висувуються підвищені вимоги практичності, гнучкості та адаптації до внутрішніх факторів (стиль керівництва організації, внутрішньоорганізаційна культура, цілі та місія підприємства) та зовнішнього середовища (розвиток економіки країни та ринку праці, зміни законодавства, особливості здійснення діяльності в умовах кризи) [1, С. 110-111].

Зміст кадрової політики не обмежується простим наймом на роботу, а стосується принципів позицій підприємства відносно підготовки, розвитку персоналу, забезпечення взаємодії працівника і підприємства.

Удосконалення кадрової політики підприємств ПАТ ДТЕК «Західенерго» потребує комплексного підходу у межах якого будуть враховані соціально-економічні, соціально-культурні та соціально-психологічні аспекти. На менш важливим є управлінська стратегія підприємства та особистісні якості керівника.

Зміст роботи керівника полягає у тому, щоб впливати на поведінку і дії працівників, направляючи і мотивуючи їх на досягнення спільних цілей. Це особливий вид творчої діяльності, і по мірі зростання посади вимоги до творчості зростають, тобто сутність роботи керівника полягає в організаційній роботі, а також у спрямуванні діяльності трудового колективу, сприянні розвитку працівників, впливу (у разі необхідності) на їх поведінку.

Проведений аналіз кадрової політики на підприємствах ПАТ «ДТЕК Західенерго» засвідчив, що персонал з пересторогою налаштований до керівництва, вважає суб'єктивним проведення атестації, що не сприяє кар'єрному зростанню кадрів. Наведені проблеми як найшвидше мають стати центром уваги управлінського персоналу підприємств. Потребує уваги і сама організація роботи кадрових служб в частині планування навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

Оскільки від ефективної роботи енергогенеруючих підприємств напряму залежить енергетична безпека держави вважаємо, що кадрова політика таких підприємств має акцентувати увагу на інтелектуальній, соціальній, організаційній та

інших складових використання людських ресурсів. Професіоналізм, активність, ініціативність та pracowитість - ось далеко не повний перелік параметрів людського фактора, який має стати ядром удосконаленої кадрової політики. [2]. Створення працездатної, ефективної команди професіоналів - виклик для будь-якого керівника, водночас, - це вершина управлінської майстерності. Зусилля, витрачені на створення команди, окупуються в будь-якому випадку: вона легше і швидше досягає успіху. Роль лідера дуже важлива: він формує основні принципи взаємодії, задає вектор розвитку, принципово впливає на мікроклімат у колективі [2].

Компетентний персонал є стратегічним ресурсом підприємства, тому задля створення ефективної кадрової політики кадровий менеджмент має забезпечити необхідні умови для його розвитку. Отже, необхідною умовою взаємодії енергогенеруючих підприємств і їх кадрового менеджменту має стати стабілізація складу найманих працівників, творча активність та креативне мислення. При цьому, враховуючи, що невпинний науково-технічний прогрес призводить до втрати актуальності знань найманих працівників, управлінці мають два шляхи для вирішення даної проблеми, а саме:

- звільнення існуючого персоналу, який вже не відповідає критеріям конкурентоспроможності сучасного ринку, і підбір нового, який відповідає професійно-кваліфікаційним вимогам ринку;

- безперервне підвищення кваліфікації і навчання найманих працівників [3].

У результаті нестачі власних коштів мало приділяється уваги підвищенню кваліфікації працівників та їх навчанню на вище згадуваних підприємствах. Насторожує й те, що на ТЕС і керівний управлінський персонал практично не підвищує свого професійного рівня, що унеможливорює прийняття ним ефективних управлінських рішень.

Для якісного змісту удосконаленої стратегії розвитку персоналу енергогенеруючих підприємств ПАТ «ДТЕК Західенерго» пропонуємо комплекс рекомендацій щодо:

- мети та завдань стратегії розвитку персоналу, яка полягає у формуванні та підтримці кількісного та якісного складу персоналу підприємства,

- стратегічних підходів до кадрового складу, відбору та залучення кадрів, що полягають у переході до формування двоюрисної структури персоналу, яка складається із «кадрового ядра» (найбільш кваліфікованих та цінних працівників) та «периферійних» працівників, функції яких на підприємстві є менш значимими і відповідальними;

- організації праці та забезпечення ефективного використання персоналу, яка передбачає оцінювання відповідності персоналу посадам, які вони обіймають;

- розвитку систем стимулювання персоналу підприємства, які включають матеріальні та нематеріальні стимули до праці;

- розвитку людського капіталу підприємства, його здатності до інновацій;

- стратегічних підходів до організації руху кадрів на підприємстві як умови ефективного розміщення, використання та утримання працівників, забезпечення їх професійного зростання;

- розвитку соціально-трудових відносин між найманими робітниками і роботодавцями стосовно умов наймання, функціонування і розвитку кадрового потенціалу підприємства;

- соціального розвитку, який охоплює всю соціальну сферу та сприяє забезпеченню необхідних умов для підвищення якості життя і посилення мотивації

працівників.

Підприємство, як соціально-економічна система, може успішно функціонувати в умовах ринку завдяки вдало налаштованому менеджменту, вектор діяльності якого має бути направлений на стимулювання підвищення конкурентоспроможності персоналу. Досягнути цього можна при врахуванні таких груп мотивів:

1) соціально-психологічних (підвищення престижу роботи та нематеріальні заохочення, забезпечення соціальних гарантій, якості соціальної інфраструктури, поєднання інноваційного розвитку з гуманізацією виробництва);

2) організаційно - технічних (технічне переозброєння трудових процесів, запровадження автоматизованих робочих місць, застосування інформаційних технологій, комп'ютеризація трудових процесів, організація належних умов праці, підвищення компетенцій);

3) матеріальних (постійний перегляд і підвищення заробітної плати, розвиток творчої ініціативи, підвищення результативності).

Нові ринкові умови господарювання вимагають від енергогенеруючих підприємств постійної розробки заходів адаптації, швидкої і якісної реакції персоналу на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що в свою чергу виставляє певні вимоги до його високої кваліфікації. Останнє потребує певних витрат на стимулювання процесів забезпечення конкурентних переваг, а саме витрат на: основну та додаткову зарплату, мотивацію (премії, надбавки, доплати), професійний розвиток, адаптацію персоналу до нововведень в організацію праці, професійний розвиток, оцінювання та атестацію персоналу, планування кар'єрного зростання, формування корпоративної культури, підвищення кваліфікації, перепідготовку та стажування персоналу.

Отже, удосконалення кадрової політики енергогенеруючих підприємств ПАТ «ДТЕК Західенерго» передбачає насамперед забезпечення умов щодо підвищення конкурентоспроможності персоналу. Зі сторони підприємства персонал має мотивуватись до навчання, підвищення кваліфікації, отримуючи премії, матеріальну допомогу; зі сторони персоналу – підвищення освітньо-професійного рівня та компетентностей як гарантія конкурентоспроможності на ринку енергетичних послуг. Підготовка кваліфікованого персоналу, що відповідає сучасним стандартам, можлива в разі забезпечення зв'язку ринку праці з освітніми закладами та впровадження комплексного підходу до визначення кваліфікації персоналу.

Управління персоналом є найважливішим аспектом у діяльності підприємства, тому надзвичайно важливим кроком у вдосконаленні кадрової політики має стати проведення моніторингу конкурентоспроможності персоналу, який дозволить своєчасно виявляти зміни, що відбуваються в трудовій сфері підприємства, а також фактори, які впливають на ці зміни. Основними моментами, на які варто звернути увагу – це рух персоналу, підготовку і перепідготовку кадрів, зміну чисельності і структури персоналу, стан умов праці та виробничого середовища на підприємстві, зайнятість на шкідливих і важких роботах, рівень травматизму, оплату праці й форми соціальної підтримки персоналу та стан трудових конфліктів у колективах.

Список використаних джерел:

1. Починок Н. В. Система обліково-аналітичного забезпечення управління персоналом / Н. В. Починок // Управління розвитком. – 2013. – №5 (102). – С. 110-111.

2. Ситник О.Ю. Розвиток персоналу як фактор розвитку конкурентоспроможності

підприємства / Електронні дані. – Режим доступу: <http://intkonf.org/sitnik-o-yu-rozvitok-personalu-yak-faktor-rozvitku-konkurentospromozhnosti-pidpriemstva>

3. Варнавська Д. С. Формування системи планів підприємств в сфері забезпечення продуктивної зайнятості персоналу / Д. С.Варнавська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 6 (16). – С. 82 – 88. – Режим доступу до журн. : <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n6.html> 15

УДК 331

*С.А. Александрова, канд. пед. наук, доцент,
В.І. Бондаренко, магістрант,*

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ

Одним з найважливіших стратегічних ресурсів підприємств туристської індустрії є персонал, адже саме він визначає можливість досягнення суб'єктами господарювання стратегічних цілей розвитку та формує ключові фактори успіху діяльності останніх.

Під якістю робочої сили розуміють ступінь відповідності характеристик працівника вимогам робочого місця (професії, посади). Тобто це сукупність якісних і кількісних характеристик робочої сили, що забезпечують задоволення конкретних потреб роботодавців (споживачів робочої сили) [1].

Якість трудових ресурсів туристських підприємств характеризується такими основними параметрами як: кваліфікація (освіта, досвід); особистісні якості (комунікабельність, відношення до роботи, відповідальність, моральність, толерантність тощо) та стан здоров'я.

Показники якості робочої сили є динамічними, адже це сукупність властивостей особистості які вже накопичені, реалізуються та таких, що постійно збагачуються, оновлюються.

Процес розвитку, удосконалення параметрів якості персоналу має носити постійний, цілеспрямований характер та відповідати траєкторії стратегічного розвитку туристського підприємства.

Стратегія підвищення якості трудових ресурсів є моделлю дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координування і розподілу ресурсів підприємства туристської індустрії.

Поліпшення параметрів якості трудових ресурсів туристських підприємств можливо за рахунок розробки та впровадження, передусім, стратегії безперервного професійного розвитку персоналу. Адже цей процес сприятиме підвищенню цінності висококваліфікованих фахівців; формуванню та реалізації висхідної кар'єри; забезпечить адаптивність та підготовленість працівників до виконання завдань; підвищить вмотивованість та задоволеність роботою; сприятиме покращенню якості послуг тощо.

Стратегія підвищення якості трудових ресурсів має вміщувати декілька етапів, серед яких можна зазначити такі: обґрунтування необхідності розробки стратегії для підвищення якості трудових ресурсів; формулювання мети та завдань стратегії; визначення критеріїв професійного розвитку працівників; визначення умов

забезпечення та інструментів професійного розвитку працівників туристського підприємства; формування системи безперервного професійного навчання персоналу (користування послугами сторонніх організацій або ж створення відділу навчання й розвитку; посади, до функціональних обов'язків якої входили б означені питання; визначення потреби в професійному навчанні; сегментація напрямків навчання, розробка навчальних програм, вибір методів їх реалізації, методики організації професійного навчання та оцінка результатів).

Стратегія підвищення якості трудових ресурсів сприятиме прогресивним змінам у професійно-кваліфікаційному рівні персоналу, що забезпечить досягнення стратегічних цілей діяльності туристського підприємства завдяки ефективному використанню трудового потенціалу кожного працівника [2].

Список використаних джерел:

1. Войнолович І. А. Конкурентоспроможність робочої сили [Електронний ресурс] / І. А. Войнолович. – Режим доступу: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/72439/67874>
2. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня [Електронний ресурс] / С. Бортнік // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2015. – С. 33–39. – Режим доступу: <http://echas.eenu.edu.ua/content/files/1j/md/1jmd14gu1our19278d83va1ks24lhpk0.pdf>

УДК 316.455

*Н.В. Бакало, к.е.н., доцент,
А.В. Гальченко, здобувач вищої освіти,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*

ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ КОНФЛІКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сучасна наука розглядає конфлікт не тільки в негативному, але й у позитивному ключі: як спосіб розвитку підприємства, групи людей та окремої особистості, виділяючи в суперечливості конфліктних ситуацій позитивні моменти, пов'язані з розвитком і суб'єктивним осмисленням життєвих ситуацій. Наявність в організації ефективної і об'єктивної системи управління процесами конфліктів дозволить не лише уникнути їх негативного впливу, але і направити їх у вірне русло. Відмітимо, що конфлікт – це стосунки між соціальними суб'єктами, які характеризуються зіткненням інтересів, поглядів, установок, прагнень особистості. Конфлікт на підприємстві – невід'ємна складова частина його функціонування. І будь-який конфлікт несе за собою як позитивні, так і негативні функції.

Причини конфлікту – це певні явища, події, факти, ситуації, що передують конфліктові та надають можливість проявитись йому за певних умов діяльності суб'єктів соціальної взаємодії. Існують 4 групи факторів, дії яких можуть спровокувати виникнення та розвиток конфліктів. Це об'єктивні, організаційно-управлінські, соціально-психологічні та особистісні фактори. Фактори, що відносяться до перших двох груп – носять об'єктивний характер, до третьої та четвертої – суб'єктивний характер. Об'єктивними причинами конфліктної взаємодії вважаються ті обставини, що призводять до зіткнення думок, інтересів, цінностей людей (табл. 1).

Таблиця 1

Причини виникнення конфліктів

Причини об'єктивного характеру	
Об'єктивні фактори	Організаційно-управлінські фактори
- обмеженість ресурсів - розходження в цілях, різна кінцева мета діяльності людей та підрозділів - відсутність об'єктивних критеріїв оцінювання - незадовільні комунікації - зачіпання інтересів працівників системою статусів і ролей - статевіковий склад колективу	- погана забезпеченість необхідними для роботи матеріалами, устаткуванням - нерациональна організація праці, порушення правил охорони праці - помилки управління, порушення принципів - низька заробітна плата - слабка згуртованість колективу - недостатня нормативно-правова база регулювання трудової діяльності та дисципліни
Причини суб'єктивного характеру	
Соціально-психологічні фактори	Особистісні фактори
- психологічна несумісність працівників - обмеження статусу, інтересів - маніпулювання, приховане управління - невідповідність слів, оцінок, вчинків очікуванням	- прорахунки в діях керівника - неправильні дії підлеглих - особиста неорганізованість - наявність у колективі «важких» людей

Наведені причини в табл. 1, можуть призвести до конфліктів на підприємстві. Проте серед причин є такі, які зустрічаються найчастіше. Наприклад, 75-80 % міжособистісних конфліктів виникають внаслідок зачеплення працівником матеріальних інтересів іншого, тобто обмеженість ресурсів, що підлягають розподілу, хоча зовні це може виявлятися як розбіжність характерів, особистих поглядів, моральних цінностей. Конфлікти між особистістю та групою в основному обумовлені розбіжністю індивідуальних і групових норм поведінки. Міжгрупові конфлікти виникають здебільшого через розбіжність в поглядах чи інтересах, хоч подібні розбіжності досить часто зводяться до боротьби за ресурси [1].

Конфлікти створюють напружені відносини в колективі, переключають увагу співробітників з безпосередніх турбот про роботу і виконання службових обов'язків на "з'ясування відносин". Крім цього негативно позначаються на їхньому нервово-психічному стані. З іншого боку, конфлікти можуть привести до поліпшення умов праці, технологій, управлінських рішень, відносин в колективі. Позитивна роль конфлікту також полягає у виявленні альтернативних думок, появи здорової конкуренції. У багатьох випадках конфлікт формує й затверджує певні цінності, поєднує однодумців, дає поштовх до виходу накопичених негативних емоцій. Отже, конфлікти мають як негативні, так і позитивні наслідки [3].

До негативних наслідків конфлікту належать незадоволеність людей спільною справою, уникання вирішення назрілих проблем. Наростання ворожості в міжособистісних і міжгрупових відносинах, послаблення згуртованості колективу в кінцевому результаті призводить до плинності кадрів та спаду продуктивності. Крім безпосередніх учасників, у конфлікті можуть постраждати й ті, хто їх оточує.

Конфлікт часто призводить до зниження рівня та розформування організаційної структур, розлади в колективі і, як наслідок – зниження ефективності праці. На особистісному рівні конфлікт має негативний вплив на соціально-психологічний клімат у колективі: відбувається прояв негативного психічного стану; сумніви в своїй компетенції щодо роботи; виникає почуття невпевненості в собі та можливостях, послаблення мотивації, руйнування наявних ціннісних орієнтацій та образів поведінки [2].

Позитивним, функціонально корисним результатом конфлікту вважається

розв'язання тієї проблеми, що породила суперечності й викликала конфлікт, з урахуванням взаємних інтересів і цілей усіх сторін, а також досягнення розуміння й довіри, зміцнення партнерських стосунків і співробітництва, подолання конформізму, покірності, прагнення до переваги. Позитивні сторони:

конфлікт є способом виявлення суперечностей, а також проблем на підприємстві, а також конфлікт виконує інформаційну функцію;

конфлікт є формою розв'язання суперечностей, а саме розвиток конфлікту сприяє усуненню суперечностей у організації, що призвели до його виникнення;

конфлікт надає можливість зняти емоційну напругу та ліквідувати стрес;

конфлікт може виконувати інтегративну, об'єднувальну функцію;

вирішення конфлікту сприятиме збалансованості мікроклімату в колективі, тому що при цьому ліквідуються джерела незадоволення;

конфлікт являється джерелом нових норм спілкування між людьми.

На особистісному рівні конфлікт стимулює прояв характеру, цінностей. Сприяє самопізнанню та адекватній самооцінці. У конфлікті особа за невеликий проміжок часу отримує необхідний життєвий досвід, який може стати стримуючим фактором у наступних конфліктних ситуаціях. Робітник може швидше адаптуватися в колективі, оскільки саме під час конфлікту люди більшою мірою розкриваються [3].

Отже, конфлікти як у житті, так і на підприємстві неминучі. У всіх конфліктів є кілька причин їх виникнення, основними з яких є: обмеженість ресурсів, які треба ділити, відмінності в цілях, відмінності в уявленнях і цінностях, відмінності в манері поведінки. Проте конфлікти можуть мати не тільки негативні наслідки (негативний психологічний клімат, зменшення ступеню співробітництва, спад продуктивності), а й позитивні, такі як: вирішення проблеми, досягнення розуміння, об'єднання співробітників.

Список використаних джерел:

1. Зінчина О.Б. Конфліктологія: навч. посібник [Текст] / О.Б. Зінчина. – Харків: ХНАМГ, 2007. – 164 с. 2.

2. Криворучко О. Аналіз конфлікту в колективі [Текст] / О. Криворучко // Персонал. – 2003. – № 4 – 5. – С. 101 – 103.

3. Шилин М. В. Конфликт: виды и способы разрешения конфликтов [Електронний ресурс] / М. В. Шилин – Режим доступу до ресурсу: <http://www.financiallawyer.ru/newsbox/society/183-529115.html>.

УДК 331. 005.95/.96

Л.М. Ганас, к.е.н., асистент,

С.А. Гайова, магістрант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання особливо гостро постає питання формування кваліфікованого персоналу на підприємстві як вагомого чинника підвищення його конкурентоздатності. Сьогодні управління трудовими ресурсами зводиться лише до їх пошуку. Але не враховуються інші аспекти щодо зменшення плинності кадрів, націлювання на кінцевий результат, формування командної взаємодії тощо. В таких умовах забезпечення професійного зростання дозволить вирішити низку

вищенаведених проблемних аспектів кадрового потенціалу підприємств.

На думку Нікітіна Ю.О. перспективи розвитку професійного зростання персоналу підприємства полягають у забезпеченні самостійності працівників, досконалих умов праці, моніторингу їх діяльності та переходу від ієрархічного контролю до взаємодії і проведенні зворотного зв'язку з персоналом [2, с. 238-246].

Проте, забезпечення професійного зростання зумовлює виникнення низки проблем. Науковці визначали, що такими проблемами є: відсутність науково-методичних напрацювань щодо розроблення моделей професійного зростання персоналу підприємства, незацікавленість інституційного рівня управлінців у впровадженні такого методу мотивування персоналу, нерозвиненості системи державного регулювання цього питання тощо [1, 3]. Івашенко О.В. вказує, що основною проблемою є обмеженість фінансових ресурсів як з боку підприємств, так і на державному рівні.

Недоліки, які існують у системі забезпечення професійного зростання та розвитку персоналу сучасних підприємств зумовлюють високий рівень плинності кадрів. Тому необхідним є вирішення основних проблем, таких як низький рівень мотивації працівників, відсутність зворотного зв'язку між керівником і підлеглими та низький рівень компетентності трудових ресурсів.

Враховуючи вищезазначене, підприємствам потрібно підвищувати рівень кваліфікації працівників, шляхом постійного розвитку та навчання, що стане основою для їх професійного зростання. Для цього на підприємствах необхідно запроваджувати ефективну систему мотивування працівників, вдосконалення системи менеджменту тощо, адже саме кваліфіковане управління трудовими ресурсами сприятиме покращенню продуктивності їх діяльності, збільшить шанси на ефективне функціонування та завоювання більших часток ринку в умовах жорсткої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Ільїна О. А. Системно-компетентнісний підхід до управління розвитку кадрового потенціалу підприємства / Ільїна О. А. // Економіка і суспільство [журнал] – 2017. – Випуск №7. – С. 72-77.
2. Нікітін Ю. О. Сучасні моделі та механізми мотивації персоналу українських підприємств / Нікітін Ю. О., Рукас-Пасічник В. Г. // Actual problems of economics. – 2014. – №4(154). – С. 238-246.
3. Ходикіна І. В. Мотивація, розвиток персоналу та створення корпоративної культури – запорука ефективного управління персоналом компанії та успішної діяльності компанії / І. В. Ходикіна // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. – 2015. – Вип. 10. – С. 341-348.

УДК 330.46

*Н.В. Геліч, к.е.н., доцент,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Управління розвитком людського капіталу забезпечує вагомі переваги у конкурентній боротьбі на ринку праці. В сучасних умовах людський капітал підприємства через свою унікальність є вагомим чинником його розвитку. Тому актуальним є дослідження нових методів управління людським капіталом.

Серед найважливіших інструментів економічного стимулювання виділяють наступні: покарання як засіб мотивації працівників, грошові виплати за виконання поставлених цілей, виплати до заробітної плати для мотивації здорового способу життя працівників, спеціальні індивідуальні винагороди, соціальна політика організації [3].

Як засвідчує досвід непередбачувані та нерегулярні заохочення мотивують краще, ніж прогнозовані, коли вони практично стають незмінною частиною заробітної плати. Тому позитивну мотивацію бажано підкріплювати через невеликі інтервали часу. Співробітників слід стимулювати за проміжні досягнення. Але для цього спільне завдання має бути розділене і сплановано по етапах з таким розрахунком, щоб кожному з них могла бути дана адекватна оцінка і належна винагорода, що відповідатиме реально виконаній роботі.

Основою матеріального стимулювання кожного працівника є оцінка якості праці за кількісними та якісними показниками роботи та встановлення матеріальної відповідальності за виготовлення неякісної продукції. Кожен працівник повинен знати, за що він отримує премію чи винагороду або яка відповідальність встановлена за виявлені порушення. Механізм стимулювання кваліфікованої праці на засадах преміювання працівників визначають на основі коефіцієнта якості роботи, який враховує кількість випадків виконання понад передбачені службовими обов'язками або завданням на роботу та коефіцієнт зниження, за порушення, які вираховуються із заробітної плати працівника [2, с. 85-87].

Проте, розвиток людського капіталу потребує не лише економічного мотивування у вигляді грошових бонусів, а й неекономічних способів стимулювання. Співробітникам важливо відчувати себе впевнено, оскільки того вимагає внутрішня потреба в самовираженні. Мотивування тоді приносить результати, коли підлеглі відчують визнання свого внеску в результати роботи та мають заслужений статус.

За статистикою вісім з десяти співробітників почувають себе не на своєму місці. Вісім з десяти співробітників ніколи не діставали можливості проявити себе з кращого боку. Від цього страждають не лише вони, а й підприємство в цілому та споживачі [1].

Для ефективного управління людським капіталом необхідно зосередити основну увагу на сильних сторонах працівників. Це дозволить підвищити продуктивність праці, утримувати на підприємстві співробітників з високим рівнем професіоналізму, підтримувати командний дух. Також слід розвивати культуру особистості, основними цінностями якої є інноваційність та прагнення до позитивних змін. Така культура стане ефективною на ринках, що розвиваються і потребують висококваліфікованих фахівців.

Список використаних джерел:

1. Бакингом М. Практическое руководство по использованию сильных сторон сотрудников «Как построить компанию с фокусом на сильных сторонах?» / Маркус Бакингом, Дональд Клифтон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm279.html>
2. Геліч Н. В. Оцінювання персоналу підприємства на основі коефіцієнту якості роботи / Н. В. Геліч // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – Луцьк : ВІЕМ, 2014.– С. 82–88. – Випуск № 10. – Т. 2.
3. Филина Ф. Н. Наиболее эффективные методы и способы стимулирования сотрудников / Ф. Н. Филина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm314.html>

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ У КАДРОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

У сучасній практиці зовнішнього підбору персоналу використовують, переважно, такі технології: скринінг, рекрутинг і хедхантинг (рис. 1).

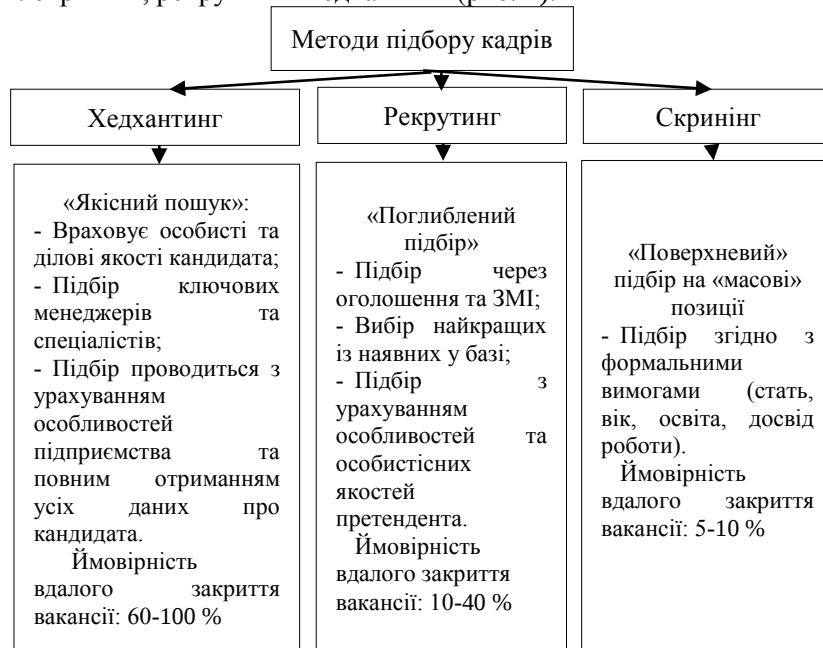


Рис. 1. Основні характеристики сучасних технологій підбору персоналу [2]

Скринінг (від англ. screening – «відбір, сортування») – «поверхневий підбір», який здійснюється за формальними ознаками (освіта, вік, стать, досвід роботи).

Низькі вакансії, зазвичай, закриваються шляхом скринінгу. За його допомогою здійснюється пошук необхідного допоміжного та обслуговуючого персоналу нижньої ланки. Кадрові агентства отримують резюме кандидатів і віддають їх замовнику, який сам приймає рішення щодо відбору персоналу. На основі резюме відбір кандидатів проводить сам замовник, а кадрова агенція виконує роль постачальника відповідних кандидатів.

Рекрутинг (від фр. recruter – «набирати», «вербувати») – «поглиблений підбір», який урахує особистісні і ділові якості претендента. Здійснюється рекрутинговими агентствами для підбору фахівців середньої ланки. За допомогою рекрутингу кадрові агентства здійснюють пошук кваліфікованих фахівців середньої ланки з урахуванням вимог до особистісних та професійних якостей кандидатів, використовуючи наявні бази кандидатів. Результат підбору залежить від досвіду працівників агенції та змісту бази даних.

За оцінками експертів, у сфері рекрутингу послугами з пошуку та підбору персоналу користуються понад 30 % активно діючих українських організацій, а це близько 7 млн у. о. в рік. Потенційний ринок даних послуг в Україні оцінюється у

130 млн у. о. в рік [1]. Найбільшу частину ринку рекрутингових послуг займають послуги з підбору персоналу середнього та вищого рівнів, а низько рівневі позиції – розвинені недостатньо. Це пояснюється тим, що становлення організацій, які звертають увагу на персонал низького рівня, знаходяться лише на стадії шліфування корпоративної культури, а також небажанням агентств займатися чорною роботою.

Хедхантинг (від англ. headhunting – полювання за головами) – це технологія переманювання конкретних спеціалістів у конкретне підприємство. Є найбільш складною і витратною технологією, що передбачає переманювання конкретного фахівця з однієї організації в іншу. Хедхантинг – мало поширений і разом із тим дуже перспективний спосіб підбору особливо цінних, «поштучних» фахівців. На сьогоднішній день це найефективніша технологія, яка сформувалася у відповідь на потребу в ексклюзивних кандидатах на позиції топ-менеджерів і ключових фахівців.

За його допомогою кадрові агентства здійснюють пошук висококваліфікованих фахівців вищої ланки з урахуванням особливостей діяльності замовника, вимог до кандидатів, використовуючи наявні бази кандидатів.

Дану технологію почали використовувати і в аграрній галузі, яка почала розвиватися високими темпами, тобто почав здійснюватися прямий пошук, коли методично «прочісують» ринок, наприклад, усіх директорів сільськогосподарських підприємств у певному регіоні, і вибирають кращих.

Дослідження показують, що портрет людини, яку переманюють, в аграрній галузі складається з таких ознак:

- висококваліфікований співробітник із підтвердженими досягненнями на великих масштабах землі;
- обов'язково має профільну освіту;
- володіє умінням брати на себе відповідальність і має розвинуті лідерські якості;
- орієнтований на бізнес-показники.

Кандидату, який відповідає цим якостям, компанії часто готові зробити пропозицію на 30-40 % вищу за ринкову [1].

Ключове завдання хедхантера доволі складне, необхідно використати і соцмережі, і знайомі знайомих, і постановочні сварки з керівництвом тощо. Хедхантер збирає про конкретного спеціаліста максимум інформації: інтереси, мотивацію, ставлення до сьогоднішнього роботодавця, непрямі рекомендації колег по ринку.

Основними споживачами хедхантингових послуг є організації двох типів: організації, які вийшли із стадії бурхливого розвитку і переживають стадію стабілізації. Їх основне завдання – побудова оптимізації бізнес-процесів і загального менеджменту; організації, які інтенсивно розвиваються або знаходяться на стадії становлення. Організації в даному випадку підтримують цілісність організації для боротьби із конкурентами.

Послуга хедхантингу є досить дорогою послугою на міжнародному ринку. Окремі керівники намагаються зекономити, самостійно переманюють кандидатів, особливо коли знають, який конкретний спеціаліст їм необхідний. Підхід самостійного переманювання є менш ефективним, оскільки в загальному не досягається.

Список використаних джерел:

1. Дашко І.М. Розвиток інноваційних технологій управління персоналом на підприємствах у сучасних умовах господарювання / І.М. Дашко // Науковий вісник

Ужгородського національного університету. – 2016. – Випуск 9. – С. 37-41.

2. Гавкалова Н.В. Кадровий потенціал як основа розвитку кадрового менеджменту / Н.В.Гавкалова // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2014. – № 3. – С. 7-15.

УДК657.1

*Н.В. Овсяк, к. пед.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Нинішній ринок праці характеризується високим попитом на кваліфікованих та досвідчених працівників, що викликано глобалізацією бізнес-процесів та появою нових напрямків професійної діяльності.

У сучасних умовах залучення, утримання та підвищення продуктивності праці персоналу тільки за допомогою високої зарплати унеможливорюються, оскільки працівники починають розуміти реальну вартість своєї здатності до праці.

Саме тому серед керівників (власників) підприємств дедалі більшої популярності набувають заходи мотиваційної політики, серед яких перевага віддається програмам пенсійного забезпечення персоналу.

З метою вирішення питань дієвої мотиваційної політики суб'єкти господарювання вдаються до запровадження бухгалтерського обліку операцій з недержавного пенсійного забезпечення. За сучасних умов інституціонального розвитку виконання державою своїх міжнародно-правових зобов'язань передбачає надійний соціальний захист населення за допомогою реформування пенсійної системи.

Висока соціальна значущість пенсійної реформи потребує ретельного комплексного дослідження економічної інформації щодо виплат працівникам як базису трирівневої пенсійної системи, у зв'язку з чим обґрунтовується завдання вдосконалення методологічного забезпечення бухгалтерського обліку виплат працівникам, розрахунків за соціальним страхуванням та недержавним пенсійним забезпеченням з метою можливості їх аналізу і контролю.

Регулярно виконуючи розрахунки за ЄСВ через використання праці найманих робітників, суб'єкти господарювання надають обов'язкову інформацію зовнішнім користувачам у вигляді звітності з ЄСВ, регламентовану інституціональними нормами, що становить підґрунтя першого рівня загальнообов'язкового державного пенсійного страхування – солідарної системи.

Основу інформаційної бази з ведення розрахунків, пов'язаних з пенсійним забезпеченням персоналу, становлять дані бухгалтерського обліку підприємства-страхувальника, що обумовлює необхідність розкриття економічної інформації для потреб зацікавлених користувачів щодо сплати внесків до солідарної і накопичувальної систем пенсійного страхування та системи недержавного пенсійного забезпечення. Проте досі не створено механізму формування економічної інформації про участь осіб у накопичувальній системі пенсійного страхування (другий рівень) та недержавному пенсійному забезпеченні (третій рівень) для управлінської ланки і працівників підприємства. Вирішення комплексу завдань

соціальної, фінансової та кадрової політики з метою підвищення лояльності персоналу підприємства послугувало передумовою розробки П(С)БО «Програми пенсійного забезпечення», удосконалення аналітичного обліку виплат працівникам, структурованим згідно з П(С)БО 26, та формування звітності, призначеної для внутрішніх і зовнішніх користувачів щодо розрахунків з оплати праці та участі осіб у другому та третьому рівнях пенсійного забезпечення для вдосконалення облікових механізмів їх регулювання та підвищення соціального захисту працівників.

Програми виплат після закінчення трудової діяльності (програми пенсійного забезпечення) – це офіційні або неофіційні угоди, згідно з якими суб'єкт господарювання надає виплати після закінчення трудової діяльності одному або кільком працівникам [1].

Ставши учасником програм, а значить, платником внесків за своїх працівників підприємство може вирішити деякі соціально-економічні проблеми, як-от: реінвестувати частину пенсійних внесків у підприємство; закріпити цінні кадри на виробництві завдяки додатковому пенсійному забезпеченню як складнику соціального пакета; підвищити соціальний авторитет підприємства; посилити соціальне партнерство.

Залежно від економічної сутності програми пенсійного забезпечення поділяються на програми з визначеним внеском і програми з визначеною виплатою [1].

Пропонований стандарт містить необхідні регламентні положення, зокрема пов'язані з фінансовою звітністю щодо програм пенсійного забезпечення персоналу. Разом з тим до сфери цього стандарту не входять державні програми соціального забезпечення працівників.

Зауважимо, що П(С)БО 26 «Виплати працівникам» розглядає визначення розміру витрат на пенсійне забезпечення у фінансовій звітності роботодавців, які мають відповідні програми [2]. Отже, рекомендований стандарт «Програми пенсійного забезпечення» доповнює П(С)БО 26.

Резюмуючи, наголосимо, що розроблення запропонованого стандарту у зв'язку з вкрай важливим значенням інформації щодо програм пенсійного забезпечення для формування уявлення зацікавлених користувачів сприятиме поширенню соціально відповідальних взаємовідносин між працівниками і роботодавцями та реалізації заходів мотиваційної політики суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі. Також додамо, що чітка і прозора побудова обліку матеріального стимулювання працівників підприємства посилює його значення як чинника підвищення ефективності трудової діяльності персоналу на ринку праці в умовах інституціонального середовища.

Список використаних джерел:

4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 “Виплати працівникам” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/document/92431/МСБО_19.pdf

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 “Виплати працівникам”, затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.10.2003 № 601 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)

САМОФОТОГРАФІЯ ЯК МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ ВИТРАТ ЧАСУ

Без науково обґрунтованих норм неможливо правильно розрахувати чисельність необхідних виконавців, розставити засоби виробництва на робочих місцях, забезпечити необхідну пропорціональність, погодженість і послідовність виконання операцій усього складного процесу виробництва. Норми виробітку, обслуговування тварин і норми часу разом з тарифікацією різних за якістю видів праці є вихідними для правильної оплати праці [1].

Основною метою проведення самофотографії є залучення працівників підприємства до активної участі у виявленні й усуненні втрат робочого часу. Така діяльність проводиться самими працівниками, які фіксують величину втрат робочого часу і причини їхнього виникнення. Самофотографія робочого часу є засобом залучення працівників до активної участі в управлінні виробництвом, є досить ефективним методом спостереження за трудовим процесом і виявленням резервів підвищення продуктивності праці на кожному робочому місці.

Дослідження за допомогою методу самофотографії робочого часу дає змогу досягнути цілої низки важливих для підприємства цілей:

- визначити коло фактично виконуваних кожним працівником видів робіт та їх послідовність;
- встановити структуру витрат робочого часу;
- виявити причини втрати робочого часу не з вини працівників;
- з'ясувати недоліки в організації праці;
- відшукати резерви для підвищення продуктивності праці;
- отримати дані для розроблення укрупнених норм часу для виконання тих чи тих робіт;
- отримати дані для створення рекомендацій з удосконалення організації праці.

Процедура проведення самофотографії вимагає від працівників певної підготовки. Зокрема, слід чітко дотримуватися послідовності дій на кожному з етапів дослідження (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи проведення самофотографії робочого часу

Вид діяльності	Зміст діяльності
1	2
Етап 1. Підготовка до дослідження	
Складання переліку видів робіт	Працівникам роздають бланки самофотографії з переліком видів робіт, що складають на підставі посадових інструкцій, положень, технологічних карт, інших документів, що регламентують діяльність працівників. За необхідності включають найменування робочих місць, одиниць обладнання, де виконуються певні ключові операції, тощо. Кожному пункту переліку присвоюють індивідуальний індекс (номер), що надалі полегшить оброблення результатів дослідження.
Обрання працівників для дослідження	Дослідження може бути повномасштабним, а може охоплювати лише окремі категорії працівників, зокрема найдосвідченіших, із продуктивністю праці середнього та вищого рівня, із продуктивністю праці нижче середнього рівня тощо.

1	2
Визначення тривалості дослідження	Дослідження має охоплювати повні робочі цикли. Якщо метою самофотографії є окреслення структури витрат робочого часу та визначення можливостей її оптимізації, дослідження має тривати один-два тижні. При необхідності розробки норм часу для певних видів робіт – кожен із видів робіт має повторюватися у дослідження 10-15 разів (тривалість – три-чотири тижні).
Складання бланків та проведення інструктажу працівників	У бланку має міститися перелік видів робіт, складений на підставі посадових інструкцій, положень про структурні підрозділи тощо, із пронумерованими видами робіт. Проінструктувати працівників щодо порядку дослідження бажано особисто, окресливши цілі, завдання та техніку спостереження.
Етап 2. Проведення дослідження	
Заповнення бланків	Працівники заповнюють бланки у режимі онлайн, а не наприкінці робочого дня, що може спотворити результати. Доцільно щодня збирати заповнені бланки та проводити додатковий інструктаж, якщо хтось із працівників припуститься помилки.
Етап 3. Опрацювання результатів дослідження	
Підрахунок та оформлення підсумкових даних	Оптимальна форма подання підсумкових даних – діаграма або таблиця, що відбивають структуру витрат робочого часу у важливих для дослідника аспектах – за підрозділами, категоріями посад, конкретними працівниками, групами тощо.
Інтерпретація даних	На підставі даних самофотографій робочого часу оцінюють обсяг виконуваних робіт, передбачених і не передбачених посадовими інструкціями.

Складено авторами використанням [2]

Проведення дослідження за допомогою самофотографії робочого часу не рідко сприймається працівниками як певний тиск, змушує їх нервувати та вносить дисбаланс у роботу трудового колективу. Але такі наслідки мають й інші методи дослідження витрат робочого часу.

Слід відзначити також, що не всі працівники здатні до якісного проведення самофотографії. Можливо до них краще застосувати метод фотографії.

На нашу думку, більшою мірою досліджуваний метод визначення витрат робочого часу підходить до управлінського персоналу підприємства, здатного до рефлексії та глибокого і критичного самоаналізу.

Список використаних джерел:

1. Заїнчковський А. О. Основні методичні положення нормування праці в сільському господарстві [Електронний ресурс] / [Заїнчковський А. О., Ворончук М. П., Пулім В. А., Штурба Д. І.]. – Режим доступу : <http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11633/1/3.pdf>

2. Сидоркіна С. Самофотографія робочого часу: крок за кроком [Електронний ресурс] / Світлана Сидоркіна // Кадрова практика. – 2015. – № 3. – Режим доступу : <http://ekadrovik.mcfr.ua/article.aspx?aid=494120>

УДК 338.24.021.8

*І.П. Потапюк, к.е.н.,
К.О. Даниленко, магістрант,
Полтавська державна аграрна академія*

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Традиційно корпоративна культура розглядається як система переконань, норм поведінки, установок і цінностей, яка визначає, як повинні працювати і вести себе люди в даній організації. При цьому мова йде про переконання і цінності, які в

більшій або в меншій мірі поділяються переважною більшістю співробітників організації.

В даний час культурі бізнесу приділяється недостатньо уваги з боку підприємців. Проте вчені працюють над цією проблемою, вбачаючи в її вирішенні можливості встановлення цивілізованих відносин між підприємцями і в суспільстві в цілому.

Поняття «корпоративна культура» вживається менеджерами з середини 1980-х рр. Формування корпоративної культури здійснюється за допомогою інформаційного впливу на людину. Через забезпечення індивідуума інформацією в різних формах створюються як індивідуальні, так і соціальні цінності особистості. На основі цього в свідомості (підсвідомості) будується певна модель сприйняття тих чи інших явищ. У зв'язку з цим формуються система знань, індивідуальний досвід, культура поведінки, спілкування.

Таким чином, корпоративну культуру можна визначити як сукупність ідей, поглядів, цінностей та правил поведінки, які є спільними для усіх працівників підприємства.

До основних компонентів корпоративної культури А.Е. Воронкова відносить прийняту систему лідерства, стилі, методи вирішення конфліктів, діючу систему комунікації, місце працівника на підприємстві, загальноприйняту символіку, традиції [3, с. 7].

В свою чергу, Е. Шейн, один із класиків сучасної теорії культури організації, основними компонентами корпоративної культури вважає:

- культурні індикатори (наприклад, мова, одяг, ритуали, історія, архітектура);
- прийняті цінності і норми (офіційні і неофіційні)
- базові уявлення про людей і світ (світогляд) [1].

Для успішного формування корпоративної культури необхідно враховувати деякі аспекти, а саме те, що:

- ініціатива щодо її формування йде від вищого керівництва, її реальними провідниками стають менеджери верхньої і середньої ланок управління, і керівництву необхідно цінувати готовність підприємства до змін;
- формування корпоративної культури відбувається із залученням висококваліфікованих фахівців у цій сфері;
- у процесі впровадження корпоративної культури необхідно інформувати працівників про можливі зміни ціннісних орієнтацій підприємства, які у свою чергу залежать від змін місії та стратегічних пріоритетів, а також шляхів досягнення поставлених цілей.

Слід також зазначити, що формування підприємства відбувається під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають і на формування, і на розвиток корпоративної культури підприємства. Тому для вивчення впливу цих факторів на корпоративну культуру необхідно виділити найбільш суттєві чинники, які впливають на корпоративну культуру, перелік яких буде визначатися сферою діяльності підприємства, ситуацією на ринку, її конкурентним становищем, потенціалом та ін.; визначити ступінь впливу кожного фактора на корпоративну культуру експертним шляхом через опитування керівників, працівників підприємств; проаналізувати отримані результати, визначивши чинники, які мають найбільший вплив на корпоративну культуру, напрямки їхнього впливу і можливості впливу на них з метою вдосконалення корпоративної культури [2, с. 1078-1083].

Отже, можна зробити висновок, що корпоративна культура це не тільки норми, правила, цінності підприємства, але і ефективний інструмент управління

персоналом.

Саме зміна ціннісного ставлення співробітників, тобто розробка нової системи цінностей, в рамках корпоративної культури і являє собою процес вдосконалення особистих якостей (особливостей) співробітників, наслідком чого є підвищення ефективності роботи кожного і підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. – М.: Экономика, 2000. – 326 с.
2. Бала О.І. Фактори впливу на корпоративну культуру: сутність та класифікація / О.Є. Кузьмін, О.І. Бала, Р.Д. Бала // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – Випуск 222: в 5-т. – т. V. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С.1078-1083.
3. Воронкова А.Е. Корпорації: Управління та культура: монографія / А.Е. Воронкова, М.М. Баб'як, Е.Н. Коренєв. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с.

УДК 331.1

*Т.О. Сазонова, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ТІМБІЛДІНГ В УПРАВЛІННІ КОМАНДОЮ ПРОЕКТУ

Проектний менеджмент набуває все більшого значення у різних сферах діяльності суспільства, виходячи за межі управління лише господарською діяльністю. Разом з тим управління проектами передбачає, перш за все, управління командою проекту, від якої напряду залежить успіх проектної діяльності. Особливості управління командою проекту зумовлені відмінними рисами, власне, проектної діяльності від звичайної операційної діяльності організації. Так, деякими особливостями функціонування команди проекту є:

- чітко обмежений і визначений її життєвий цикл;
- інтенсивний процес мотивації та стимулювання, порівняно із звичайною професійною діяльністю персоналу;
- концентрація фахівців і спеціалістів різного профілю, що зокрема може мати і негативний наслідок – конфлікти;
- розподіл робіт та завдань недостатньо чіткий та регламентований;
- колегіальне прийняття рішень на засадах постійного взаємного спілкування, використання методу «мозкового штурму», дискусії;
- поєднання командної роботи та колективного результату з чітким визначенням індивідуального внеску кожного члена команди.

Варто зазначити, що результативна роботи команди залежить не тільки від професіоналізму її членів, але й від їх вміння працювати разом та створювати цільний організм. Забезпечення досягнення даної мети в першу чергу покладається на менеджера проекту. А одним з методів реалізації завдання по згуртуванню команди є тимбілдінг.

Тімбілдінг дозволяє створити команду та зміцнити командний дух. На наш погляд, тимбілдінг доречно застосовувати на початку створення команди під час першої стадії її життєвого циклу – формування. Але продовжувати цю практику й надалі, адже кожний етап існування команди характеризується індивідуальними

особливостями і проблемами, якими стратегічно недалекоглядно нехтувати. Більшість завдань в тимбілдіngu побудовані так, що окремий учасник не зможе подолати перешкоди самотужки. Отже, запорукою перемоги є чітка і злагоджена командна робота колективу. Тимбілдінг дозволяє навчити учасників команди спілкуватися неформально, але при цьому зберегти елемент ділової компоненти. Тимбілдінг дозволяє найкращим чином виявити і закріпити неформального лідера, що для менеджера проекту є особливо важливим. Крім того даний метод дає змогу розвинути у членів команди здатність приймати на себе відповідальність за колективний результат, поряд із можливістю проявити власні індивідуальні якості; засвоїти важливість чіткої субординації всередині команди та побачити можливість ефективного виконання завдання при застосування спільно виробленої стратегії та тактики її вирішення. Тобто члени команди з одного боку – мають змогу зрозуміти переваги командної співпраці, а з іншого – усвідомити важливість власного внеску у загальний результат.

Відносно місця проведення тимбілдіngu. На наш погляд, найбільш дієвим є Outdoor-тренінги. Для найкращого ефекту та результативності тимбілдіngu команду необхідно вилучити із «зони комфорту». Для цього доцільно проводити тренінги на свіжому повітрі, виходячи за межі організації чи офісу. З одного боку – люди звільняються від психологічного навантаження, в деякій мірі абстрагуються, а з іншого – краще акумулюють власні сили, адже незвичні умови взаємодії, фактично, є екстремальними.

Починати тимбілдінг можна, використовуючи «Мотузковий курс» – це спектр різноманітних командних вправ і завдань, кожне з яких може бути успішно виконане лише командою. Кожне із завдань вимагає певного виду командної взаємодії – інтелектуальної, фізичної, психологічної, або різноманітної їх поєднання. Кожна командна вправа призначена для відпрацювання одного або декількох елементів командної взаємодії – наприклад, рольового розподілу, ситуаційного лідерства, розвитку довіри, розкриття незнайомих і нових якостей в учасників, творчого мислення та командної ефективності. Пройшовши мотузковий курс, члени команди починають долати бар'єри в спілкуванні, дізнаються один одного ближче, завдяки цьому відбувається природне і швидке згуртування групи.

Вважаємо також за доцільне навести перелік заходів, які багато керівників вважають елементами тимбілдіngu, але які такими не є [1, 53-54]:

- концерт – концертна програма з виступом артистів естради, а також артистів оригінального жанру;
- конкурсна програма – програма, побудована на заздалегідь персоналізованих конкурсах, а також на естрадних виступах;
- урочистий прийом – захід, присвячений відкриттю чого-небудь офіційного, з розважальною частиною;
- церемонія нагородження – вечір, присвячений врученню нагород клієнтам або співробітникам;
- світський раут – стильний та строгий прийом для VIP-гостей з обов'язковим дрес-кодом;
- інтерактивний перформанс – незвичайне концептуальне дійство, де головними героями стають гості, для яких розробляється ряд інтерактивних зон і атракціонів;
- тематична indoor-вечірка – вечірка, яка відтворює якусь епоху або сюжет;
- турнір – змагання серед гостей свята по одній або декількох дисциплінах: від настільного тенісу і кулінарних поєдинків в indoor-форматі;

- шоу-спектакль – незвичайне, ефектне шоу, яке неочікувані інсталяції і пам'ятні перформанси.

Наведені заходи, звісно, можуть слугувати ефективними елементами нематеріальної мотивації, інструментами підвищення лояльності постійного персоналу організації, але жодним чином не стосуються мотивації команди, зокрема, та командотворення в цілому.

Отже, головною метою тимбіндінгу є формування ефективної команди шляхом розвитку нових новичок, отримання нових знань та згуртування членів команди. При цьому завжди задовольняється прихована, другорядна ціль – отримання нових вражень членами команди та зростання рівня їх емоційного та професійного задоволення. Відомо, що задля отримання від персоналу бажаного результату керівник має забезпечити не лише їх матеріальне задоволення, але й нематеріальне, духовне задоволення від зайнятості. Вирішити дане складне управлінське завдання у значній мірі дозволяє тимбіндінг.

Список використаних джерел:

1. Исакова М. Г. Тимбилдинг: раскрытие ресурсов организации и личности : [Текст] / Исакова М. Г. – СПб.: Речь, 2010. – 256 с.

УДК 374.1.379.851

*С.В. Тимчук к.е.н., доцент,
А.В. Полянська, магістрант,
Уманський національний університет садівництва*

ОСВІТНІЙ ТУРИЗМ ЯК НАПРЯМ ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЇ

Професіоналізація як фактор формування об'єктивної і суб'єктивної готовності до професійної діяльності на сучасному етапі є показником успішності фахівця на ринку праці.

Освітній туризм може якісно доповнити процес, за допомогою якого людина долучається до певних професійних цінностей, включає їх у свій внутрішній світ, формує професійну свідомість, об'єктивну і суб'єктивну готовність до професійної діяльності. Освітній туризм виступає як один з напрямів процесу загальної соціалізації фахівця.

Дослідженням питань розвитку освітнього туризму займалися ряд науковців І. В. Давиденко, Я. В. Кацемір, В. А. Смолій, Л. М. Ткачук В. К. Федорченко, В. І. Цибух, та інші. Проте в умовах реформування освітнього простору та вимог часу даний вид туризму є перспективним і потребує подальших досліджень у частині його впливу на процес професіоналізації трудових ресурсів.

За даними Всесвітньої молодіжної і студентської освітньої туристичної конфедерації та Всесвітньої туристичної організації за останні п'ять років загальне число туристів готових сумістити пригоди і відпочинок з користю для власного розвитку зросло на 40% і склало 32% від загальної кількості туристів [1].

Важливу роль для дослідження та ефективного функціонування освітнього туризму відіграє його класифікація та її критерії. Освітній туризм класифікують наступним чином: «Мовні тури», що передбачають вивчення іноземної мови; подорожі, що передбачають одержання освіти; наукові і навчальні стажування; навчання в майстер-класах та тренінгах [2].

Вимогою сучасного ринку праці є володіння іноземними мовами як якісної складової успішної професійної діяльності. Тому особливо популярними сьогодні є освітні тури до відомих мовних шкіл з метою вивчення іноземних мов у автентичному мовному середовищі. Найвідоміші мовні курси: American English School (AmES), відділ АМЕСу “Навчання за кордоном” надає унікальну можливість вивчення англійської мови та культури у кращих традиціях Великобританії, Ірландії, США, Канади, Німеччини, Швейцарії, Мальти та Чехії.

Освітній туризм як чинник, що сприяє зростанню соціальної мобільності населення, вихованню толерантності та взаємоповаги до традицій і культури різних народів все більше набуває підтримки держави та наднаціональних інститутів. Прикладом цього є започаткована у 1987 р. програма обміну студентами університетів ЄС Erasmus (European Region Action Scheme for the Mobility of University Students). У рейтингу країн-партнерів освітньої програми «Еразмус+» Україна посіла 3 місце серед понад 150 країн світу та першу сходинку в межах Східного Партнерства [3].

Навчальні поїздки є найпоширенішим продуктом на ринку освітнього туризму у всьому світі. Динаміку кількості українців, що навчаються за кордоном наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка чисельності українців у закордонних навчальних закладах*

Країна	2008-2009 рр.	2010-2011 рр.	2012-2013 рр.	2014-2015 рр.	Структура за 2014- 2015 рр., %
Німеччина	8557	8830	9044	9379	15,7
Польща	2831	4879	9620	22833	38,3
Росія	4236	4919	4737	9365	15,7
Канада	715	1053	1611	2536	4,3
Італія	800	1314	1727	2200	3,7
Чехія	913	1336	1584	2015	3,4
США	1716	1583	1490	1551	2,6
Інші країни	6295	7727	8701	9769	16,3
Разом	26063	31641	38514	59648	100

*згруповано автором на основі [4]

Число українців на студіях в іноземних університетах станом на 2015/2016 навчальний рік становило майже 60 тис. осіб. Серед найбільш бажаних для навчання країн, як і раніше, залишаються Польща, Німеччина, Канада, Італія, Чехія, США та інші. Динаміка зростання з 2011 по 2016 рр. склала 99 %. Якщо порівнювати два останні роки, то приріст складає майже 15% або ж 21134 особи [4].

Що стосується України, то на світовому ринку освітнього туризму наша держава досі виступає реципієнтом освітніх і туристичних послуг. Перспективи полягають у орієнтації на ринки СНД та азійський країн. З 2013 до 2016 р. скоротилась кількість іноземних студентів на 6572 особи. На сьогодні в Україні здобувають освіту 63391 іноземців. Більшість представників серед студентів-іноземців – з Китаю, Росії, Туркменістану, Індії і Йорданії [5].

Наукові та навчальні стажування організовуються через відповідні навчальні заклади, центри післядипломної професійної освіти. Зокрема, в сфері туристичного бізнесу цікаві програми стажувань пропонують Інститут готельного менеджменту («International Hotel Management Institute», Швейцарія), (Естонська школа управління готелем та туризмом («Estonian School of Hotel and Tourism Management»).

Одним із елементів процесу професіоналізації стають короткострокові бізнес-тренінги за кордоном. Найчастіше обираються тренінги, що дають змогу опанувати сучасними методиками роботи з людьми чи самоорганізації. Подорожуючи Францією, туристи мають змогу опановувати секрети кулінарної майстерності, відвідуючи Італію та Німеччину, поглибити свої знання з історії мистецтв, у Австрії – вдосконалити художню та співочу майстерність, у Швейцарії – відвідати майстер-класи з ландшафтного дизайну.

Отже, освітній туризм в епоху інтелектуального розвитку туризм та в сучасних умовах посилення вимог до професійної якості трудових ресурсів перетворився на дієвий інструмент соціалізації та професіоналізації. Розвиток освітнього туризму в Україні забезпечує не тільки економічні переваги – створення нових робочих місць, а також соціокультурні та національно-патріотичні надбання.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://infotour.in.ua/WTO_highlights_2014.pdf.
2. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К., 2006. – 372 с.
3. Терованесов М. П. Часові параметри ефективності функціонування системи вищої освіти. / М. П. Терованесов // Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах Європи та Азії // Збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2014 р. – 250 с.
4. Слободян О., Стадний Є. Українські студенти за кордоном: скільки та чому [Електронний ресурс]/ О. Слободян, Є. Стадний. – Режим доступу до ресурсу: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu#description>.
5. ДІНЗ досліджує становище іноземних студентів у вишах України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://studway.com.ua/dinz-vivchaie/>.

УДК 658.009.12

*О.А. Булах, Ю.А. Сліпокінь, магістранти,
Науковий керівник: В.О. Осташова, кандидат юридичних наук, доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ІМІДЖ КЕРІВНИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Імідж керівника є одним з вагомих елементів загального корпоративного іміджу організації і містить у собі зовнішню та внутрішню складові. Внутрішній імідж керівника – це цілісний несуперечливий образ керівника, що зложився у свідомості працівників, відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятим у цільовій групі, і очікуванням, що висувуються членами групи до керівника [1].

Структура внутрішнього іміджу керівника за Ю. Е. Дудневою складається з наступних елементів:

- габаритний імідж – сукупність зовнішніх характеристик, що формують основне враження про людину. При його формуванні необхідно враховувати особливості зовнішності людини, його конституції, обличчя, тіла, одягу, зачіски,

ходи;

- професійний імідж, який перебуває в залежності від фахової підготовки, досвіду (у тому числі і управлінської діяльності), професійних досягнень;
- стиль вербальної й невербальної поведінки, що виражає співвідношення екстравертності або інтравертності в особистості та власно темперамент;
- стиль керівництва (ліберальний, демократичний або авторитарний);
- соціальні характеристики та особистісні цінності;
- діяльність за межами організації й особисте життя (захоплення, сімейний статус, життєвий шлях тощо) [2, с. 51].

Залежність іміджу керівника від очікувань оточуючих полягає у обов'язку керівника поводитися у відповідності до таких очікувань, які відповідають рольовій позиції. Очікування оточуючих не завжди усвідомлюються керівником, бо мають неформальний характер, але вони істотно впливають на його імідж. Управлінцю потрібно знати про те, які стереотипи громадської думки заважають людям адекватно оцінювати його діяльність. Менеджер часто стикається з ситуацією, коли оптимальний, з точки зору організації, вибір ставить під загрозу його власний авторитет. Найважливішою характеристикою іміджу керівника є відповідність цього іміджу корпоративній культурі. Існують досить жорсткі уявлення про те, який керівник повинен бути в організації з певним типом корпоративної культури (табл. 1) [3, с. 85].

Таблиця 1

Співвідношення типу корпоративної культури з характеристиками іміджу керівника організації

Тип корпоративної культури	Характеристики іміджу керівника організації
Культура кланового типу	образ заступника, захисника, орієнтованого на персонал, при цьому велика увага приділяється його харизмі
Культура підприємницького типу	процвітаючий бізнесмен, орієнтований на досягнення ринкових цілей
Ієрархічна культура	імідж керівника як талановитого менеджера, що є ефективним координатором й організатором

Імідж усередненого ідеального керівника, на нашу думку, знаходиться у золотій середині. Це повинна бути особистість, орієнтована на успіх своєї організації, яка зважає на інтереси кожного працівника, безумовно має харизму та користується авторитетом серед підлеглих.

Змістовним елементом поняття харизми є щось виключне, взірцеве в образі керівника. Як вважає Вебер, харизма – перш за все продукт уявлення оточуючих, тому виникає питання, завдяки яким якостям або манері поведінки керівник набуває авторитет харизматичної особистості.

Дж. Конджер та Р. Канунго виходять з наступного образу поведінки керівника:

- 1) ідеалізоване бачення ситуації, яка сильно відрізняється від реального стану речей;
- 2) урахування неминучості особистого ризику і жертв при реалізації перспективних рішень;
- 3) категорична відмова від моделей рішень, які застосовувалися раніше, висунення на перший план незвичних стратегій вирішення проблем;
- 4) демонстрація впевненості у собі і експертних знань, явно виражене домагання на роль лідера, реформатора або революціонера;

- 5) високий ступінь чутливості щодо зовнішнього середовища та підлеглих;
- 6) особиста влада, що базується на компетентності та повазі [4].

Отже, при формування корпоративної культури організації особливої уваги слід приділити іміджу керівника як основоположній його складовій.

Список використаних джерел:

1. Колоскова М. Внутренний имидж руководителя компании [Электронный ресурс] / М. Колоскова. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/pmix/2001-6/14.shtml>
2. Дуднева Ю. Е. Структура та фактори формування внутрішнього іміджу організації / Ю. Е. Дуднева // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2010. – № 7. – С. 48-55.
3. Дуднева Ю. Е. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія [Електронний ресурс] / Ю. Е. Дуднева, О. І. Кар'ян // Вісник Національного університету «Харківський політехнічний інститут». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – 2012. – №15. – С. 83-89. – Режим доступу : http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_15/stati/14Dydney.pdf
4. Йоханнес Штайрер. Харизма руководителя и управленческие архетипы [Электронный ресурс] / Йоханнес Штайрер // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 4. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm086.html>

УДК 331.108

*Ю.В. Вовковінський, магістрант,
Науковий керівник: Д.В. Дячков, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Систематичне оновлення методів та технологій реалізації функцій управління персоналом, необхідність у підтримці високого професійного рівня HR-менеджерів, необхідність створення та ведення баз даних щодо динаміки факторів середовища є основними сучасними передумовами формування ефективної стратегії управління персоналом вітчизняної організації.

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища є обов'язковим етапом процесу стратегічного управління персоналом організації. Результати даного аналізу визначають тип і зміст, в першу чергу, загальноорганізаційної стратегії та стратегії управління персоналом, програм і засобів реалізації даних стратегій. Механізмами реалізації стратегії управління персоналом виступають такі об'єднані функціональні блоки кадрового менеджменту, як забезпечення персоналом організації, розвиток персоналу, управління ефективністю та винагородою персоналу, формування корпоративної культури та управління трудовими відносинами.

Проте стратегічне середовище управління персоналом має багаторівневу та багатокомпонентну структуру, що включає власне внутрішнє середовище (компоненти системи управління персоналом) та зовнішнє середовище (внутрішнє середовище організації, мікро- та макрооточення). Кожне із зазначених середовищ

представлене сукупністю факторів: зовнішніх по відношенню до організації, внутрішньоорганізаційних та внутрішньосистемних. Тому сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, закладені в різноманітних станах динамікисередовища, визначають загальні характеристики стратегічного управління персоналом [1].

На основі узагальнення представлені порівняльні характеристики трьох моделей системи управління персоналом залежно від ступеня динамічності середовища (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика системи стратегічного управління персоналом залежно від ступеня динамічності середовища [2]

Характеристики системи стратегічного управління персоналом	Ступінь динамічності середовища управління персоналом:		
	висока	середня	низка
Динамічність та інноваційність	висока	середня	низка
Тип розвитку	екзогенний	комбінований з перевагою екзогенного	ендогенний
Інтеграція з середовищем	висока, нестабільна	середня, стійка до періодичної дезінтеграції	середня, стійка
Ступінь відкритості та автономності	високий рівень відкритості і залежності	середній ступінь відкритості і залежності	відносно закритий і автономний рівень
Вимоги до адаптивності та спроможності до самоорганізації	підвищені	підвищені	середні
Взаємопов'язаність, узгодженість приватних функцій	часті порушення досягнутих взаємозв'язків і неузгодженість функцій	рідкісні неузгодженості функцій	стабільні і глибокі взаємозв'язки
Стабільність складу і кваліфікація суб'єктів	склад нестабільний і різноманітний, підвищені вимоги до кваліфікації і її зміни	потрібна періодична зміна складу і кваліфікації	склад вузький і стійкий, кваліфікація відносно стабільна
Стабільність вимог до об'єкту	низька	середня	висока
Формалізація і стійкість регламентів діяльності	низька	середня	висока
Стабільність методів, технологій, процедур	низька	середня	висока
Вимоги до обсягу та організації каналів комунікації	підвищені	середні	знижені
Витрати	високі	середні	низькі
Імовірність зниження ефективності функціонування	висока	середня	низька
Ризики	високі	середні	низькі

Окреслені в таблиці характеристики системи управління персоналом поступово та самостійно формуються під впливом середовища, оскільки їх поява частково носить об'єктивний характер. Проте суть стратегічного управління полягає в тому, щоб планомірно розвивати і накопичувати найбільш оптимальні, з точки зору

майбутніх перспектив, потреб і динаміки середовища, характеристики всіх підсистем організації, в тому числі і підсистеми управління персоналом.

Список використаних джерел:

1. Апенько С. Н. Характеристики системы стратегического управления персоналом в зависимости от степени динамичности среды / С. Н. Апенько, А. Ю. Коньшунова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2006. – № 4. – С. 81-86.

2. Яхонтова Е. С. К вопросу о стратегическом управлении человеческими ресурсами [Электронный ресурс] / Е. С. Яхонтова. Режим доступа: <http://gsib.rane.ru/about/presscenter/articles/2008/231/>.

УДК 331.101

*Д.І. В'юницький, магістрант,
Науковий керівник: Т.О. Сазонова, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Критерієм оцінки ефективності праці працівників апарату управління є зокрема соціальна ефективність, що через відсутність кількісних вимірників визначається головним чином якісними показниками.

В результаті вдосконалення системи управління персоналом можливо отримати економічний і соціальний ефект: збільшується обсяг і підвищується товарність виробництва, забезпечується ритмічна робота підприємств, досягається економія живої і уречевленої праці, підвищується якість продукції, полегшується і змінюється характер праці, зростає задоволеність працею, скорочується плінність кадрів. Удосконалення системи управління персоналом не тільки призводить до підвищення продуктивності праці управлінського персоналу, а й сприяє кращій організації і підвищенню результативності праці всіх працівників підприємства, зростанню виробітку, скороченню простоїв людей, техніки тощо. Крім того, підвищується загальна культура виробництва і управління, зміцнюється дисципліна праці, поліпшуються умови, за яких людина в повній мірі може розвивати свої здібності [1, 2].

Основу концепції управління персоналом підприємства складають розробка принципів, напрямків та методів управління, урахування роботи з персоналом на всіх рівнях стратегічного планування підприємства, впровадження нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу, визначення та проведення скоординованої єдиної тарифної політики й оплати праці, розробка і застосування на підприємстві економічних стимулів і соціальних гарантій щодо соціального партнерства.

Така кадрова політика підприємства повинна забезпечувати розробку стратегії управління персоналом, раціональний підбір та наймання персоналу, аналіз, планування, прогнозування кадрового потенціалу та ринку праці, кадрових змін в організації, персональну оцінку рівня знань, умінь, майстерності та особистісної відповідальності; оцінку виконуваної роботи та її результатів, організацію реклами та встановлення взаємодії із зовнішніми організаціями, що забезпечують

підприємство кадрами. Великого значення набуває в цей час правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом, створення умов праці [3].

На сучасному етапі розвитку суспільно-економічних відносин найбільші зусилля кадрової політики спрямовані на удосконалення трудових відносин, підбір кандидатів на вакантні посади, розробку і реалізацію учбових програм і програм соціального розвитку, а також організацію системи матеріального стимулювання.

Нове явище в сфері обслуговування кадрової діяльності – узагальнення функцій підбору ключового персоналу, керівників і спеціалістів в особливий вид інфраструктурних організацій. Великих масштабів досягла майже невідома раніше галузь послуг, пов'язана з новою формою організацій і використання трудових ресурсів шляхом укладання контрактів між фірмою-наймальником і фірмами, які мають потребу в тимчасових працівниках для виконання термінових працівників замовлень і разових робіт. Немало фірм на власних помилках впевнились в необхідності враховувати людський фактор вже на стадії вироблення загальнокорпоративної стратегії. Це стосується підготовки окремих категорій кваліфікованої робочої сили, компетентних менеджерів для виконання специфічних задач.

Важливо сконцентрувати увагу на інтелектуальній спеціалізації працівників, а не на спеціалізації задач. Інтелектуальна спеціалізація сприяє збагаченню праці менеджерів, зменшуючи витрати часу на виконання задач, які не приносять їм задоволення. Останнім часом великими компаніями спостерігається скорочення великої кількості працюючих. Серед причин може бути і загальний спад в розвитку економіки і структурні реорганізації, які проводяться фірмами з метою підвищення ефективності функціонування всіх підрозділів. При скороченні проходить якісна зміна співвідношення різних категорій зайнятих.

Отже, головним завданням служб по управлінню персоналом на підприємствах є найбільш ефективно використання можливостей співробітників у відповідності з цілями підприємства і суспільства.

При цьому повинно бути забезпечено збереження здоров'я кожної людини і встановлені відносини конструктивного співробітництва між членами колективу і різними соціальними групами. При відносній уособленості кожної із задач (розрахунки чисельності, встановлення ставок оплати, атестація персоналу, аналіз ринку праці і т.д.) всі вони тісно взаємозв'язані. Врахування цього взаємозв'язку є однією із умов ефективної діяльності персоналу підприємства і фінансової діяльності підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Вдовенко Л. О. Матеріальне стимулювання працівників в підприємницьких структурах / Л. О. Вдовенко // Агроінком. – 2002. – № 4-7. – С. 45-47.
2. Махсма М. Б. Економіка праці та соціально – трудові відносини : [Навч. посібник] / М. Б. Махсма. – К.: Атака, 2005. – 63 с.
3. Вдовиченко Р. П. Особливості сучасного управління персоналом : [текст] [Електронний ресурс] / Р. П. Вдовиченко // Ефективна економіка. – 2012. – № 2. – Режим доступу : file:///C:/Users/User/Downloads/efek_2012_2_18.pdf

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Підвалини для наукового вивчення спонукальних механізмів діяльності людини заклали великі стародавні мислителі та філософи середньовіччя. Вивчення складних теоретичних і прикладних проблем мотивації персоналу починається з розгляду категорії «потреби». Будь-яка діяльність людини зумовлена потребами. Потреба – відчуття нестачі чогось, необхідність у чомусь, що є бажаним для підтримання життєдіяльності людини, розвитку організму, особистості, соціальної групи.

В свою чергу інтерес – усвідомлена потреба, яка характеризує ставлення людини до значущих для неї предметів, явищ і благ. Інтерес є своєрідною актуалізованою потребою, задоволення якої вимагає певних дій від людини чи групи. Інтереси зумовлюють появу спонукальних дій, мотивів. Мотив - усвідомлене внутрішнє спонукання людини до діяльності, пов'язане із задоволенням певних потреб. Стимулювання – цілеспрямований вплив на мотивацію людини за допомогою зовнішніх стимулів для спонукання її до конкретних дій. Мотивація - неперервний і циклічний процес, оскільки потреби завжди є, і людина прагне їх задовольнити. У разі якщо діяльність, спрямована на задоволення певних потреб, дала позитивний результат, людина намагатиметься не тільки повторити цю ситуацію, а й задовольнити інші потреби, зокрема потреби вищого рівня [1]. Демокріт тлумачив нужду (потребу) як основну рушійну силу, яка не тільки викликає емоційні переживання, але й робить людину допитливою. Геракліт вивчав спонукальні сили, прагнення, потреби. На його думку, потреби залежать від умов життя, і помірність у задоволенні потреб сприяє розвитку інтелектуальних здібностей людини. Сократ зазначав, що кожній людині притаманні потреби, бажання та прагнення. При цьому важливі не самі по собі бажання, а місце, яке вони посідають у житті людини. Арістотель зробив суттєвий крок уперед у поясненні механізмів поведінки людини. Він уважав, що прагнення завжди пов'язані з метою, спрямованою на певний об'єкт, поданий у формі образу чи думки [2]. Інтенсивне наукове осмислення проблем мотивації трудової діяльності розпочалось із зародженням капіталізму. Одним із перших почав вивчати цю проблему з економічних позицій класик англійської політичної економії А. Сміт. А. Сміта вважають засновником економічного підходу до мотивації трудової діяльності. Його погляди на основні рушійні сили економічного розвитку суспільства використані в багатьох школах і теоріях мотивації трудової діяльності [3]. Мотивувати співробітників – значить зачепити їхні важливі інтереси, дати їм шанс реалізуватися в процесі роботи. Абрахамом Маслоу була розроблена найвідоміша змістова теорія мотивації. Його теорія ієрархії потреб припускає, що в основі мотивації людини лежить комплекс проблем, причому проблеми конкретного індивіда розташовуються в ієрархічному порядку. А.Маслоу виділив п'ять основних типів мотивуючих потреб (у порядку зростання). Іншою моделлю мотивації, яка опирається на потреби вищих рівнів, є теорія Девіда Мак Клеllandа. Він вважав, що в людей є три потреби: влади, успіху та причетності. Ще одна популярна теорія мотивації була запропонована Фредріком Герцбергом. У її основі лежить дослідження, у ході якого сотні працівників різних організацій

відповідали на запитання проте, коли вони відчують найбільше бажання працювати і, навпаки, коли вони незадоволені і трудитися їм зовсім не хочеться [4]. Всім цим теоріям властиві дві загальні характеристики. По-перше, в кожній чітко сформований певний погляд на мотивацію, який підтверджений емпіричними дослідженнями і вже досить довго застосовується в практиці управління. У зв'язку з цим, щоб краще розуміти мотивацію працівників, менеджери повинні знати всі чотири теорії [5].

Проблематика мотивації набуває нині дедалі більшого значення насамперед тому, що у всіх випадках виконання робіт потребує розумових зусиль працівників. Саме цей вид зусиль підлягає мотивації. Є багато стимулів, що спонукають працівника добре Працювати, однак серед них немає універсальних. Люди по-різному реагують на різні стимули, і навіть у тих самих людей реакція не завжди однозначна. Людина звикає до стимулів і перестає на них реагувати, тому керівник повинен володіти арсеналом стимулів і постійно їх поновлювати [6]. Неадекватність оцінки праці, програвання зростанню цін, не виплати зарплати – все це привело до того що праця перестала грати першорядну роль в житті суспільства [7]. А отже мотивація трудової діяльності не може бути дійовою без задоволення матеріальних потреб, орієнтації на матеріальний інтерес працівників [8].

Список використаних джерел:

1. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. - К. : КНЕУ, 2002.
2. Макаровська Т.П., Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. Посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: МАУП, 2003. – 304 с.
3. Осовська Г.В., Основи менеджменту: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: „Кондор”, 2003 – 556 с.
4. Сладкевич В.П., Чернявский А.Д. Современный менеджмент: Опорный конспект лекций. – 3-е изд., стереотип. – К.: МАУП, 2003. – 152 с.
5. А. О., Економіка підприємств: Підруч. - К.: Знання, 2010. - 463 с.
6. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів. - К.: „Кондор”, 2003.- 556 с.
7. Рябуха М.С. Управління мотиваційним механізмом в системі стимулювання праці / М.С. Рябуха// Вісник Білоцерківського державного аграрного університету: Зб. Наук.праць. - Біла Церква, 2009. - Вип. 63. С.97-100.
8. Пономарьова М.С. Значення мотивації та матеріального стимулювання праці в системі соціально-економічних відносин / Матеріали підсумкової наук.- практ. конф. професорсько-викладацького складу, аспірантів і здобувачів ХНАУ ім. В.В. Докучаєва / ХНАУ. – Харків, 2016. С 128-130

УДК 331.104

*О.В. Михайлова, магістрант,
Науковий керівник: Т.О. Сазонова, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ КОНФЛІКТАМИ

Управління трудовими конфліктами – один з провідних напрямків кадрової політики сучасного підприємства. Формування ефективного механізму управління трудовими конфліктами має відбуватися поряд із виробленням загальної стратегії

управління персоналом підприємства, як один з провідних елементів її реалізації. Дане ствердження, на наш погляд, справедливе і впливає із самої сутності трудового конфлікту.

Трудовий конфлікт – це конфлікт у сфері трудових відносин із приводу засобів працевлаштування, рівня заробітної плати, використання професійного й інтелектуального потенціалу, різних елементів та чинників трудового процесу (організації, змісту, умов праці тощо), рівня цін на різні блага, реального доступу до цих благ та інших ресурсів, викликаний протилежністю інтересів [1].

Сама поява трудових конфліктів зумовлена як людською природою, психологічними чинниками, так і суто управлінськими – зокрема, системою мотивації трудової діяльності. Розгортання конфлікту сприяє порушення рівноваги (прийнятної на визначений момент для окремого працівника) у індивідуальній мотиваційній системі. Якщо взяти за приклад структуру мотивів особистості за А. Маслоу, то виникнення конфліктної ситуації працівник може розцінити, як загрозу її потребам у безпеці, повазі або приналежності, тощо. У разі відсутності у практиці управління поміркованої стратегії та тактики управління трудовими конфліктами, може відбутися ескалація конфлікту. Не зважаючи на позитивні наслідки деяких конфліктів (конструктивних), більшість із них – все ж таки носять деструктивний характер, а це негативно відображається не тільки на морально-психологічному кліматі в колективі, але й на загальній результативності його діяльності.

Таким чином, стратегія вирішення конфлікту спрямована на те, щоб змусити або переконати конфліктуючі сторони припинити ворожі дії і налагодити переговорний процес, задля знаходження оптимального рішення, яке б виключало 100%-ву поразку, або 100 %-ву перемогу будь-якої зі сторін і визначило б напрямок результативної діяльності.

Одним із сучасних методів, що формують стратегію вирішення трудового конфлікту є «психологічне айкідо», на якому ми хотіли дещо детальніше зупинитися. У загальному вигляді все зводиться до того, щоб погоджуватися з конфліктуючою стороною і таким способом амортизувати конфлікт. Це найперший крок, який допоможе не провокувати зростання агресії.

Основні принципи амортизації [2]:

- спокійно приймати компліменти;
- якщо пропозиція влаштовує, слід погоджуватися з першого разу;
- не пропонувати своїх послуг. Допомогати, коли зробив свої справи;
- пропонувати співпрацю лише один раз;
- не чекати, коли почнуть критикувати – випереджальна особистісна критика.

Розрізняють 3 способи амортизації – безпосередня, відставлена і профілактична.

Розглянемо, безпосередню амортизацію. Вона часто застосовується в процесі спілкування в ситуаціях «психологічного прогладжування», або ж іноді – при нанесенні «психологічного удару».

Наведемо приклади техніки амортизації (при запрошенні до співпраці) [2]:

А: Ми пропонуємо вам посаду начальника цеху.

Б: 1) Дякую вам. Я згоден (за згодою).

2) Дякую вам за цікаву пропозицію. Необхідно обміркувати і все зважити (якщо передбачається негативна відповідь).

Фахівець з психологічного айкідо дає згоду після першого запрошення. Якщо перше запрошення було нещирим, все відразу стає на свої місця. Якщо запрошення щире, вам будуть вдячні за швидке згоду. З іншого боку, коли доводиться робити

певну ділову пропозицію особисто, її теж слід робити тільки один раз. Зазвичай фахівець з психологічного айкідо сам нічого не пропонує, а організовує свою діяльність так, що його запрошують.

Розглянутий метод вирішення конфліктів як більшість з методів подолання та попередження конфліктів, належить до психологічних. Але, формуючи стратегію управління проектами важливо підкріплювати психологічну, конфліктологічну грамотність персоналу ще й економічним, фінансовим та організаційним забезпеченням трудової діяльності. Адже, частина конфліктів прямо пов'язана з недостатньою ефективністю управління.

Список використаних джерел

1. Коваленко Л. В. Соціально-трудові конфлікти та напрями роботи щодо їх запобігання : [текст] [Електронний ресурс] / Л. В. Коваленко. – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>

2. Литвак М. Э. Психологическое айкідо : [текст] [Електронний ресурс] / М. Э. Литвак. – Режим доступу : <https://www.e-reading.club/book.php?book=34450>

УДК 331.1:631.11

*О.В. Чепурко, магістрант,
Полтавська державна аграрна академія*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ

Насправді, саме поняття «організація управлінської праці» являє собою порядок, правила службової поведінки в апараті управління, спрямовані на виконання поточних і перспективних завдань керівниками, фахівцями та іншими працівниками управління відповідно до діючих посадових інструкцій та положень про структурні підрозділи [2].

На сьогодні, як у вітчизняній, так і в зарубіжній практиці, не існує єдиного підходу до вирішення проблеми вимірювання ефективності роботи управлінського персоналу. Складність полягає у тому, що процес трудової діяльності керівників пов'язаний з виробничим процесом і його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком підприємств тощо.

У той же час, існують розроблені раніше підходи до оцінки організації управлінської праці. Найбільшого поширення при оцінці управлінської праці отримали:

- метод визначення ефективності структури робочого дня;
- метод оцінки використання робочого часу;
- метод експертного нормування;
- метод експертних оцінок.

Так, наприклад, ефективність структури робочого дня можна визначити за такою формулою:

$$E_c = \frac{n}{o},$$

де E_c – ефективність структури робочого дня;

n – час на вирішення перспективних завдань;

o – час на оперативну діяльність.

Для оцінки результативності використання робочого часу може застосовуватися

коефіцієнт використання робочого часу K , який розраховується за формулою:

$$K = K_E \times K_I,$$

де K_E – коефіцієнт екстенсивності використання робочого часу;

K_I – коефіцієнт інтенсивності використання робочого часу.

$$K_E = \frac{(\Phi - \Pi)}{\Phi},$$

де Φ – загальний фонд робочого часу;

Π – втрати робочого часу.

Коефіцієнт інтенсивності використання робочого часу визначає раціональність структури робочого часу керівника в порівнянні з нормативною, отриманою експертним шляхом, і розраховується за формулою:

$$K_I = 1 - \sum_{j=1}^n \sqrt{(j_{\Phi} - j_N)_i^2},$$

де j_{Φ} і j_N – фактична і нормативна частка кожного елемента в структурі балансу робочого часу.

В оптимальному випадку значення загального показника використання робочого часу має бути близьким до одиниці. Чим нижче значення показника, тим, отже, гірше використано робочий час керівника.

Метод експертного нормування полягає в тому, що формування нормативів здійснюється групою висококваліфікованих фахівців-експертів на основі оцінки потенціалу працівника, кількості і якості праці, виходячи з власного досвіду у виконанні цієї роботи або наукового прогнозу. Правомірність оцінок експертів перевіряється методами рангової кореляції.

Суть методу експертного нормування управлінської праці полягає у дослідженні, систематизації й оцінці фактичних витрат праці та термінів виконання функціональних обов'язків, визначених експертно самим працівником управління по базових підприємствах, статистичної оцінки достовірних даних, коригування даних з урахуванням кваліфікації кадрів, обсягу інформації і застосовуваних технічних засобів з допомогою поправочних коефіцієнтів, визначенні середньозважених значень трудомісткості і термінів вирішення задач.

Збір даних про фактичні витрати управлінської праці здійснюється на підприємствах шляхом анкетування керівників, які експертно визначають розміри витрат праці на вирішення конкретних завдань за допомогою спеціальної анкети.

Наступним підходом до оцінки рівня організації управлінської праці є метод експертних оцінок.

Суть методу експертних оцінок полягає в проведенні експертами інтуїтивно-логічного аналізу проблеми з кількісною оцінкою суджень і формалізованої обробкою результатів. Отримується в результаті обробки думку експертів приймається як вирішення проблеми.

Область застосування методу експертних оцінок досить широка:

- оцінка ефективності роботи керівників і фахівців;
- визначення цілей і завдань управління з упорядкуванням їх за ступенем важливості;
- визначення альтернативних варіантів вирішення завдання з оцінкою їх переваги тощо.

Експертів для оцінки ефективності роботи керівника також підбирають за такими характеристиками: компетентність, креативність, ставлення до експертизи, конформізм, аналітичність, широта і конструктивність мислення, самокритичність.

В ході опитування експертів проводиться оцінка ефективності роботи керівника. Вона може проводитися за шкалою, що має кілька градацій ступеня їх вираженості і відповідні числові коефіцієнти.

Для кожного з критеріїв оцінки ефективності роботи керівника підраховується середній коефіцієнт з оцінок, виставлених різними експертами. Загальний коефіцієнт ефективності діяльності керівника розраховується як середнє арифметичне значення середніх коефіцієнтів за всіма критеріями. При цьому бали, отримані по кожному коефіцієнту, підсумовуються, і за цими результатами оцінюваного керівника відносять до певної групи за ефективністю його роботи.

Методики оцінки якості праці орієнтують керівника на раціональне використання робочого часу, поліпшення дисципліни і, в основному, спрямовані на вдосконалення організації його праці [1].

Від умінь керівника організувати свою особисту працю в кінцевому підсумку залежать і загальні результати роботи колективу: якість і своєчасність виконання виробничих завдань, продуктивне використання робочого часу, машин, інструменту, дотримання правил техніки безпеки, економне витрачання матеріалів тощо.

Список використаних джерел:

1. Методы оценки эффективности организации управленческого труда [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.learnmanage.ru/lmans-265-2.html>
2. Основы менеджмента : Конспект лекций [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://econbooks.ru/books/view/9>

УДК 331.21

*Д.С. Кушнірук, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: В.В. Боковець, д.е.н., професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПРАЦІВНИКІВ

Соціальний захист працівників – необхідна умова функціонування кожної незалежної соціально орієнтованої держави. З моменту отримання Україною незалежності потреба соціального розвитку стає на перший план. Реалізація соціальних прав та гарантій, передбачених Конституцією України, починається саме на підприємствах. Роботодавці несуть найбільшу відповідальність за реалізацію соціального захисту працівників. Це супроводжується виникненням проблем, пов'язаних із формуванням ефективної системи управління особливим ресурсом – людським.

Проблема соціального захисту працівників пов'язана з такими напрямками, як соціальний захист населення, соціальна відповідальність бізнесу, соціальне партнерство, управління витратами підприємства, управління персоналом, соціологією та економікою праці.

Виникнення соціального захисту як окремої категорії припадає на кінець XIX – початок XX ст. Першою країною, яка заклала подальший розвиток цього напрямку, були США. Концепція соціального захисту охоплювала систему заходів, направлених на захист усіх громадян від соціальної та економічної нерівності, яка виникає через ряд обставин: старість, виробнича травма, безробіття, профзахворювання, інвалідність, втрата годувальника, народження дитини, втрата

доходу внаслідок хвороби та інше. Поняття соціального захисту та соціального забезпечення споріднені, але не тотожні. При їх використанні як наукових визначень соціальний захист включає в себе соціальне забезпечення як складову частину, а крім того охоплює гарантії з охорони праці, здоров'я і навколишнього середовища, мінімальної оплати праці та інші, що забезпечують нормальні умови життєдіяльності людини.

Соціальний захист працівників базується на загальному визначенні соціального захисту працівників населення та має свої особливості. Соціальний захист працівників – це система заходів, направлених на забезпечення відтворення праці, стимулювання професійної діяльності та забезпечення безпечного та гідного рівня життя, створення умов для духовного розвитку, які носять як законодавчо закріплені гарантії, так і індивідуальні, які забезпечуються такими соціальними інститутами, як держава, профспілки, союзи та асоціації підприємств, неприбуткові організації та окремими особами – правозахисниками [1].

На підприємстві соціальний захист працівників є необхідною умовою його функціонування, проте основна (операційна) діяльність підприємства не передбачає соціального захисту працівників. Тому на законодавчому рівні цей обов'язок закріплений за підприємствами. Питання соціального захисту працівників урегульовані законами про соціальне та пенсійне страхування, Кодексом законів про працю, Податковим кодексом та іншими законодавчими актами України. Незалежно від виду діяльності та форм власності кожний підприємець забезпечує своїм працівникам хоча б мінімальні соціальні гарантії. Однак підприємства надають своїм працівникам не лише стандарт соціальних послуг, гарантованих державою. Залежно від масштабності та прибутковості діяльності підприємства пропонують додаткові соціальні пакети своїм працівникам, пов'язані з витрачанням коштів, які можна було б реінвестувати в діяльність для отримання прибутку. Але слід урахувати, що для підприємств соціальний захист є механізмом мотивування праці, який дозволяє задовольнити також фізіологічні, екзистенціальні та соціальні потреби. В облікових системах деяких зарубіжних країн існують окремі рахунки, на яких ведеться облік усіх витрат, пов'язаних із персоналом, тобто людським капіталом. Забезпечення гідного соціального захисту працівників може дозволити скоротити основні витрати на персонал (зарплатні) та забезпечити більш продуктивну працю. Крім того, соціальний захист працівників є одним із напрямів соціальної відповідальності бізнесу. Цей термін має європейське походження і частіше звучить як «корпоративна соціальна відповідальність». Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу необхідна для його функціонування в умовах жорсткої конкуренції.

Забезпечення соціального захисту працівників формує соціальні витрати підприємства [2]. Соціальні витрати, безумовно, є особливою групою витрат, спрямованих на перспективу, оцінити ефективність яких дуже складно. Зазвичай, вони носять більш соціальний ефект, ніж економічний. Здійснення соціальних витрат пов'язано не лише із залученням коштів, а також з отриманням таких вигід: зниження плинності кадрів і залучення висококваліфікованого персоналу; збільшення продуктивності праці співпрацівників організації; підвищення довіри та лояльності інсайдерів та аутсайдерів; формування та розвиток продуктивних відносин із партнерами;

збереження постійних та завоювання нових клієнтів; поліпшення загального іміджу компанії та її брендів.

Підприємства реалізують соціальний захист працівників через свою соціальну

політику, яка пов'язана з державною соціальною політикою. Кожна держава самостійно обирає модель соціальної політики, від якої залежить співвідношення відповідальності сторін. Україні притаманна соціально-демократична та неоконсервативна моделі. Відповідно до цих моделей підприємства несуть майже рівну відповідальність із державою за соціальний захист.

Соціальний захист працівників – необхідна умова функціонування соціально розвинутої держави. Кожен соціальний інститут несе відповідальність за реалізацію соціального захисту працівників залежно від обраної соціальної політики держави. Саме на підприємствах реалізуються соціальні права і гарантії, передбачені державою. Існує три основні причини участі суб'єктів господарювання в соціальному захисті, перша – законодавчо закріплений характер забезпечення мінімальних соціальних гарантій, передбачених державою; друга – забезпечення соціального захисту працівників на гідному рівні є способом мотивування працівників, третя – необхідність ведення соціально відповідального бізнесу, який є потребою в умовах жорсткої конкуренції, а соціальний захист – його основною складовою. У результаті реалізації соціального захисту працівників, участі у соціальному партнерстві та веденні соціально відповідального бізнесу формуються соціальні витрати. Вони спрямовані на забезпечення законодавчо закріпленого соціального мінімуму, додаткових соціальних гарантій праці, соціально-культурного розвитку людини та соціально-економічного розвитку суспільства. Правильний облік, контроль та управління такими витратами може суттєво поліпшити діяльність підприємства й підвищити його репутацію на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Пацула О. Соціальні витрати підприємства та їхня класифікація / О. Пацула // Вісник КНТЕУ. – 2006. – № 3. – С. 26.
2. Стрибулевич Т.О. Зарубіжний та вітчизняний досвід ідентифікації соціальних витрат в обліково-аналітичних системах / Т.О. Стрибулевич // Економічний аналіз. – 2010. – № 5. – С. 186-188.

УДК 338.43

*С.В. Любарець, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: І.В. Шульженко, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОВІДНОСИН У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

На ринку робочої сили люди вступають у певні соціальні відносини, тобто починають взаємодіяти один з одним [1]. Соціальна взаємодія в сфері праці являю собою форму соціальних зв'язків, що реалізована в обміні діяльністю і взаємною вигодою. Основною метою функціонування механізму регулювання соціально-трудових відносин є безконфліктне збалансування інтересів роботодавців і найманих працівників і забезпечення ефективності праці та високої якості життя населення. Інтересом держави виступає збалансування інтересів роботодавців та найманих працівників і створення стабільних умов розвитку трудових відносин, а роботодавців і найманих працівників – максимізація власної корисності. Реалізація цих інтересів потребує вирішення завдань, які впливають із системи взаємної відповідальності суб'єктів трудових відносин, що наведена на рис. 1.



Рис. 1. Система взаємної відповідальності суб'єктів соціально-трудових відносин (авторська розробка)

Основою складових взаємовідносин регулювання трудових відносин є принципи, які передбачають правила, основні положення і норми поведінки, якими керуються суб'єкти під час прийняття рішень у системі трудових відносин щодо реалізації окресленого кола завдань. На основі аналізу і систематизації наукових праць слід виділити основні принципи регулювання трудових відносин [3].

Принцип рівності прав і можливостей суб'єктів трудових відносин, що полягає в рівності прав і можливостей суб'єктів для досягнення своїх цілей, сприянні підвищенню продуктивності праці, регулюванні якості трудового життя.

Принцип солідарності, який базується на однакості, єдності і спільності інтересів суб'єктів трудових відносин, досягненні згоди прийняття суспільно важливих рішень у соціально-трудовій сфері.

Принцип соціального партнерства, який забезпечує узгодження інтересів між трудовими колективами, з одного боку, роботодавцями - з другого, державою - з третього, які складаються із взаємних консультацій, переговорів, багаторівневого співробітництва, обов'язковості виконання угод з метою захисту інтересів працівників, роботодавців і держави з питань регулювання трудових відносин.

Принцип правової регламентації. Відповідно до цього принципу регулювання трудових відносин має відповідати вимогам і нормам державного законодавства з метою реалізації прав і гарантій суб'єктів, особливо найманих працівників. Законодавство формулює соціально-трудові стандарти та нормативи. На основі соціальних стандартів визначаються розміри основних соціально-трудових гарантій: мінімальний розмір заробітної плати, мінімальний розмір пенсії за віком, неоподатковуваний мінімум доходів громадян.

Принцип наукової обґрунтованості полягає в тому, що всі дії щодо регулювання трудових відносин мають здійснюватися на підставі наукових методів і підходів.

Принцип ефективності, відповідно до якого регулювання трудових відносин має досягти поставлених цілей за мінімального терміну з мінімальними витратами матеріальних засобів та людської енергії.

Принцип відповідальності. Відповідальність виступає як діалектична єдність економічних, соціальних і політичних підходів цілісного характеру і узгодженості інтересів всіх суб'єктів трудових відносин. Відповідно до цього принципу, регулювання трудових відносин має ґрунтуватися на основі пошуку компромісу інтересів, що повною мірою відповідають потребам національного господарства,

шляхом розвитку і удосконалення всього комплексу економічних, організаційних, соціальних, політичних та інших заходів.

Щоб заробітна плата завжди була стимулом до найбільш ефективної праці, роботодавцям необхідно постійно вдосконалювати форми матеріальних винагород, застосовувати нові системи оплати праці, які відповідають сучасному рівню продуктивних сил. Розмір оплати праці перестає бути єдиним, що приваблює спеціалістів, зростає значущість соціальних пакетів. Соціальний пакет дозволяє встановити рівновагу між інтересами власника підприємства та персоналу, тобто врегулювати відносини рівня «роботодавець ↔ працівник» [2, с. 6].

Сутність КСВ у контексті відносин роботодавців та працівників полягає, насамперед, у дотриманні трудових і соціально – економічних прав працівників та врахування їхніх інтересів, встановлення додаткових соціальних пільг та гарантій. Способи впровадження та реалізації соціальної відповідальності відрізняється в залежності від економічного стану і розміру підприємства, мотивів власника, способів впливу і очікувань від споживача.

Таким чином, впровадження принципів регулювання соціально-трудова відносин на засадах відповідальності важливо будувати за таких критерій: держави – рівності прав і можливостей, наукової обґрунтованості; роботодавця – солідарності, ефективності; найманих працівників – солідарного партнерства, відповідальності. А також механізму регулювання соціально-трудова відносин важливо будувати за допомогою таких інструментів: на державному рівні – соціально-економічні програми, спрямовані на регулювання зайнятості, соціального захисту працівників, основ оплати праці, розвиток науки і освіти; на рівні роботодавців – програми формування оплати праці найманих працівників, розвитку персоналу, соціальні пакети і соціальні програми, спрямовані на підвищення відповідальності найманих працівників.

Список використаних джерел

1. Гідна праця – основа соціального добробуту та економічного прогресу: програмна резолюція VI З'їзду Федерації професійних спілок України від 24.03.2011 № 63 – 7.
2. Новак І. Соціальний пакет як механізм удосконалення оплати праці / І. Новак // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 6-12. Novak, I. (2008), "Social package as a mechanism for improving wages", *Ukraine: aspekty pratsi*, no. 2, pp. 6-12.
3. Серікова О.М. Соціальна відповідальність партнерів трудових відносин як чинник раціонального використання трудового потенціалу: теоретико-методологічний підхід / О.М. Серікова // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2013. – № 11. – С. 237.

УДК 658.382

*В.В. Пневський, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: В.В. Боковець, д.е.н., професор,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ПРАЦІВНИКА В ПЕРІОД ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Побудова правової держави нерозривно пов'язана з розвитком охорони прав і свобод людини і громадянина, а також безпеки особистості. Значну роль у вирішенні питань забезпечення безпеки і розвитку особистості, суспільства і держави відіграє

безпека найманого працівника.

Право на безпечні та здорові умови праці – одне з основних прав людини і невід’ємна складова поняття «гідна праця». МОП визначає гідну працю як продуктивну працю чоловіків і жінок в умовах свободи, рівності, безпеки та поваги до людської гідності. Національна тристороння соціально-економічна рада на своєму засіданні схвалила Програму гідної праці для України на 2016–2019 роки. Незважаючи на тенденцію до зменшення в останні роки кількості нещасних випадків на виробництві, Україна стоїть перед колосальними викликами в сфері безпеки та гігієни праці.

Комплексне розв’язання проблем у сфері охорони праці, формування сучасного безпечного та здорового виробничого середовища, мінімізація ризиків виробничого травматизму, професійних захворювань і аварій на виробництві, що сприятиме сталому економічному розвитку та соціальній спрямованості, збереженню та розвитку трудового потенціалу України, є метою Загальнодержавної соціальної програми поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища на 2014–2018 роки [1].

Проте безпека найманого працівника пов’язана не лише з низькою якістю чи відсутністю засобів індивідуального і колективного захисту, недотриманням норм трудового законодавства щодо режиму робочого часу і часу відпочинку, використанням обладнання, що не відповідає вимогам безпеки, перенавантаженістю працівника тощо. Директива № 89/391/ЄЕС Ради від 12 червня 1989 р. щодо запровадження заходів заохочення поліпшення безпеки та охорони здоров’я [2] серед іншого закріплює, що завданнями охорони праці є не тільки запобігання фізичній шкоді (нещасні випадки та професійні захворювання), а й зниження навантаження на працівників і створення морально здорових умов праці. Тому серед факторів, які складають загрозу безпеці найманого працівника, необхідно виділити стреси, несприятливий соціально-психологічний клімат у колективі, вертикальний і горизонтальний моббінг, сексуальні домагання. Завантаженість роботою, тобто вимоги щодо виконання певного кола завдань безпосереднього керівника чи роботодавця в короткий проміжок часу, є найбільш поширеним психосоціальним фактором ризику на робочому місці. Психосоціальні ризики і стрес під час виконання роботи є одними з найбільш складних серед питань професійної безпеки та здоров’я працівників. Допомога працівникам у боротьбі з психологічним тиском та активне протистояння йому стали метою діяльності багатьох організацій, однією з яких є МОП.

Ратифікувавши Законом від 14 вересня 2006 року Європейську соціальну хартію (переглянуту) 1996 року, Україна взяла на себе зобов’язання вважати обов’язковими пункти 1, 2 статті 26 «Право на гідне ставлення на роботі» [3]. В цьому контексті факторами, які складають загрозу безпеці найманого працівника, є дискримінація у сфері праці (гендерна, вікова тощо), низький рівень оплати праці, що не дозволяє задовольнити базові потреби працівника, надмірно високий рівень диференціації заробітної плати на підприємстві, відсутність можливості розвитку професійних і особистісних компетенцій, недостатнє визнання заслуг працівника з боку колег і керівництва. Тому нагальними є розробка систем оплати праці та преміювання, що заохочують індивідуальний результат, впровадження системи особистої відповідальності за якість, стимулювання професійного росту.

Існує проблема меж допустимості здійснення роботодавцем контролю і моніторингу дій працівників у робочий час (відстеження інтернет- активності,

електронної пошти працівників, використання працівником офісного обладнання (наприклад, принтера, телефону) і в цілому поведінки працівників на робочих місцях і поза ними). За кордоном працівники досить часто звертаються до суду з позовними заявами про порушення їх приватного життя, конфіденційності листування. Проте, якщо роботодавцеві вдасться довести доцільність таких дій для ефективного ведення його бізнесу, обмеженість сфери контролю виключно питаннями, безпосередньо пов'язаними з трудовими функціями працівників, і відсутність у цьому особистих мотивів, суди нерідко стають на бік роботодавця.

Забезпечення прав передбачає створення найбільш сприятливих умов для їх ефективної реалізації. З. Д. Чуйко зазначає, що, характеризуючи термін «забезпечення», можна сказати, що це створення надійних умов для здійснення, гарантування захисту, охорони будь-кого або чого-небудь від небезпеки [4, с. 81-89]. Важливу роль у забезпеченні безпеки працівника покликані зіграти міжнародні трудові стандарти – основні, модельні трудові норми, створені МОП, закріплені в її конвенціях і рекомендаціях, які служать орієнтиром для розвитку національного трудового законодавства.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Загальнодержавної соціальної програми поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища на 2014–2018 роки: Закон України від 04.04.2013 р. № 178-VII // Офіційний вісник України. – 2013. – № 34. – Ст. 1199.

2. Директива № 89/391/ЄЕС Ради від 12 червня 1989 р. щодо запровадження заходів заохочення поліпшення безпеки та охорони здоров'я. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_b23.

3. Про ратифікацію Європейської соціальної хартії: Закон України від 14.09.2006 р. № 137-V // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 43. – Ст. 418.

4. Чуйко З. Д. Конституційно-правовий механізм забезпечення національної безпеки України [Текст] / З. Д. Чуйко // Бюлетень Міністерства юстиції України. – № 8. – 2006. – С. 81–89.

УДК 338.43.331.3

*А. Шахнюк, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: І.Б. Юрчик, ст. викладач,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

ДИСКРИМІНАЦІЯ НА РИНКАХ РОБОЧОЇ СИЛИ

Незалежно від моделі економіки на будь-якому ринку праці існують елементи дискримінації громадян. Ступінь розповсюдженості дискримінації залежить від розвитку соціальних і економічних відносин, рівня законодавчої діяльності (наявності та якості відповідних законів) і, що майже головне, від надійності контролю за виконанням прийнятих законів.

Дискримінація на ринку праці не тільки негативно впливає на зайнятість та її регулювання, гальмуючи прийняття на роботу жінок, молоді, осіб передпенсійного віку та інших категорій, але дискредитує державні інститути, підриває довіру до них [2].

Термін "дискримінація" походить від латинського слова *discriminatio* (розрізнення) і означає обмеження або позбавлення прав певних категорій громадян за різними

ознаками: расової або національної приналежності, статі, соціального походження, політичних поглядів тощо [3].

За найзагальнішого підходу дискримінація — це будь-яке розходження, виняток або перевага, що заперечує або зменшує рівне здійснення прав. Відповідно до Конвенції МОП № 111 дискримінація — це будь-яка відмінність, недопущення чи надання переваг, що здійснюється за ознаками расової приналежності, кольору шкіри, статі, релігійних переконань, політичного світогляду, національного або соціального походження, які унеможливають чи погіршують рівність можливостей або відношення у сфері праці та занять [4] [1].

Щодо видової структури дискримінації, то її можна класифікувати за рядом ознак. Дискримінація на ринку праці може бути відкрита та закрита, пряма і прихована, фізіологічна, економічна, поведінково-психологічна тощо [1].

Фізіологічна ознака дискримінації поділяється на гендерну (статеву) і вікову. Взагалі було визначено, що природа прояву гендерної нерівності на ринку праці може мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивний характер гендерної нерівності на ринку праці пов'язаний з сімейними і репродуктивними ролями жінки. Жінки мають менше часу і можливостей робити кар'єру, працювати без перерви, по жорсткому графіку і виконувати понаднормову роботу. Суб'єктивний характер цієї нерівності пов'язаний з переконанням роботодавців відносно того, що «жінка - гірший працівник», причому ця оцінка не має нічого спільного з професійними характеристиками конкретної жінки. Тому перевагу при прийомі на роботу надають чоловікам, при звільненні першою йде жінка, кар'єрний ріст для неї також обмежений. Вікова дискримінація або ейджизм - ґрунтується на переконанні, що певні вікові категорії є кращі (гірші) за інші. Головною аудиторією, що підпадає під цей вид дискримінації є старше покоління або молодь (випускники навчальних закладів) [3].

Також існують такі види дискримінації:

- майнова або соціальна, коли роботодавець відмовляє в прийнятті на роботу через певний соціальний стан кандидата;

- релігійна існує в умовах нестійкої багатоконфесійної релігійної культури країни;

- політична - при нестабільній політичній ситуації в країні, або за відсутності демократії;

- етнічна, що може скластися за історичних умов і полягає у нехтуванні чи ігноруванні традицій, звичаїв певного етносу в країні;

- мовна, також є результатом історичних, політичних подій, культурного та освітнього рівня населення;

- сексуальна - через нетрадиційну сексуальну орієнтацію працівників [2].

Говорячи про наслідки дискримінації на ринку праці на мікрорівні до них відносяться безпосередньо економічні і соціальні наслідки. На мікрорівні зосереджується увага на наслідках для роботодавця, точніше для його фірми, та працівника відповідно [3].

Якщо розглядати економічні наслідки, то вони полягають у породженні дисбалансу між попитом і пропозицією на ринку праці. Дискримінація на ринку праці вважається неринковою силою, що стає перешкодою для ефективного розподілу ресурсів в економіці, зменшення інвестицій та уповільнення економічного зростання, міграції робочої сили. Це приводить до погіршення макроекономічних та мікроекономічних показників, адже на рівень зайнятості, рівень безробіття, середній рівень заробітної плати, рівень бідності частково опосередковано впливають такі види дискримінацій, як при прийнятті на роботу, або в оплаті праці [3].

Причиною дискримінації можна назвати також недосконалість правової системи. В законодавчих актах більшість видів дискримінації забороняється і карається (недотримання рівності прав чоловіків та жінок, встановлення необ'єктивних вимог до посади і т.д.). Проблема і сам наслідок криється в ігноруванні законів і норм, нехтуванні ними та відсутності страху покарання. В Україні прийняті закони, проте відсутні ефективні механізми його регуляції, оскільки немає належного зв'язку між процесами регулювання і дослідження трудових відносин. Дискримінація заборонена низкою міжнародно-правових документів, прийнятих в рамках ООН і які зачіпають всі відомі на сьогодні види дискримінації, при яких особам може бути відмовлено в праві на рівність у трудовій сфері. У декларації про права осіб, що належать до національних меншин зазначено, що дискримінація людей на основі належності їх до тієї чи іншої національності є образою гідності людської особистості і запереченням принципів статуту ООН і засуджуються як порушення прав людини та основних свобод, проголошених у загальній декларації з прав людини. Цей документ свідчить про заборону утисків у робочому аспекті людей інших національностей [3].

Загальна декларація прав людини (ЗДПЛ), Міжнародний пакт з громадянських та політичних прав (МПГПП) та Міжнародний пакт з економічних, соціальних та культурних прав (МПЕСКП) - спільно знані як міжнародні документи з прав людини - поділяють загальну заборону різниці в наданні можливостей та ставленні, що базується на расі, кольорі шкіри, статі, мові, релігії, політичних або інших переконаннях, національному, етнічному або соціальному походженні, майновому становищі, походженні або на інших обставинах. На регіональному рівні стаття 14 Європейської Конвенції з захисту прав людини та базових свобод містить майже ідентичну заборону з огляду на права та свободи, визначені Конвенцією. То ж бачимо, що даними документами офіційно дискримінація є забороненою [3].

На основі аналізу міжнародно-правової системи з питання дискримінації на ринку праці, можна зробити однозначний висновок про вагомість та цінність цих документів. Це можна пояснити тим, що вони мають обґрунтовану форму викладення основних положень, враховують різні виключення та проводять чітку межу між дискримінацією та іншими законними процесами, що відбуваються на ринку праці [3].

Хоча ми стверджуємо про наявність проблеми дискримінації, конструктивних ідей щодо її викорінення немає. Законодавчі акти враховують і забороняють різні прояви дискримінації, але не впроваджуються в реальному житті. Тому головним завданням має стати створення умов на ринку праці, за яких дискримінація сама буде викорінюватися.

Список використаних джерел:

1. Юрчик Г.М. Дискримінація на ринку праці: прояви, вітчизняний і європейський досвід подолання дискримінації на ринку праці / Г.М. Юрчик // Національний університет водного господарства та природокористування, 2016. С.80-87.
2. Будаговська С. Мікроекономіка і макроекономіка / С. Будаговська // Підручник у двох частинах, видавництво «Основи». – Київ. – 2003.
3. Проблеми дискримінації на ринку праці України та шляхи її подолання – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=661450> .
4. Конвенція про дискримінацію в галузі праці та занять №111 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/993_602.

UDC 339.138

*O. Komarist, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Poltava State Agrarian Academy*

**THE ROLE OF CHOLISTIC MARKETING IN SOCIAL AND ECONOMICAL
DEVELOPMENT OF RURAL AREAS**

In modern conditions of the social and economical crisis deepening the preventing of decline and Ukraine's rural areas development is one of the most important tasks in Ukraine. Agricultural land amount 72.1% of the total state area [5]. The rural areas of Ukraine provide food safety of the society, promote employment of the urban population in the field of material and technical supply of agriculture and marketing and processing of agricultural products, perform a recreational function, play an important role in preserving natural potential.

Taking into account the experience of developed European countries, we can argue that the effective way of social and economical development of rural areas is to support the functioning of small enterprises in rural areas. State programs of small business stimulating were effectively implemented in Poland, Sweden, and the Baltic States [1, p.199].

The number of medium and small agricultural, forestry and fisheries enterprises in Ukraine accounts for about 50% and 30% of the volume of sold products (goods, services) of all industrial enterprises. The number of large agricultural, forestry and fisheries enterprises accounts for about 0.1% of the total number of industrial enterprises, employing up to 10% of the total number of employed workers in this type of activity [5].

The development of small and medium entrepreneurship in rural areas will enable the creation of new jobs, increase of incomes (which will lead to increase of welfare and decrease of social tension); formation of a competitive environment, improvement of goods and services quality; revival of economic activity in rural areas; improvement of the ecological situation; increase revenues to state and local budgets; slowing labor migration of the active part of the able-bodied population abroad [4, p. 212].

Ukrainian small businesses use cost reductions as one of the ways of surviving in difficult economic conditions. According to the results of the study the situation at some small businesses in the Kharkiv and Poltava regions, especially significant reductions affected marketing units and marketing activities based on "the inefficiency of marketing costs," postponing marketing activities for the future, "when the crisis will become easier." Our research, however, makes it necessary to state, firstly, the groundlessness of the conclusions about the "inefficiency of marketing costs", since there was no place for performance analysis, and secondly, the existence of additional negative economic consequences of the rejection of some marketing components.

Below we summarize the principles, which will allow us to organize the marketing activities of a small business in accordance with the requirements of the present, will ensure the economic development of producers and their appropriate territories. Firstly, recognition of the new stage features of economic development and the role of marketing

by the management and enterprise personnel is necessary. Postindustrial informational economy requires the obligatory use of the whole marketing complex and marketing thinking. Practically all employees should have an idea about marketing, and all decisions at the firm should be taken in view of their possible impact on the market, namely, on the consumer, buyer, customer. Moreover, rapid changes in the external environment require response, including the marketing tools field, enterprise management and marketing.

Secondly, a holistic view of the social space where there are consumers, owners and employees, is necessary. The success of an enterprise is a holistic state, no particular business detail can lead to success. Enterprise is also should be considered as an element of a single system. The enterprise and the surrounding market are can not be contrasted.

Thirdly, it is impossible to distinguish the objects and processes in enterprise's life that are important for marketing, and not important.

The stimulation and evaluation of work results, as well as use of the internal marketing principles is important. Employees should know that their reward is determined not by education, erudition, ability to create impressive Talmud with numbers and graphs, but by their contribution to business, their ability to earn income with their ideas.

The next important point is the necessity of taking into account the high degree of the economic system variability and the need for a quick response of the enterprise. Introduction of the above-mentioned principles approaches into the daily work practice in many cases will face the problem of inertia of thinking, psychological and other individual characteristics of personnel. Small businesses have advantages in implementing new business models, including the implementation of an integrated approach, a holistic marketing model, precisely because of its small size, and, as a result, a higher level of flexibility and adaptability to the changes of environment factors.

The introduction of a holistic approach may allow the organization of marketing activities of a small business in accordance with the requirements of the present, while taking into account the peculiarities of functioning inherent to small business. The development of small entrepreneurship in rural areas will promote infrastructure development, provide employment and increase incomes of able-bodied rural populations, increase the profitability of enterprises, which will lead to the sustainable development of rural areas.

Список використаних джерел:

1. Борисовский Д. В. Активизация предпринимательства в сельском хозяйстве [Текст] / Д. В. Борисовский, Т. Г. Маренич // Молодой ученый. – 2014. – №11. – С. 198-200.
2. Газизов Р. М. Зарубежный опыт развития сельских территорий [Текст] / Р. М. Газизов // Молодой ученый. – 2014. – №2. – С. 416-418.
3. Катаєв А. Фінансові аспекти розробки комплексу маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cdg-ua.com/ua/editions/corporate>
4. Липчук В. В. Підприємництво в розвитку інтегрованого сільського господарства і сільських територій / В. В. Липчук, Н. В.Липчук, О. Г. Солтис. – Львів : Сполом, 2013. – 302 с.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Шиповський О.В. Особливості маркетингу в сфері малого бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.volsu.ru

*О.М. Литвинова, к.е.н., доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва,
А.І. Литвинов, к.е.н., доцент,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

МАРКЕТИНГ ЗЕРНА: ПРОБЛЕМА РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Зміни, що відбуваються в інституційному та маркетинговому середовищах, потребують від підприємств удосконалювати управління своєю маркетинговою діяльністю і, особливо, в сфері маркетингу продукції та її дистрибуції. Прибуткова робота підприємства напряму залежить від того, наскільки управлінська ланка є здатною запобігти втратам вартості в логістичних ланцюжках, на етапі доробки і доведення продукції до необхідних кондицій, недоотриманню доходів внаслідок реалізації власної продукції за заниженими цінами.

Питанням ринку зерна, його розвитку та формування ефективної інфраструктури приділяли свою увагу визнані фахівці економісти: О.В. Нікішина [1], О.В. Олійник [2], Л.М. Худолій [3], І.І. Червен [4], О.Г. Шпикуляк [5], інші. Разом із тим, напрацьовані питання потребують актуалізації, а питання ефективного маркетингу та його зв'язку із формуванням ефективної інфраструктури ринку зерна – більш ретельного опрацювання.

Процес дистрибуції зерна сам по собі є доволі складним. Він пов'язаний із торгівлею, зберіганням і транспортуванням та має глибоку специфіку. Так, наприклад, функція зберігання включає в себе операції по доведенню продукції до вигляду придатного для зберігання та покращення її якості. Причому відповідний комплекс робіт може виконувати як господарство – виробник, так і трейдер. Найчастіше це сушіння, очистка, знезараження (фумігація). Лише після них зерно стає придатним для тривалого зберігання, реалізації, транспортування. А доробка зерна із його доведенням до більш високих кондицій дозволяє отримати за нього більш високу ціну.

Ключовою і найбільш вразливою ланкою зернового ринку є сільськогосподарські підприємства, чисельність яких станом на початок 2017 р., за даними Міністерства аграрної політики та продовольства, становила близько 33000 одиниць. І частина з них, особливо дрібні, не в змозі самостійно здійснювати необхідні операції по очищенню, доробці, зберіганню і транспортуванню зерна, адже це потребує відповідного обладнання, матеріально-грошових витрат та праці. Переробні, заготівельні і торговельні підприємства, які надають подібні послуги, перебуваючи у монопольному становищі та агресивно використовуючи свою ринкову позицію, пропонують їх за високими розцінками.

Разом з цим, у сфері маркетингу підприємств сфери послуг зберігання зерна існують проблеми, що накопичувались роками і залишилися невирішеними, зокрема застосування застарілих підходів в організації обігу на ринку зерна, надмірне регуляторне навантаження, зростання вартості енергоносіїв та зменшення обсягів інвестицій, проблемами зернової логістики.

Так, аналіз вартості послуг елеваторів, заявлених на сезон 2016/17 року показує, що в зв'язку з ростом вартості енергоносіїв тарифи українських зернохосовищ зросли на 10% в порівнянні з попереднім сезоном. Зростають розцінки на основні послуги

елеваторів, включаючи сушку, очистку, зберігання, а також відвантаження на автомобільний і залізничний транспорт.

В структуру видаткових статей на зерносховище входять амортизація обладнання, енергоносії, фонд заробітної плати, сертифікація, послуги сторонніх організацій і т. ін. Серед них найбільш витратними є енергоносії та фонд оплати праці. На газ/електрику припадає більше третини витрат (понад 40%), ще третину становить фонд оплати праці.

Так, нестабільна ситуація на зерновому ринку та висока вартість послуг хлібоприймальних підприємств, елеваторів та інших суб'єктів, а також недовіра до якості послуг, що надаються, не спонукає до формування довготривалих стабільних господарських взаємовідносин між учасниками зернового ринку і призводить до недоотримання прибутків усіма суб'єктами.

Запорукою успіху в цій, без перебільшення, складній справі є впровадження дієвих заходів із забезпечення реального захисту майнових інтересів усіх учасників зернового ринку, а не лише його найбільш потужних операторів.

На вирішення зазначених питань сфери обігу на ринку зерна та низки інших, спрямований проект Наказу Міністерства аграрної політики та продовольства «Про затвердження Інструкції ведення кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки на зернових складах та зернопереробних підприємствах» [6]. Проектом наказу передбачаються зміни, які дозволять створити нормативні та організаційні передумови функціонування ринку зерна, спрямовані на збалансування та захист інтересів різних суб'єктів зернового ринку, удосконалення умов прийому і відвантаження зерна на елеваторах, зокрема на експорт, встановлення єдиних правил оформлення операцій із зерном на хлібоприймальних підприємствах, загальних правил вирішення спірних питань щодо якості зерна та проведених розрахунків.

Шлях до розв'язання зазначеної вище проблеми знаходиться в площині розбудови системи ефективного моніторингу та достовірних кон'юнктурних прогнозів, організації вільного доступу до них операторів та інших учасників ринку, запровадження аукціонної системи встановлення цін на послуги із зберігання та доробки зерна середніми та крупними операторами.

Список використаних джерел:

1. Нікішина О.В. Механізми регулювання інтегрованого зернового ринку.- Одеса: ІПРЕД НАНУ, 2014.- 449 с.
2. Олійник О. Проблеми стабілізації зернового ринку в Україні // Економіка України.- 2004.- №6.- С. 57-63
3. Худолій Л.М. Економічний механізм формування та функціонування ринку зерна в Україні.- К.: б.в., 1998.- 211 с.
4. Розвиток та підвищення ефективності регіонального ринку аграрної продукції/Червен І.І. та ін.- Миколаїв: б.в., 2008.- 231 с.
5. Формування і розвиток ринку зерна в Україні / Шпикуляк О.Г. та ін.- К.: ННЦ ІАЕ, 2008.- 190 с.
6. Про затвердження Інструкції ведення кількісно-якісного обліку зерна та продуктів його переробки на зернових складах та зернопереробних підприємствах: проект наказу // <http://www.minagro.gov.ua/uk/regulatory?nid=24629>

ЛОГІСТИЧНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сучасному етапі нестабільності економіки України існує потреба в істотних змінах в організації та управлінні всіма ієрархічними рівнями господарювання на основі інноваційно-інвестиційної моделі сталого розвитку економіки країни. З огляду на це принципово значущим стає застосування інноваційної моделі управління, яка зможе надати нові імпульси у розвиток економіки, вдосконалити механізми управління і забезпечити підвищення ефективності кожного суб'єкта підприємницької діяльності.

Основоположним підходом до розробки такої моделі виступає логістизація економіки загалом і управління зокрема, яка неможлива без трансформування існуючої системи менеджменту й опанування прогресивних методів управління підприємницькою діяльністю на засадах логістики.

Основні передумови входження економіки України у сферу логістичного управління зумовлені як тимчасовими факторами, пов'язаними з перехідним характером української системи господарювання, так і з тривалими, постійно діючими (розміри, географічне розташування країни; види, обсяги, якість, доступність природних ресурсів; наявність інтелектуального потенціалу, кваліфікованих трудових ресурсів; розміри, спеціалізація, розподіл у країні виробничих комплексів і центрів; рівень інтеграції у світовий економічний простір) [1].

Однак процес використання логістики у вітчизняному підприємстві має ряд проблем. З огляду на це можна виділити як об'єктивні, так і суб'єктивні причини цих проблем.

Так, до об'єктивних причин варто віднести недосконалість методологічної бази впровадження логістики в реальний сектор економіки України; невизначеність меж її використання в існуючих господарських системах; нестійке правове поле діяльності підприємницьких структур, непродумана система оподаткування; відсутність необхідної структуризації діяльності господарських систем; значне моральне й фізичне зношення виробничого устаткування; слаборозвинена транспортна інфраструктура; низький рівень розвитку виробничо-технічної бази складського господарства; низький рівень розвитку й використання сучасних систем електронних комунікацій, мереж, систем зв'язку та телекомунікацій [2; 3].

До суб'єктивних причин відносимо відсутність кваліфікованих фахівців і потенційне небажання менеджерів змінювати сталі стереотипи роботи на тлі загальної низької правової й управлінської культури; перешкоджання впровадженню наскрізної схеми управління матеріальними потоками підприємства та ін.

Проаналізувавши існуючі підходи до визначення терміну «логістичне управління», можемо сформулювати узагальнене визначення цього поняття: логістичне управління – це підхід до організації діяльності підприємства, який базується на засадах та принципах логістики, характеризується системною комплексністю управління товарно-матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками задля

досягнення ефекту синергії з метою задоволення потреб підприємства та запитів споживачів з мінімальними витратами ресурсів та часу.

Принципова відмінність логістичного підходу до управління від традиційного полягає у виокремленні єдиної функції управління розрізненими матеріальними потоками: у технічній, технологічній, економічній, методологічній інтеграції окремих ланок матеріалопровідного ланцюга в єдину систему, що забезпечує ефективне управління наскрізними матеріальними потоками. Якщо раніше об'єктом управління були окремі матеріальні об'єкти, при логістичному підході основним стає потік – множина об'єктів, що сприймаються як ціле [5].

Особливими характеристиками логістичного управління, як і управління загалом такі: один із специфічних видів діяльності, що відрізняє його від інших; головною формою виступає вплив відповідних суб'єктів управління (керівників) на його об'єкт (логістичну систему); вид діяльності, що здійснюється безперервно у часі та просторі; здійснюється як процес, що відбувається у чіткій структурно-логічній послідовності окремих його етапів; завжди підпорядкований визначеним цілям та характеризується певним результатом; управлінська діяльність потребує раціонального використання необхідних ресурсів та відбувається в умовах ризику і невизначеності [6].

Функціональними галузями сучасного логістичного управління є: закупівельна, виробнича, розподільча, транспортна логістика; логістика запасів, складування, сервісу; інформаційна логістика [5, с. 72].

До головних цілей, які властиві всім учасникам логістичних систем, відносять: удосконалення процесів фізичного переміщення ресурсів і готової продукції в усіх структурах, охоплених логістичним управлінням; гармонізація стратегічних, тактичних і оперативних логістичних цілей із загальними цілями і стратегіями підприємств або інших учасників логістичного ланцюга; спрямування інтегрованої діяльності учасників логістичного ланцюга на ефективне обслуговування клієнта за принципом «висока користь – припустимі витрати».

У процесі логістичного управління на підприємстві виокремлюють такі підсистеми його організації, як постачання, складська, транспортна, виробнича, збутова, кожна з яких виконує відповідну функцію. Завдання логістики полягає в комплексному управлінні наскрізним матеріальним потоком, утворення логістичної системи підприємства доцільно починати зі сфери постачання, оскільки саме вона організовує вхід матеріального потоку до логістичної системи.

Логістична концепція управління впливає майже на кожен аспект формування прибутків і збитків фірм. Тому відповідні зміни в логістичній стратегії впливають на фінансові результати діяльності фірм і роблять свій внесок у забезпечення їхньої довгострокової життєздатності.

Логістичне управління інвестиційною, інноваційною, виробничою, фінансовою, кадровою та інформаційною сферами діяльності сприяє реалізації стратегічних, а всіма потоковими процесами в системі «закупівля ресурсів – транспортування – виробництво – складування – реалізація – сервісне обслуговування кінцевих споживачів» – тактичних цілей підприємства.

Серед принципів реалізації логістичного управління виділяють: принцип системного підходу; тотальних витрат; глобальної оптимізації; логістичної координації, інтеграції; використання теорії компромісів для перерозподілу витрат; відмова від випуску універсального технологічного, підйомно-транспортного обладнання; принцип розвитку логістичного сервісу; моделювання та інформаційно-

комп'ютерної підтримки; розробки комплексу підсистем; TQM (total quality management) – загального управління якістю; гуманізації функцій, технологічних рішень; стійкості й адаптивності [7].

Відмінною рисою логістичного управління є системний, цілісний підхід до організації та здійснення переміщень матеріалів і готових виробів від виготовлення до кінцевого споживання. Логістичний підхід надає можливість розглядати рух вантажу від постачальника до споживача як систему, що становить поєднання взаємодіючих логістичних ланцюгів.

Логістичне управління здійснюється на основі загальних принципів з урахуванням специфіки логістичної діяльності. Тому серед принципів логістичного управління виділяють [4]:

- системність і комплексність (управління усіма потоковими процесами у взаємодії та узгодженні окремих етапів бізнес-процесів з метою оптимізації всієї логістичної системи);
- узгодження критеріїв оцінки ефективності функціонування окремих ланок логістичної системи на мікро- і макрологістичному рівнях;
- організація обліку витрат матеріальними, інформаційними, фінансовими, сервісними потоками впродовж усієї логістичної системи;
- активне використання інформаційних технологій, сучасних методів моделювання в управлінні логістичними системами.

Отже, застосування принципів логістичного управління дає змогу забезпечити підприємству високу конкурентоспроможність своєї продукції і послуг через оптимізацію витрат, які пов'язані з виробництвом і реалізацією товарів; прискорити оборотність обігового капіталу; повне задоволення споживачів у якісних товарах та сервісі.

Такий ефект досягається шляхом скорочення запасів матеріальних ресурсів і готової продукції у сферах виробництва, постачання і збуту, скорочення тривалості виробничого циклу і циклу виконання замовлень клієнтів, впровадження гнучких автоматизованих і роботизованих виробництв, що дозволяють швидко переходити на випуск нових видів продукції, створення дистрибутивних каналів збуту тощо.

Список використаних джерел:

1. Забуранна Л. В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку [Текст] / Л. В. Забуранна // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 7. – С. 120–123.
2. Амітан В. Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах [Текст] / В. Н. Амітан, Р. Р. Ларіна, В. Л. Пілюшенко. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 73 с.
3. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації [Текст] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – Київ.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
4. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії: підруч. [Текст] / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», Інтелект-Захід, 2006. – 454 с.
5. Моделі і методи логістичного управління суб'єктами господарювання й економікою регіону: монографія [Текст] / Р. Р. Ларіна, О. Г. Череп, І. Ю. Грішин. – Сімферополь: ВД «АРІАЛ», 2011. – 234 с.
6. Поканевич Ю. В. Управління як складна багатовимірна категорія / Ю. В. Поканевич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/files/404/11824824.pdf>.

7. Мельник О. В. Нові концептуальні підходи в логістиці [Електронний ресурс] / О. В. Мельник // Ефективна економіка. – 2013. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

УДК: 338.48

*Н.В. Парубок, к.е.н.,
Уманський національний університет садівництва*

ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день туризм є соціальним явищем за своєю природою. В умовах підвищення життєвих стандартів і збільшення часу для відпочинку працюючого населення туристська активність має тенденцію до зростання і охоплення дедалі більших верств суспільства. Різноманітний за своїми різновидами туризм поступово стає невід'ємною складовою сучасного життя. В усьому світі він визнаний як вагомий чинник економічного розвитку. Тому покращення якості організації та обслуговування дозвілля туристів є дуже важливим в Україні на даний час.

Для того щоб покращити якість організації та обслуговування дозвілля туристів, а особливо у сільській місцевості, можна використовувати анімаційні програми обслуговування і організації дозвілля туристів.

Адже анімаційна діяльність у сфері сільського туризму є невід'ємною частиною культурно-дозвільної діяльності. Зміст туристичного дозвілля на селі включає: культурне споживання, самоосвіту, задоволення потреб у різних формах неформального спілкування, культурно-творчі заняття, задоволення екологічних потреб, розважальну діяльність та фізкультурно-оздоровчі заняття.

Саме тому анімація обслуговування передбачає розробку і здійснення спеціальних програм по організації вільного часу відпочиваючих, які мають певну структуру, а саме програми відпочинку. Програма представляє послідовність станів, конструйованої або звичайної діяльності: експозицію, зав'язку, розвиток, дію, кульмінацію, розв'язку[4, с. 152].

Головним завданням анімаційного обслуговування є створення туристам комфортних умов, щоб вони могли вільно відчувати себе учасниками програми та щоб відпочинок їм запам'ятався на все життя. Проте цього можна досягти на основі індивідуального підходу в обслуговуванні кожного туриста.

Анімаційна складова відпочинку на селі – це одна з чільних конкурентних переваг сільського туризму перед іншими видами туризму. Відпочинок у сільській оселі, в ідеалі має бути насичений не менш розмаїтою анімаційною програмою, ніж відпочинок у курортному будинку чи санаторії. Але якісно вирізняти анімаційну програму сільського зеленого туризму має вражаюча етнографічна автентичність. Тому анімаційне обслуговування передбачає залучення туристів до участі у різноманітних мистецько-розважальних, етнографічних або рекламних заходах: фестивалях, карнавалах, святах, культурно-історичних театралізаціях тощо.

В наш час в Україні, а саме: на Волині, Поділлі, Подніпров'ї, Запоріжжі, Слобожанщині перспективною формою анімації стала організація анімаційних шоу-музеїв, в яких туристів зустрічають «живі» історичні персонажі (руські князі, гетьмани, козаки-запорозжці, чумаки).

Об'єктами туризму з колоритними анімаційними програмами є найпопулярніші осередки масового туризму (розважальний парк та центр культури та історії «Київська Русь» у с. Копачів, Музей народної архітектури у с. Пирогово, ярмарка у с. Сорочинцях, фестиваль козацької пісні та строю сільських мистецьких колективів у с. Четвертинівка).

Також варто зазначити, що на всю Європу славить музейно-анімаційне середовище козацької доби на о. Хортиця. Світ запорізького козацтва відкривається перед туристом, щойно він потрапляє на острів. Адже поряд з музеями «Історії запорізького козацтва», «Народної творчості та етнографії» на Хортиці діє кінний етнографічний театр «Запорізька Січ», який влаштовує масові тетралізовані ігри, в яких при бажанні, може взяти участь будь який гість.

Тут можна спробувати зварити козацький куліш, опанувати козацькі ремесла та набути навички гончарної справи.[1, с. 140].

На Поділлі у с.Четвертинівка щороку проходить фестиваль козацької пісні та строю «Ми славу козацьку несе́м крізь віки» приурочений до річниці Битви Під Батогом. На площі села відбувається презентація робіт майстрів декоративно-прикладного мистецтва Вінниччини, виставка фондів обласного краєзнавчого музею, зброї, книжково-ілюстративна тематична виставка. Учасники святкування мають змогу ознайомитись із козацькими традиціями та побутом у місцевому народному краєзнавчому музеї, де постійно проводяться екскурсії, на «Козацькій леваді», де розміщується козацьке наметове містечко із театралізованими козацькими куренями територіальних громад, біля яких всіх частують козацькою кашею, випічкою та узваром. А згодом виступаю аматорські колективи з усієї України, де виконують українські пісні про козаків.

Цікавий анімаційний музейний комплекс Трипільської культури є у м. Ржищеві та с.Трипіллі, що на Київщині, де турист поринає у атмосферу трипільської доби.

Очевидно, що подібні музеї живої старовини можна організувати у будь-якій сільській місцевості, стратегічно зорієнтованій на розвиток масового сільського зеленого туризму на довготермінову перспективу. Необхідно лише реставрувати старі будівлі, зібрати у них старі речі (колекції серпів, кіс, бочок, боденьок, тощо) й загалом спробувати відтворити знайому з дитинства атмосферу сивої минувшини [1, с. 140].

Ще одним перспективним напрямком анімаційного наповнення програм перебування туристів у селах Карпатського регіону є організація народних гулянь та фольклорних фестивалів. Наслідком такого може бути приклад організації Міжнародного фестивалю етнічної музики і ленд-арту "Шешори-2004", який щоліта проводиться у мальовничому курортному селі Шешори, що на Івано-Франківщині [2, с. 84].

У програмі фестивалю були представлені як шпаркі виступи місцевих гуцульських народних колективів, так і виступи музик з інших сільських етнографічних регіонів України, Польщі, Чехії і навіть Ірландії.

Поряд з музичними виступами свою творчість туристам представляли художники, дивуючи публіку композиціями ленд-арту, що перекладається як мистецтво довкілля, мистецтво землі. Із підручних матеріалів (дерева, каменю, дроту, сітки, ганчір'я тощо) просто неба вони творили різноманітні інсталяції: птахів, ворота в інший вимір, динозаврів та інші дива.

На фестивалі можуть бути майстер-класи з етнічними елементами, такими як традиційне ткацтво, вироби із дерева, створення ляльки-мотанки, витинанки, інших

традиційних ремесл Гуцульщини.

Також анімаційні програми сільського зеленого туризму можуть включати спортивні ігри і змагання, народні танцювальні вечори під запальні мелодії троїстих музик, карнавали, вечорниці, ворожіння тощо з безпосередньою участю туристів [1, с. 140].

Таким чином, анімаційний туризм поступово стає стабільною та сформованою галуззю, яка має продукт діяльності. Для організації і дозвілля туристів необхідно використовувати анімацію. Застосування її різноманітних форм є одним з актуальних напрямків організації обслуговування туристів у сільській місцевості.

Пожвавлення програми туру і урізноманітнення дозвілля повинні відбуватися на основі максимального врахування інтересів туристів та активного їх включення в дійство, з метою значно підвищити якість турпродукту і його сервісного забезпечення. Для розвитку сільського зеленого туризму необхідна анімація, яка дозволяє забезпечувати фінансування коштів для розвитку галузі сільського зеленого туризму за рахунок інвестиційних надходжень не тільки з України, але й іноземних інвестицій, що дасть можливість відпочиваючим громадянам України й іноземним туристам поближче познайомитися з культурою і побутом держави, в різних районах України, за допомогою застосування різних анімаційних форм.

Список використаних джерел:

1. Науково-аналітичний щоквартальний збірник «Стратегічні пріоритети». – 2008. – №1. – С.138-143.
2. Грицку В. Доцільність організації сільського туризму для активізації туристичної діяльності в областях України / В. Грицку, Ю. Грицку // Географія в інформаційному суспільстві. Збірник наукових праць. У 4 тт. – К. ВГЛ Обрії. 2012 – т.4 – С.219-221.
3. Сільський зелений туризм в Карпатах: Каталог-довідник / П. Горішевський, М. Котляр, Ю.В. Зінько та ін. – Л.: Карпатська асоціація сільського зеленого туризму, 2000.
4. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2006. – 271 с.

УДК 339.138

С.А. Побігун, к.е.н доцент,

Л.В. Гнида, здобувач вищої освіти,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Щороку в умовах ринкових відносин одночасно зі зростанням ролі маркетингу підвищується роль маркетингових комунікацій. Інформаційна революція полягає не тільки в широкому розповсюдженні технічних засобів (персональні комп'ютери, інтернет, телебачення, тощо), але й в перетворенні за їх допомогою людської свідомості.

Сучасний маркетинг вимагає набагато більше, ніж створити товар, що задовольняє потреби клієнта. Фірми мають здійснювати комунікацію зі своїми клієнтами. Грамотне використання маркетингових комунікацій веде до підвищення ефективності діяльності підприємств, сприяє переходу до цивілізованих форм організації тривалих партнерських відносин. При цьому у змісті комунікацій не

повинно бути нічого випадкового.

Двобічний процес маркетингових комунікацій відіграє важливу роль: з одного боку, передбачається вплив на цільові й інші аудиторії, а з іншого - одержання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснюваний фірмою вплив. Обидві ці складові однаково важливі, їхня єдність дає підставу говорити про маркетингову комунікацію як про систему. Варто розуміти, що жодна фірма не в змозі діяти відразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Навпаки, компанія буде процвітати лише в тому випадку, якщо вона націлена на такий ринок, клієнти якого з найбільшою імовірністю будуть зацікавлені в її маркетинговій програмі.

Проблематика підвищення економічної ефективності маркетингової політики підприємства полягає у збільшенні кількості споживачів, підвищенні обсягів продажів продукції та прибутку. Для цього підприємству необхідно провести оцінку ефективності маркетингових комунікацій.

Необхідність визначення ефективності маркетингових комунікаційних заходів зумовлена рядом логічних причин, основними з яких є:

- забезпечити зворотній зв'язок з цільовою аудиторією, що уможливорює визначити реакції ринку виробника;
- оцінка допомагає керівництву підприємств відмовитися від використання неефективних видів комунікацій;
- результати оцінювальної діяльності допомагають досягати маркетингових цілей з меншими витратами [1, с. 53].

На практиці використовується велика низька показників, що характеризують ті чи інші види ефективності. Всі вони необхідні, проте їх окреме використання не дозволяє дати остаточну оцінку ефективності. Кожен показник відображає ефективність одного з видів маркетингової комунікаційної політики.

Виходячи з цілей підвищення ролі маркетингових комунікацій, виокремимо ряд показників, що дають змогу оцінити ступінь їхньої реалізації:

1. визначення впливу маркетингових комунікацій на обсяги продажів (порівняння обсягів продажу до проведення маркетингових комунікаційних заходів та після);
2. показник впливу маркетингових заходів на споживачів (співставлення кількості споживачів до та після проведення маркетингових комунікаційних заходів);
3. показник впливу заходів маркетингових комунікацій на збільшення отриманого прибутку (визначення різниці між прибутком з обсягу продажу, що зумовлений маркетинговими комунікаціями та витратами на ці комунікації).

Усе більшої уваги набирають комунікації між виробником товарів і посередником, виробником і споживачем цих товарів, між посередником і споживачем. Саме тому, маркетингова політика комунікацій підприємства має бути спрямована на вивчення цих стосунків і розроблення заходів, які б їх поліпшували.

На сьогодні значної популярності серед маркетологів-практиків набула методика визначення ефективності маркетингових комунікацій за якої необхідно дослідити стан цільової аудиторії, для якої призначено товари, та визначити заходи й кошти, котрі необхідно витратити, щоб досягти визначених цілей комунікації.

Необхідно з'ясувати, на якому етапі- сходинок моделі поведінки споживача він перебуває:

- на першій, коли привертання уваги споживача до підприємства та його товарів;

- на другій, результат коли заходи зацікавили споживача (потенційного покупця);
- на третій, коли у покупця виникло бажання придбати товар підприємства;
- на четвертій, коли у покупця встановлено довіру до виробника та його продукції;
- на п'ятій, коли покупець стає потенційним покупцем й купує товар уперше, вдруге чи втретє.

Інтегрована оцінка комунікативної ефективності маркетингових зусиль підприємства може бути визначена через імідж підприємства, тобто його образ в очах покупців і конкурентів. Цей образ не є сталим, він змінюється у часі і просторі.

Часто використовують також експериментальні методи визначення ефекту від рекламних заходів, коли проводиться тестування міст або регіонів щодо дій споживачів та їхньої поведінки під час проведення локальних рекламних заходів. Результати тестів порівнюються з даними контрольних тестувань аналогічних аудиторій. Різниця в обсягах продажу поширюється на весь потенційний ринок.

Не слід забувати і про так званий синергетичний ефект. Який означає, що одночасне застосування комплексу маркетингових комунікацій дає сумарний ефект значно більший, ніж якби кожен з факторів діяли б поодиночі.

Ідеально підходить вислів «ціле завжди є більшим за просту суму його окремих частин» саме що стосується маркетингових комунікацій [6, с. 78].

Однак, визначення ефективності комунікативних заходів пов'язане з певними труднощами і витратами. Розробка методів тестування, організація оцінювальних робіт, виникнення внутрішніх конфліктів не сприяють поширенню діяльності з оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.

Найбільшого поширення набуло визначення ефективності такого комунікативного інструменту, як реклама. Необхідність в дослідженні ефективності впливу реклами на споживачів пояснюється тим, що традиційно реклама коштує дорого, а попередні дослідження дають змогу раціонально розподіляти рекламний бюджет, до того ж специфіка рекламної діяльності сприяє операціоналізації “вимірювання” її компонентів.

Дослідження реклами різноманітні за напрямками і методами. Найпоширенішими є спроби визначити вплив реклами на купівлю товару або виявити комунікативний ефект, підвищення рівня поінформованості споживача про товар під впливом реклами. Визначення ефективності реклами – необхідна умова правильної організації і планування рекламної кампанії, раціонального використання праці та матеріальних засобів, що витрачаються на рекламу [3, с. 146].

Ефективність рекламної кампанії залежить як від внутрішніх, так і від зовнішніх факторів. До групи внутрішніх можна віднести:

- погодженість маркетингових і рекламних стратегій;
- обґрунтованість рекламної концепції, що знайшла відображення у всіх рекламних стратегіях;
- якість креативної ідеї, її технічне втілення в рекламних продуктах;
- обґрунтованість медіа-плану рекламної кампанії;
- якість виготовлення всіх рекламних продуктів;
- достатнє бюджетування в рекламній кампанії, що не повинна мати “прогалини” у період посилення впливу на цільову аудиторію.

До групи зовнішніх факторів відносяться: вплив ринкової кон'юнктури; рекламна діяльність конкурентів і їхня реакція на проведену рекламну кампанію; зміна

поводження споживачів у зв'язку з появою нових товарів і пропозицій; рівень поінформованості і лояльності цільового сегмента споживачів; зміна попиту в зв'язку з макроекономічними факторами.

Щоби виявити, у якому обсязі реклама вплинула на зростання товарообороту, аналізують оперативні і бухгалтерські дані. Однак отриманих даних ще недостатньо для співставлення економічної ефективності витрат на проведення різних рекламних заходів. Більш точно ефективність витрат на рекламу характеризує її рентабельність. Рентабельність реклами – це відношення отриманого прибутку до відповідних витрат.

Ефективність психологічного впливу рекламних засобів характеризується широтою охоплення споживачів, яскравістю і глибиною враження, що ці засоби залишають у пам'яті людини, ступенем залучення уваги.

Ефективність рекламного заходу чи окремого засобу реклами може виражатися числом споживачів, охоплених рекламою, а також величиною витрат на одного глядача, читача тощо [6, с. 178].

З усього вищесказаного випливає, що створення ефективної реклами важкий і кропіткий процес, який у результаті приносить неабияку користь.

На відміну від реклами, особистий продаж є формою представлення товару одному чи декільком потенційним клієнтам, здійснюване в процесі безпосереднього спілкування, метою якого є продаж і встановлення тривалих взаємин з даними клієнтами, а також одержання інформації для фірми. Формальна оцінка роботи не завжди прийнятна, оскільки потенціали ринків, цільові сегменти, інтенсивність конкуренції й інші умови роботи продавців можуть істотно різнитися. Тому доцільніше встановити визначені норми для кожного продавця й щодо цих норм визначати ефективність роботи.

Поряд з цим варто здійснювати якісну оцінку продавця, тобто його кваліфікацію, глибину знань про товар, фірму, клієнтів, конкурентів тощо, а також оцінити важливість і своєчасність його пропозицій для розвитку фірми.

Оцінювання ефективності прямого маркетингу ґрунтується на точному вимірюванні кількості звернень, які надійшли до цільової аудиторії, і кількісних параметрів зворотної реакції ринку у вигляді угод, замовлень, підтвердження пропозиції дзвінками, факсами, електронною поштою [3, с. 125].

Отже, варто зауважити, що способи визначення ефективності маркетингових комунікацій різноманітні за напрямками і методами. Найпоширенішими є спроби визначити їхній вплив на купівлю товару або виявити комунікативний ефект, підвищення рівня поінформованості споживача про товар під впливом реалізації інструментів маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел:

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / А.В. Войчак – К.: КНЕУ, 2005. – 119 с.
2. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2003. — 524 с.
3. Литовченко І. Л. Удосконалення класифікації засобів маркетингової комунікаційної діяльності. [Текст] / І. Л. Литовченко // ОНЕУ, 2009. №4 – С. 52 – 59.
4. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством: Навч. Посібник. – К.: ООО “Експерт”, 2001. – 384 с.
5. Пономарьова Н. М. Новітні підходи до сучасних маркетингових комунікацій [Текст] / Н. М Пономарьова, А. М Пономарьов . // ХНАДУ, 2011. №3 – С.75-86.

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дана тема є важливою в підприємницькій діяльності, оскільки маркетинг значною мірою впливає на підприємство. Маркетинг – це процес планування і практичного здійснення розробки ідей, товарів і послуг, формування цін на них, стимулювання їх збуту і розподілу для реалізації обміну, який задовольняє цілям індивідів і організацій[1]. На маркетингову результативність бізнесу впливають різні чинники:

- дослідження маркетингових активів як чинника вартості підприємства;
- дослідження в галузі результативності заходів у рамках комплексу маркетингу (товарної політики, ціноутворення, розподілу та комунікацій);
- розвиток теоретичних підходів до оцінки результативності організації: теорії ринкової вартості підприємства, теорії організаційної поведінки;
- пошук моделей формування маркетингової результативності та показників її оцінки;

Маркетингове управління підприємством – це можливість організувати його діяльність на принципах оптимального використання наявного потенціалу та отримання найбільшого прибутку з урахуванням задоволення потреб споживачів. Аналіз можливостей підприємства дає змогу отримати достовірну інформацію щодо стану активів і пасивів виробництва, здійснювати аналіз зовнішнього маркетингового середовища.

Аспекти в маркетинговім управлінні виконує супроводжуючу місію, починаючи з організаційно-підготовчої, і, закінчуючи контрольною функцією.

Комплексна система управління на основі маркетингу являє собою велику систему елементів та функцій, що забезпечує збалансованість системи управління та її ефективності. Ця структура має багаторівневий вид (рис. 1).



Рис. 1. Комплексна система управління підприємством на основі маркетингу

Отже, функції управління спрямовані на вирішення головного завдання - створення і виробництво конкурентоспроможної продукції з мінімальними витратами з метою одержання наперед визначеного прибутку.

Список використаних джерел:

1. Словник маркетингових термінів.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1732040553148/ekonomika/teoretichni_aspekti_upravlinnya_pidpriyemstvom;
3. Соловійов І.О. Агромакетинг: системна методологія, реалізація концепції / І.О. Соловійов. – Херсон: Олди-плюс, 2008. – 344 с.

УДК 339.138

*М.В. Івченко, Р.В. Склярчук, магістранти,
Науковий керівник: І.П. Потапюк, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

В даний час розвиток конкурентних відносин та випуск продукції сільського господарства відповідно до попиту населення та інших споживачів обумовлює необхідність формування механізму, який забезпечує адекватність вимогам ринку. Таким механізмом і виступає маркетинг, а саме агромакетинг.

Недостатність агромакетингової інформації, недосконалість господарського механізму, відсутність практичного досвіду роботи на ринку, необхідність розробки напрямків ефективного доведення сільськогосподарської продукції до споживача потрібної якості і потрібного обсягу основної продукції зумовлює зростання ролі маркетингу в сфері АПК, його організації та освоєння.

Результати маркетингових досліджень дадуть змогу провести аналіз ринку, вимірювання та прогнозування попиту і чинників, які його визначають; визначити способи та шляхи завоювання ринку або сегмента ринку та розрахувати ефективність впливу інструментів маркетингу.

Основне завдання ефективного ведення маркетингової діяльності у сільськогосподарських підприємствах полягає у прискоренні формування необхідної інфраструктури ринку агропродукції, яка повинна створювати рівні умови для всіх її учасників та орієнтуватися на потреби кінцевих споживачів продукції, враховуючи при цьому концепцію агромакетингу.

Основне завдання будь-яких підприємств, зокрема сільськогосподарських, – ретельне дослідження потреб споживачів товарів і послуг, збільшення попиту, отримання високих прибутків. За допомогою періодичного вивчення споживачів, їх поведінки можна ефективно організувати комплекс маркетингових комунікацій, спрямовувати його на відповідні групи населення, забезпечити можливість уникнення ризиків [3].

Виділяють наступні завдання, які покликані вирішувати організацію маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах:

- оптимізація масштабів виробництва продукції;
- максимальне задоволення потреб населення в різноманітних продуктах харчування в зоні своєї діяльності;

- випуск продуктів з високими споживчими властивостями;
- здійснення міжрегіонального обміну [2].

У своїй основі маркетинг виступає сполучною ланкою між товаровиробниками і споживачами. Його функціонування потребує вирішення комплексу питань методичного, організаційного, правового та іншого характеру.

Система управління маркетингом повинна бути цілісною, з взаємопов'язаними елементами (кадри, структура, функції, управлінські впливи, технічні засоби). У той же час вона повинна постійно вдосконалюватися на основі досягнення науки і передового досвіду.

В основу маркетингового механізму стабільного розвитку аграрного ринку має бути покладено концепцію агромаркетингу, яка розглядає виробництво та просування продукції як єдине ціле, систему, основне завдання якої полягає в задоволенні потреб споживача й отриманні максимальних прибутків. Це потребує комплексності й системності маркетингової діяльності всіх учасників у сфері товарної, цінової, комунікаційної політики. На жаль, такого досі не досягнуто, це негативно впливає на функціонування агропродовольчого ринку.

Доцільне вдосконалення процесу реалізації продукції та підвищення прибутку через створення власної мережі збутових кооперативів і маркетингових груп в агробізнесі. Це стосується підприємств, неспроможних утримувати службу маркетингу й таких, що займаються вирощуванням продукції однієї асортиментної групи.

Для підприємств, які пропонують кілька товарних одиниць для реалізації, у розробці організаційної маркетингової моделі найважливішим є визначення основних шляхів і методів ефективної організації маркетингової діяльності.

Сучасні тенденції розвитку управління маркетингом у сільськогосподарських підприємствах пов'язані з відповідними змінами ринку, які полягають у: зростанні цінової конкуренції та посиленні конкуренції загалом; підвищенні якості продукції, яку пропонують споживачеві; швидкій появі та розповсюдженні товарів-новинок; появі нових сегментів ринку; постійних змінах у структурі споживчого попиту; збільшенні каналів розповсюдження продукції; збільшенні витрат на рекламу, пропаганду і загалом на товаропросування продукції й маркетингові заходи; зростанні ролі державного регулювання економіки та вирішенні соціальних проблем; впливі європейської інтеграції та глобалізації економіки [1, с. 145].

Таким чином, для успішного функціонування ринку сільськогосподарської продукції необхідно забезпечити надійну, достовірну і своєчасну інформацію про кон'юнктуру ринку, структуру та динаміку конкретного попиту, смаки й уподобання покупців, цінову ситуацію, тобто інформацію про макро- та мікросередовище й умови функціонування агропідприємства.

Список використаних джерел:

1. Липчук В. Маркетинг: основи теорії та практики / В. Липчук, Р. Дудяк, С. Бугіль; за заг. ред. В.В. Липчука. – Львів : Новий світ – 2000 ; Магнолія плюс, 2003. – 288 .
2. Ховард К. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе: учебник для вузов / К. Ховард, Н.Д. Эриашвили, Б.А. Соловьев, Ю.А. Цыпкин; под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – С. 98.
3. <http://studentbooks.com.ua>.

ФОРМУВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ

У сучасних умовах більшість ринків характеризуються присутністю конкуренції [2].

Формуванню товарного асортименту передують розроблення асортиментної концепції. З останньою ототожнюють побудову оптимальної асортиментної структури товарного пропонування. За її основу беруть споживчі вимоги певних груп (сегментів ринку), а також необхідність забезпечити підприємству найефективніше використання сировинних, технологічних, фінансових та інших ресурсів для виготовлення продукції з низькими витратами [2]. Мета асортиментної концепції полягає в тому, щоб спрямувати підприємство на випуск товарів, які найбільше відповідають структурі та різноманітності попиту конкретних покупців. Отож, асортиментна концепція – це своєрідна програма управління розвитком виробництва та реалізації товарів. Цільова частина цієї програми стосується оптимізації структури асортименту, а програмна – передбачає систему заходів для досягнення такої структури у заздалегідь визначений період. За прискореного науково-технічного розвитку виробництва та значної диференціації потреб прогнозування тенденцій розвитку асортименту на віддалену перспективу має недостатню вірогідність. Тому прогнозуються лише головні напрямки розвитку, що допоможуть забезпечити майбутній ринковий попит [3].

Асортиментом називають певну сукупність товарів, які об'єднують за окремими ознаками (призначення, сировина, розмір, спосіб виробництва). Суть формування асортименту полягає в плануванні всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продуктів для майбутнього виробництва та реалізації на ринку, а також приведення властивостей цих продуктів у відповідність до вимог споживачів [4]. У процесі планування асортименту традиційно розв'язується питання стандартизації та диференціювання товару. Зі стандартизацією товарів пов'язують зниження витрат на виробництво, розподіл, збут і обслуговування. Завдяки цьому уніфікуються елементи комплексу маркетингу, прискорюється окупність інвестицій. Однак надто велика стандартизація товару може призвести до зниження використання потенційних можливостей ринку, недостатньо гнучкої реакції на зміни ринкових умов, уповільнення впровадження нововведень [5].

За ступенем задоволення потреб розрізняють раціональний і оптимальний асортимент. Раціональний асортимент – це сукупність товарів, які найбільшою мірою здатні задовольнити реально обґрунтовані потреби, що забезпечать максимальну якість життя, при певному рівні розвитку науки, техніки й технології. Формування раціонального асортименту потребує врахування великої кількості факторів і показників, серед яких багато нестабільних або таких, що безпосередньо впливають на зміну раціонального асортименту. Оптимальний асортимент – це сукупність товарів, які задовольняють реальні потреби з максимально корисним ефектом для споживача і мінімальними витратами на їх проектування, розробку, виробництво і доведення до споживачів. Товари оптимального асортименту мають підвищену конкурентоспроможність [6].

Нині є загальноновизнаним те, що планування та управління асортиментом – це важлива й невід’ємна частина маркетингу. Крім збуту цей процес безпосередньо зачіпає сфери виробництва, фінансування, матеріально-технічного забезпечення, а також взаємовідносини з технологічними та конструкторськими підрозділами. Тому наслідки помилок, допущених у плануванні асортименту, не можуть бути в майбутньому нейтралізовані лише політикою збуту та зусиллями реклами. Сутність управління асортиментом полягає у створенні продуктів, які споживач бажає придбати, з метою пропонування цих товарів у необхідних обсягах і своєчасно [6].

Планування товарного асортименту – це важливий засіб конкурентної боротьби. Управління асортиментом базується на координуванні взаємозв’язаних видів діяльності: науково-технічної, проектної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту. Остаточна мета планування – оптимізація асортименту з урахуванням стратегічних ринкових цілей підприємства. Залежно від обсягів збуту, особливостей продукції, цілей і завдань, що стоять перед виробництвом, формування асортименту здійснюється різними методами. Однак управління асортиментом має бути безпосередньо підпорядковане керівникові служби маркетингу [7].

Список використаних джерел:

1. Кучеренко В.Д., Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика: Підруч. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 185 с.
2. Рябуха М.С. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень/ М.С. Рябуха, А.Є. Цицоріна // Вісник ХНАУ. – 2007. – № 6 / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків, 2007. – С. 96-100.
3. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика. - Навчальний посібник. - К.: ВД «Професіонал», 2004. – 288с.
4. Павленко А.Ф. Маркетинг: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. Дисциплін/ А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2001.
5. Кошкалда І.В. Маркетингові дослідження : навч. Посібник / І.В. Кошкалда; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х., 2006. – 159 с.
5. Маркетинг : навч. посібник / В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів: Магнолія 2006, 2012. – 456 с.
6. Островський П.І. Аграрний маркетинг : навч. посібник / П.І. Островський. – К.: ЦУЛ, 2006. – 224 с.
7. Управління проектами: навч. посібник / за ред. О.В. Ульянченка та П.Ф. Цигікала. – Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2010. С.183-205. - 522 с.

УДК 339.138

*В.І. Бондаренко, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: О.В. Сидоренко, д.е.н., доцент,
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГУ

Забезпечити швидке реагування на зміни динамічного середовища, впливати на реальних і потенційних споживачів, одночасно задовольняючи їх потреби та отримуючи прибутки, можливо за умови використання маркетингу.

Маркетингова діяльність в умовах глобалізації набуває особливого значення і повинна враховувати специфіку відповідних економічних відносин.

Маркетинг є багатогранним поняттям і може розглядатися як економічний процес, філософія бізнесу, функція управління та ін. П. Друкер зазначав, що у компаній є дві по-справжньому важливі функції – маркетинг та інновації, які здатні принести компанії прибуток, а всі інші приносять збитки [5].

Вибір концептуальної моделі маркетингу підприємства сприяє формуванню його конкурентної стійкості і забезпеченню системи цілей. У ринковій економіці основним завданням, в першу чергу, є оптимальне рішення щодо забезпечення прибуткової діяльності підприємства, утримання ринкових позицій у довгостроковій перспективі, задоволення потреб у високоякісній, безпечній продукції. Важливим також є уникнення негативного впливу діяльності підприємства на навколишнє середовище. В цьому плані корисним для вітчизняних товаровиробників є досвід іноземних підприємств, що переходять до впровадження так званої концепції «екологічної стійкості», що дає можливість підтримувати прибуткову діяльність без шкідливого впливу на екологію.

Враховуючи таку різноаспектність маркетингу, сформовано декілька підходів щодо управління ним. Зокрема, виділяють п'ять основних: вдосконалення виробництва і товару, інтенсифікація комерційних зусиль, чистий та соціально-орієнтований маркетинг [6].

Зазначені концепції відображають процес еволюції розуміння маркетингу, способів та прийомів його реалізації на практиці. Крім того, варіюють вони також і за визначенням цілей компанії та місцем потреб споживачів в ієрархії цих цілей.

При застосуванні концепцій вдосконалення виробництва і товару до уваги беруться лише можливості виробника. При цьому, у першому випадку головною конкурентною перевагою вважається відносно низька ціна продукції, а в другому – відмінні, унікальні якості товару. Застосування такої практики можливе за виключних умов значного перевищення попиту над пропозицією, відсутності товарів субститутів. В іншому випадку дотримання цих концепцій неминуче призведе до втрати позицій фірми на ринку.

Концепція інтенсифікації комерційних зусиль ґрунтується на інтенсивному просуванні товарів, що виробляє підприємство.

Концепція чистого маркетингу ґрунтується на виробництві товарів, які відповідають потребам споживачів, а маркетинговий інструментарій спрямований на дослідження цих потреб, їх передбачення.

Новітньою концепцією управління маркетингом є концепція соціально-орієнтованого маркетингу, виникнення якої викликано включенням до системи відносин «виробник–споживач» такої ланки, як «суспільство взагалі». Ця концепція орієнтована на створення власного позитивного іміджу перед споживачами у якомога довшій перспективі. На другий план відходить власне задоволення потреби із переміщенням акцентів до підвищення загального благополуччя суспільства. Дотримання такої концепції надає суттєву конкурентну перевагу вже сьогодні, а з перспективою може стати визначальною. Кожне підприємство, яке прагне до виходу з власною продукцією на міжнародні ринки, бажає бути конкурентоспроможним, а, відповідно, не може обійти сучасні досягнення практики ведення бізнесу.

У сучасній практиці управління маркетингом на підприємствах використовують всі п'ять вищенаведених концепцій залежно від наявних потреб підприємства та ситуації, що сформувалась у зовнішньому середовищі. При цьому не можуть бути

залишені осторонь як потреби кожного окремого споживача, так і громадськості взагалі.

Найновішою тенденцією маркетингових інновацій є комплексний підхід і швидке реагування на зміни оточуючого середовища, дотримання принципу холізму.

Мова йде про концепцію холістичного (цілісного) маркетингу. Фундаментом цієї концепції є планування, розробка та впровадження маркетингових програм, процесів і заходів з урахуванням їх широти і взаємозалежності. За словами її автора Котлера Ф., він більш цілісно, холістично розглядає соціальний простір, у якому знаходяться споживачі, власники та співробітники компаній [3].

Холістичний маркетинг визнає, що в маркетинговій справі важливо все, і тому актуальним стає саме розширений, інтегрований підхід до вирішення того чи іншого питання. Дана концепція зводиться до зміни ролі маркетингу в організації. Традиційно маркетологи відігравали роль посередників, до їх обов'язків входило вивчення потреб споживачів і передача цієї інформації різним функціональним підрозділам організації. Але сьогодні у великих структурованих підприємствах кожний функціональний підрозділ може безпосередньо взаємодіяти з покупцями. Маркетингова служба втратила монополію на взаємодію з клієнтами. Перед нею поставлено завдання інтеграції всіх процесів, які пов'язують фірму і по-купця, щоб покупці бачили цілісний образ компанії [3, с. 632].

Загалом виникнення холістичного маркетингу пов'язане із застосуванням принципу холізму в теорії та практиці маркетингу. Поняття «холізм» походить від грецького «холос» (ціле). Під холізмом розуміють позицію у філософії та науці щодо співвідношення цілого та його частин, відповідно до якої ціле – завжди більше, ніж сума його частин. Складовими холістичного маркетингу більшість науковців називає чотири основних елементи: маркетинг взаємовідносин, інтегрований маркетинг, внутрішній та соціально-відповідальний маркетинг [2] (рис. 1).

Використання холістичного маркетингу дозволяє сформувати на підприємстві цілісний механізм маркетингової діяльності для узгодженої взаємодії його структурних підрозділів. Як цілісну концепцію сутність холістичного маркетингу формують такі управлінські процеси [1]:

- планування, розроблення та впровадження маркетингових програм на основі інтегрованого підходу
- підтримання тривалих відносин між економічними суб'єктами власності;
- інтегроване використання засобів маркетингових комунікацій;
- визначення складових та формування споживчої цінності продуктів (послуг).



Рис. 1. Складові холістичного маркетингу [4]

Отже, маркетологи все більше усвідомлюють потребу у всеохоплюючому, комплексному підході, не обмеженому традиційними принципами тієї чи іншої маркетингової концепції. В результаті, концепції маркетингу еволюціонували від виробничого до соціально-орієнтованого. Найновішим є холистичний маркетинг – маркетинг, де робиться спроба визнати і збалансувати різні компетенції та складності маркетингової діяльності. Це особливий, цілісний спосіб мислення.

Холистичний включає 4 компоненти: інтегрований маркетинг, внутрішній маркетинг, соціально-відповідальний маркетинг і маркетинг взаємовідносин. Використання концепції холистичного маркетингу в бізнесовій практиці здатне принести додаткові конкурентні переваги, сприяти отриманню прибутків та істотно підвищити ефективність функціонування бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Бойко М., Супрунова Є. Холистичний маркетинг на підприємствах готельного господарства / М. Бойко, Є. Супрунова // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - 2013. - № 1. - С. 55-64.
2. Борзаковська Л.В. Концепція холистичного маркетингу: сутність та теоретичне підґрунтя / Л. В. Борзаковська // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2013. - № 2. - С. 85-94.
3. Котлер Ф., Котлер К. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Котлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Вид-во Хімджест, 2008. – 720 с.
4. Могильний О. Спільна аграрна політика Європейського Союзу щодо сталого сільського розвитку: уроки для України / О. Могильний // Економіка АПК. – 2004. – № 7. – С. 3–4.
5. Питер Ф. Друкер. Управление, направленное на результат: пер. с англ. / Питер Ф. Друкер ; под. ред. В.И. Евсевича. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1991. – 191 с.
6. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Вероника Вонг, Джон Сондерс, Гари Армстронг. – 4-ое европейское изд. – М.: Вильямс, 2007. – 1200 с.

УДК 339.138 (477)

*А.І. Новоселець, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: М.С. Пономарьова, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СКЛАДУ

В умовах розвитку ринкових відносин, становлення економіки та функціонування підприємств, що базуються на засадах маркетингу, велика увага повинна приділятися формуванню цілісної, науково обґрунтованої системи організації, формування та управління підприємством в сучасних умовах. Такою системою, на наш погляд, може стати маркетингове управління діяльністю підприємства, тобто створення та функціонування таких підприємств, які б найбільш задовольняли потреби та попит на ринку, могли гнучко та адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому ринковому становищі, підвищували прибутковість виробництва та діяльності підприємства в цілому. Процес реформування економіки України відбувається в умовах глибокої кризи більшості її галузей, в тому числі агропромислового виробництва. З огляду на це, виникає нагальна потреба в ринковій переорієнтації

підприємств [1]. Для здійснення ефективного управління маркетинговою діяльністю на сільськогосподарському підприємстві потрібно застосовувати комплексний підхід, що базується на поетапній організації системи управління маркетингом [6]. Маркетингова діяльність має всебічний та вичерпний характер і охоплює значно більше коло питань. Підприємства, які не використовують маркетинговий підхід у своїй діяльності, ризикують втратити власні позиції на ринку. Адже без його постійного та системного аналізу, передусім покупців і конкурентів, агропідприємство не зможе вчасно реагувати на зміни та коливання попиту споживачів, їх смаки та вподобання, динаміку цін, а отже, не зможе розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів і забезпечення певних конкурентних переваг. Також без використання маркетингових досліджень та заходів зі створення позитивного іміджу фірми та залучення нових клієнтів підприємство не матиме шансів на розвиток [2]. Закономірність розвитку і найбільш успішного досягнення основних цілей маркетингу в системі АПК обумовлює необхідність застосування комплексного підходу до формування та функціонування структур агропромислового маркетингу. Орієнтація підприємств і системи управління АПК на маркетинг дозволяє знизити роз'єднаність маркетингових структур різних сфер АПК. Разом з тим неухильне дотримання мети задоволення динамічно розвиваються інтересів споживачів дає можливість підприємствам системи АПК вдосконалювати якість виробленої продукції і, в кінцевому підсумку, підвищувати ефективність своєї виробничо-збутової діяльності. Все це підвищує значення маркетингу в системі управління АПК України. Крім цього, значення маркетингу обумовлено тим, що суттєвою компенсацією нестачі ефективних управлінських рішень щодо зниження диспаритету в обміні між сільським господарством та промисловістю може послужити здійснюване на його основі зміцнення ринкових позицій АПК і підвищення загальної економічної ефективності підприємств агропромислового комплексу [3].

Маркетингове управління діяльністю підприємства – це процес аналізу, розробки та втілення в життя засобів, які розраховані на встановлення, укріплення та підтримку вигідних обмінів з покупцями для досягнення головної мети підприємства – отримання прибутку, росту обсягів збуту, збільшення частки ринку тощо. Система маркетингу знаходиться в постійній взаємодії з зовнішнім середовищем. Фактори зовнішнього середовища можна розділити на ті, які піддаються впливу зі сторони керівництва і служби маркетингу, і фактори, які не піддаються управлінському впливу. В умовах ринку забезпечення успішного функціонування системи сільськогосподарського маркетингу в різних організаційно-правових господарських структурах повинно враховувати всі фактори впливу на підприємства мікро- та макросередовища.

В економічно розвинених країнах в останнє десятиріччя з'явилися тенденції посилення значущості проблем підвищення якості життя, як основної мети соціально-етичного маркетингу, і приділення цій концепції все більшої уваги з боку держави та різних суспільних й громадських організацій. Спостерігається подальше розширення використання ідей маркетингу при рішенні найрізноманітніших проблем життя суспільства – причому, як на міждержавному рівні, національному і регіональному (макрмаркетинг), так і на рівні окремих організацій (мікрмаркетинг). На нашу думку, специфіка системи АПК як сектора народногосподарського комплексу накладає істотний відбиток на характер агропромислового маркетингу і формує сукупність проблем, специфічних для даної галузі економіки. Дійсно, пошук шляхів більш повного задоволення купівельних потреб в продуктах АПК, пов'язаний з

розвитком маркетингу, повинен привести до збільшення діапазону використання природно-кліматичних ресурсів регіону [4]. Побудова ефективної системи аграрного менеджменту представляється найбільш успішним і реально досяжним в умовах масової орієнтації підприємств системи АПК на застосування концепції маркетингу, коли настройка підприємницького комплексу на меті задоволення потреб ринку природним чином формує сукупність основних цілей і завдань. На зміну неефективній системі господарських зв'язків і управління, що перешкоджає впровадженню і застосуванню концепції маркетингу, повинна прийти нова система аграрного менеджменту, яка ґрунтується на принципових положеннях ринкової економіки і взаємодії її суб'єктів, дослідженнях ринку і акцентуації управління господарською діяльністю [5].

Маркетинговий механізм управління виробництвом на аграрних підприємствах повинен відповідати наступним вимогам: забезпечувати єдність перспективних і поточних завдань підприємства; реалізувати маркетингові принципи управління виробництвом; сприяти максимальному використанню всіх ресурсів та скороченню витрат виробництва; стимулювати працівників до впровадження ресурсозберігаючих технологій і передових методів виробництва; забезпечувати ефективну систему планування, регулювання, контролю та оперативного управління виробництвом.

Таким чином, маркетинг в системі АПК набуває значення однієї з найважливіших функцій господарської діяльності агропромислового підприємства. Для досягнення максимальної економічної ефективності сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах агромаркетингу необхідно делегувати функції ціноутворення, формування товарної політики, управління каналами реалізації продукції, ведення оптової та роздрібною торгівлі, реклами, проведення ринкових досліджень [7].

Список використаних джерел:

1. Соловійов І.О. Агромаркетинг: системна методологія, реалізація концепції / І.О. Соловійов. – Херсон: Олди-плюс, 2008. – 344 с.
2. Ковбас І.М. Управління аграрним підприємством на основі маркетингу http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Inek/2012_7/218.pdf.
3. Закшевская Е.В. Совершенствование системы управления аграрным производством на основе риск-менеджмента и маркетинга / Е.В. Закшевская, Т.В. Савченко// Агропромышленный потенциал региона: состояние, проблемы, решения: Сборник научных трудов. – Елец: ФГБОУ ВО Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2012. – С. 89-98.
4. Чарыкова О.Г. Методологические аспекты развития аграрного маркетинга в АПК / О.Г. Чарыкова // Актуальные проблемы развития экономики АПК Черноземья: Сборник научных трудов. – Воронеж: ФГБНУ НИИЭОАПК ЦЧР России, 2010 – С. 30-49.
5. Греков Н.И. Управление и маркетинг в АПК. / Н.И. Греков. – Мичуринск: Изд. МичГАУ, 2006. – 67 с.
6. Рябуха І.С. Обґрунтування товарної стратегії підприємства та пошук шляхів підвищення маркетингових позицій підприємства / І.С. Рябуха // Бізнес-навігатор. Міжнародний університет бізнесу і права. 2014 № 3. С. 12-18.
7. Рябуха І.С. Розробка комплексу маркетингу та поліпшення маркетингової діяльності на базі Товариства з обмеженою відповідальністю «Новоолександрівське» Вовчанського району Харківської області / І.С. Рябуха // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки» № 6., 2013. С. 196-204.

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В настоящее время современное общество демонстрирует внутреннюю истощенность идеи неуклонного прогресса, связанной с непрерывным ростом производства, что приводит к глобальным проблемам. Социальная деятельность предприятия и его деловая репутация взаимосвязаны между собой, поэтому на данном этапе развития производственных отношений вопрос социальной ответственности бизнеса выдвинут на первый план. Компанию, которая гарантирует качество и безопасность реализуемой продукции и услуг, инвестирует социальные программы, тем самым обеспечивая социальные гарантии своим работникам, в перспективе ожидает благоприятное социальное окружение, а вследствие этого и устойчивое финансово-экономическое положение.

Феномен социальной ответственности бизнеса уже давно привлекает внимание социологов, экономистов, политологов, специалистов в области стратегического маркетингового управления, а также самих предпринимателей. Сегодня социально-этический маркетинг становится новой составляющей концепции функционирования предприятий, для которых социальные инициативы приобретают определенную значимость в числе факторов, предопределяющих их прибыльность и коммерческий успех [1].

Социальный маркетинг – основной инструмент реализации политики социальной ответственности бизнеса, способный «сочетать несочетаемое»: экономическую эффективность и затраты на производство социальных благ.

Концепция маркетингового управления оказалась недостаточной для условий, в которых действует социально ответственный бизнес. Этические нормы и правила в бизнесе, порожденные общечеловеческими ценностями, начинают играть в глазах потребителей очень большое значение, и бизнес не может не учитывать этого, адекватно отвечая на вызов времени социализацией своей деятельности. На смену социально ориентированной экономике приходит «социальная экономика», которая нуждается в иных ориентирах и координирующих инструментах, нежели традиционный бизнес. Именно поэтому на смену концепции маркетингового управления, основанной на идее максимизации прибыли за счет максимального удовлетворения потребностей, приходит концепция социального маркетинга, основанная на стремлении дать возможность получения прибыли тем, кто в этом жизненно нуждается и не является конкурентом.

Социальный маркетинг выступает инструментом согласования интересов между всеми субъектами рынка – участниками социально ответственного бизнеса. Социально-этический маркетинг и социально ответственный маркетинг являются разновидностями (формами проявления) социального маркетинга в практической деятельности предприятий, которые акцентируют внимание лишь на одной из сторон деятельности социально ответственного бизнеса, доминирующей в тот или иной период производственно-хозяйственной деятельности.

Социальная ответственность бизнеса, рассматриваемая как добровольная

обязанность бизнесменов проводить деловую политику в соответствии с потребностями общества и готовность субъектов бизнеса разделить с обществом всю полноту ответственности за социально-экономическое состояние страны, реализуется через социальные конкурентные преимущества.

Хотя бизнес априори считается социально ответственным, тем не менее таковым он становится не сразу. Как показывает мировая практика, социальная ответственность бизнеса как форма добровольной деятельности бизнеса реализуется в системе корпораций. Поэтому неслучайно на смену понятия «социально ответственный бизнес» приходит новое понятие «корпоративная социальная ответственность».

Корпоративная социальная ответственность делает акцент на социальную деятельность корпораций. Широко обсуждаются проблемы социально ответственного поведения бизнеса, его роли в социально-экономическом развитии страны, возможностей и эффективности взаимодействия с местным сообществом. Формулировки принципов внутренних стандартов социально ответственного поведения стали неременным атрибутом сайтов крупных компаний, готовятся социальные годовые отчеты. В продвижении лучших практик корпоративной социальной ответственности подключились правительственные, общественные и международные организации наиболее развитых стран мира.

Таким образом, существуют структурные взаимосвязи концепций социально ориентированного маркетинга и корпоративной социальной ответственности бизнеса, так как обе направлены на формирование социальных конкурентных преимуществ [2].

Список использованной литературы:

1. Могилевская О. Ю. Система корпоративной социальной ответственности как фактор устойчивого экономического развития промышленной компании / О. Ю. Могилевская // Экономика и государство. – 2014. – № 1. – С. 43-46.
2. Новичков А.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночных отношений / А.В. Новичков, А.А. Сарафанников. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 305 с.

УДК 331.101

*О.Є. Постнікова, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: М.С. Пономарьова, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У період світової кризи основною проблемою для підприємств є проблема виживання й забезпечення розвитку. Підприємствам в умовах кризи і жорсткої конкуренції та ситуації, що швидко змінюється, доводиться не тільки зосереджувати увагу на стані внутрішнього середовища підприємства, а й розробляти довгострокову політику, яка давала б їм змогу функціонувати адекватно до зовнішніх змін. Тому виникає необхідність дослідити особливості ціноутворення та цінової політики на рівні підприємства, що, передбачає використання маркетингового підходу, ризик менеджменту в роботі підприємств провідних галузей.

У сучасній літературі виокремлено дві основні концепції стратегії - філософську та організаційно-управлінську [1]. Філософська концепція наголошує на загальному значенні стратегії для підприємства. З огляду на це, стратегію можна розглядати як філософію, якою повинно керуватися підприємство, що її має. З цієї точки зору, стратегія - це позиція, спосіб життя, що не дає зупинитися на досягнутому, а орієнтує на постійний розвиток; інтегральна частина менеджменту, що дозволяє усвідомити майбутнє; процес мислення, інтелектуальні вправи, які потребують спеціальної підготовки, навичок і процедур; відтворювана цінність, що дає змогу досягти найкращих результатів активізацією діяльності всього персоналу [2].

Організаційно-управлінська концепція стратегії пов'язана з конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності на підприємстві. До такого підходу наближається таке визначення: «Стратегія - це загальний, всебічний план досягнення цілей». Ототожнення стратегії й плану впливає з теорії ігор, де стратегія - це план дій у конкретній ситуації, що залежить від вчинків опонента. Відомий спеціаліст зі стратегічного управління А.Томпсон поєднує планові засади стратегії з поведінковими аспектами організації [3].

Можливість підприємства конкурувати на певному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції і сукупності економічних методів діяльності. Цінова конкуренція як шлях забезпечення конкурентоспроможності продукції має на увазі реакцію підприємства на цінові стратегії конкурентів. У ринковій економіці інформація про ціни за конкретними угодами, частіше за все, є комерційною таємницею виробника, і отримати таку інформацію дуже складно. Тому підприємство, щоб передбачити зміни цін на конкурентному насиченому ринку, повинно за допомогою всіх доступних йому джерел інформації вникнути в положення конкурента та намагатися поглянути на свої майбутні цінові зміни його очима. Або ж вивчити так звану ціну байдужості, тобто ціну, за якої покупцю буде байдуже, чий товар купувати. Виявивши її, можна планувати таку стратегію ціноутворення, за якою покупці віддадуть перевагу продукції вашого підприємства. Важливим кроком при цьому є аналіз пропозиції і цін конкурентів, якості їх продукції. Встановлення ціни є найважливішим моментом у процесі реалізації продукції, оскільки від її величини залежить обсяг продажу, що безпосередньо впливає на фінансові результати підприємства. Тому необхідно враховувати такі особливості при ціноутворенні:

1. Методика формування цінової політики повинна індивідуально розроблятися для кожної товарної групи чи навіть окремого товару (необхідно враховувати особливості ціноутворення окремих галузей промисловості);

2. Здійснення ефективного менеджменту та пріоритетних напрямків розвитку товарообороту;

3. Врахування стану кон'юнктури споживчого ринку та фактори, які впливають на ціну товару;

4. Здійснення активної цінової політики на ринку;

5. Здійснення ефективної маркетингової політики. Коли споживачі не купують продукцію чи не користуються послугою підприємства, не потрібно знижувати ціну на товар. Варто змінити маркетингову політику, щоб виправдати ціну на товар.

6. Необхідно передбачити на майбутнє ініціативні зміни цін. Тобто підприємство може допустити такі відхилення від політики ціноутворення як: заплановані цінові знижки; торгові знижки; заплановані знижки цін як засоби стимулювання збуту; незаплановане низьке зниження цін – «цінова війна».

7. Важливе значення має швидкість реагування розробленої цінової політики на зміни внутрішніх умов розвитку підприємства та факторів зовнішнього середовища.

На сучасному етапі конкуренція ведеться насамперед між гігантськими об'єднаннями, всередині них, а також між підприємствами монополістичного сектора економіки та різних форм власності [8]. Сучасні умови господарювання, за яких виникають кризові явища, обумовили необхідність формування нового підходу до рішення проблем управління виробництвом та реалізацією товарів і послуг. Ціноутворення на підприємстві в умовах ринкової економіки тісно пов'язано з його цілями у сфері комерційної діяльності. Підприємства можуть мати різні цілі й, відповідно, впроваджувати різну цінову стратегію.

Існують різні точки зору щодо визначення цінової стратегії. Існує думка, що стратегія ціноутворення це набір методів, за допомогою яких можна реалізувати на практиці принципи, яких збирається дотримуватися підприємство у сфері встановлення цін на свої товари або послуги [4]. Цінова стратегія визначається як узагальнена модель дій у сфері ціноутворення, що відповідають цілям підприємства і спрямовані на досягнення його довгострокових стратегічних конкурентних переваг з мінімальними витратами. Слід зазначити, що свій розвиток концепція стратегії цін отримала в рамках стратегічного маркетингу в 70–90 рр. минулого століття.

Розробка цінової стратегії підприємства – це складний процес. Як правило, він поділяється на два етапи: формулювання стратегії і реалізація стратегії. На етапі формулювання цінової стратегії на підприємстві відбувається ідентифікація цілей і розробка стратегічних планів досягнення цих цілей. У процесі вироблення цінової стратегії важливість управлінських рішень обумовлюється врахуванням таких факторів: назначена ціна безпосередньо визначає рівень попиту і об'єм продажу.

Надто висока ціна може підірвати успіх товару. У зв'язку з цим, великого значення набуває вимірювання цінової еластичності, хоча це досить важко здійснити; ціна продажу безпосередньо визначає рентабельність усієї діяльності, не тільки встановлюючи рівень прибутку, але й фіксуючи, через об'єм продажу, умови, в яких досягається окупність витрат в межах заданого часового горизонту.

Невелика зміна ціни може дуже сильно вплинути на рентабельність; ціна продажу впливає на загальне сприйняття товару або марки і робить свій вклад у позиціонування марки в очах потенційних покупців. Покупці, особливо в секторах споживацьких товарів, реагують на ціну як на сигнал. Ціна нерозривно пов'язана з якістю і є однією зі складових іміджу марки, більшою мірою, ніж інші компоненти маркетингу цін [5].

Найменша зміна ціни буде швидко помічена ринком і, як наслідок, може порушити ринкову рівновагу. Ціна є вимушеною крапкою контакту між конкурентами; цінова стратегія повинна бути сумісною з іншими складовими стратегії маркетингу [7].

У ціну повинні бути закладені витрати на рекламу і просування товару, на упаковку, що зміцнює позиціонування товару. Цінова стратегія також повинна враховувати стратегію збуту, яка передбачає відповідні торгові націнки, що необхідні для досягнення цілей з охоплення ринку [6].

Розробка цінової стратегії потребує глибокої аналітичної роботи. При її розробці слід враховувати як оперативні, так і перспективні цілі діяльності підприємства. Стратегія ціноутворення повинна ґрунтуватися на можливостях і сильних сторонах підприємства з урахуванням стратегічних проблем, що впливають із загроз з боку зовнішнього середовища і слабких сторін підприємства, тобто її розробленню має

передувати встановлення співвідношення: стратегія – середовище. Основними передумовами формування ефективної цінової стратегії є орієнтація на споживачів, урахування їх конкурентоспроможності та цінової чутливості, диференційоване визначення рівнів торговельної надбавки, комплексне та постійне дослідження факторів, які впливають на цінову політику, моніторинг цін конкурентів, забезпечення гнучкості та адаптивності роздрібних цін, розробка та управління ними.

Цінова стратегія може бути визнана успішною в тому випадку, якщо вона дозволяє: відновити або поліпшити позицію підприємства на конкурентному ринку цього виду товару (внутрішньому чи зовнішньому), збільшити чистий прибуток і рентабельність підприємства, що впливатиме на зростання його вартості.

Список використаних джерел:

1. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент : навч. посібник / О. М. Скібіцький. – К. : Центр навчальної літератури, 2006.
2. Костюченко В. М. Цінова стратегія як інструмент управління підприємством у період очікування// Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Національна наукова бібліотека України – 2013.
3. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи. ЮНИТИ, 1998.
4. Підприємництво : навч. посібник для вузів / В. А. Подсолоненко, А. Ф. Процай, Т. Л. Миронова та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 612 с.
5. Васильківський Д. М. Формування стратегічних рішень щодо управління процесом підвищення економічного потенціалу підприємства /Д. М. Васильківський // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4. – 468 с.
6. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П. Я. Попович. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 454 с.
7. Управління проектами: навч. посібник / за ред. О.В. Ульянченка та П.Ф. Цигікала. – Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2010. С.183-205. – 522 с.
8. Рябуха М.С. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень/ М.С. Рябуха, А.Є. Цицоріна // Вісник ХНАУ. – 2007. – № 6 / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків, 2007. – С. 96-100.

УДК 65.01: 658.8

*О.О. Пігур, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: М.С. Пономарьова, к.е.н. доцент,
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва*

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ ГЛОБАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Відомі американські маркетологи Верн Тернстра і Рави Сарати запропонували наступне визначення: “Міжнародний маркетинг складається у виявленні та задоволенні потреб глобального споживача краще, ніж це можуть зробити як національні, так і зарубіжні конкуренти при координації маркетингової діяльності в рамках обмежень з боку глобального навколишнього середовища” [1].

З цього можна зробити висновок, що міжнародний маркетинг – це вид

діяльності, спрямований на задоволення потреб, засобами збуту продукції або надання послуг на зарубіжних ринках.

Найбільш поширене і загальне визначення маркетингової стратегії було сформовано Н. В. Куденко, яка говорить, що «це широкомасштабна програма досягнення найголовніших маркетингових цілей фірми. Розробка маркетингової стратегії припускає визначення цільового сегмента ринку, розробку адекватного йому комплексу маркетингу, визначення тимчасових періодів до основних заходів і рішення питань фінансування. Згідно з цим трактуванням виділяють такі елементи маркетингової стратегії, як товарна, цінова, комунікаційна стратегія і стратегія просування» [2].

Стратегія міжнародного маркетингу була сформована на базі концепції стратегічного менеджменту з метою підвищення ефективності управління підприємством в умовах підвищення ризику. Формування організаційної структури маркетингової системи підприємства, а також визначення форм і видів її взаємозв'язку з іншими підрозділами підприємства.

У залежності від поставлених цілей і засобів їхнього досягнення можна виділити кілька видів стратегій: стратегія завоювання або розширення частки ринку; стратегія інновацій; стратегія диференціації продукції; стратегія зниження витрат виробництва; стратегія виживання; стратегія індивідуалізації споживача. Реалізація ринкової стратегії припускає вибір засобів і методів досягнення поставлених цілей: вибір цільових ринків, методів і часу виходу на них, визначення перспективної ефективності виробництва і збуту шляхом розробки програм маркетингу [3].

Зараз вже розробляються сучасні моделі і тенденції розвитку стратегічного маркетингу [4]. На мій погляд, слід зазначити наступні:

1) Концепція «інтелектуального лідерства» (Г. Хемел і К.К. Прахолад) – затверджує, що перспективи фірми залежать від лідерства не на функціонуючих ринках, а на майбутніх, тобто формуючи потреби споживача створювати собі ринок.

2) М. Греси і Ф. Вирсена пропонують при розробці маркетингової стратегії визначити свою унікальну цінність і перетворити її на довгострокову стратегію.

3) «Коеволюція» Дж.Мура, переносить закони живої природи на бізнес і на перший план виносить не конкуренцію, а співробітництво.

При виборі стратегій необхідно враховувати наступні критерії [5]: ресурси фірми; ступінь однорідності продукції; етапи життєвого циклу товару; ступінь однорідності світового ринку; маркетингові стратегії конкурентів.

Особливості стратегій міжнародного маркетингу полягають в тому, що вони мають враховувати більшу кількість факторів, ніж національний маркетинг. Міжнародний маркетинг має враховувати такі фактори, як політичний устрій держав, національні валютні системи, національне законодавство, економічну політику держави, мовні, культурні, релігійні, побутові і інші звичаї [6]. Також до особливостей стратегій міжнародного маркетингу належать: можливість вибору ринку та виходу з нього; підвищена складність розуміння причинно наслідкових зв'язків; більш високі вимоги до маркетингової інформації, що ускладнюється складнощами в отриманні адекватної та своєчасної маркетингової інформації усіх рівнів; висока складність утримання частки ринку через більш напружену конкурентну боротьбу; багатовекторність маркетингових цілей щодо конкретних закордонних ринків.

Таким чином, при побудові стратегії міжнародного маркетингу необхідно враховувати фактори та чинники усіх рівнів системи міжнародних відносин, тому

що при виході на ринок іншої країни обов'язково необхідно аналізувати особливості не тільки ринкового характеру, а і стан національної економіки країни, де розташовано цільовий ринок, а саме митне регулювання, баланси міжнародних розрахунків, політичні ризики тощо. Найперше, з чим зіштовхується компанія при виході на зовнішній ринок – це вибір форми виходу. Найбільш розповсюдженими формами є: експорт, спільна підприємницька діяльність і пряме інвестування [7]. Основними напрямками спрямування дії механізму конкурентостійкості сільськогосподарських підприємств як запоруки стратегічного розвитку національної економіки є як забезпечення конкурентоспроможного становища підприємства на ринку (підвищення ефективності використання конкурентного потенціалу, збільшення обсягів замовлень від існуючих споживачів, підвищення якості продукції, нарощення виробничих потужностей, стійке збільшення прибутку), так і забезпечення конкурентостійкості у просторі і в часі тощо [8]. Виходячи на зовнішній ринок, а потім, підсилюючи на ньому свої позиції, підприємство відчуває потребу в ясного розумінні механізмів поведінки покупців і посередників, дій конкурентів, державних організацій і інше, тому що завдяки такому розумінню народжується здатність до адаптації на зарубіжних ринках – запорука подальшої ефективної діяльності на них. Далі здійснюється розробка комплексу міжнародного маркетингу і приймається рішення про його адаптацію. Після розробки комплексу маркетингу, керівництво, як правило, організовує команду для втілення стратегії в життя [4,с.218]. Варто також пам'ятати про оцінку результатів і методах контролю за досягненням поставлених цілей.

Таким чином, при виході на зовнішній ринок компанія зіштовхується з наступними стратегічними альтернативами:

- вибір ринків збуту;
- вибір форми виходу;
- позиціонування товару на ринку і розробка комплексу маркетингу для нього.

Висновки: розглянуто методики розробки стратегії міжнародного маркетингу та особливості ринку товарів промислового призначення. Міжнародний маркетинг є одним з головних інструментів, які сприяють успішній діяльності підприємств на зовнішніх ринках. В умовах інтеграції у світовому господарстві, він робить можливим пристосування до окремих зарубіжних ринків та одержання конкурентних переваг на них. При виході на зовнішні ринки підприємство має розробити таку стратегію, щоб вироблена продукція, пройшовши усі етапи виробничого процесу, знайшла свій шлях до кінцевого споживача закордоном.

Список використаних джерел

1. Черенков В.И. Международный маркетинг: Учебное пособие – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2003. – 848 с.
2. Куденко, Н. В. Маркетингові стратегії фірми [Текст]: монографія / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
3. Маркетинг / Учебник под ред. Романова А.Н. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
4. Циганкова Т.М. Сучасні моделі та тенденції розвитку стратегічного маркетингу//Маркетинг в Україні – 2004. - №2(24) – с. 31-36.
5. Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг – Основы маркетинга. Пер. с англ. 2-е Европ. Изд. – М.: СПб; К.; Издат дом “Вильямс”, 2000. – 944 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. – Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий: Учебник для вузов / пер. с англ. под ред.

Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Пеньковой Е.М – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

8. Пономарьова М.С. Конкурентостійкість сільськогосподарських підприємств як запорука стратегічного економічного розвитку / М.С. Пономарьова // Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки». – 2016. – № 1. – С. 285-295.

СЕКЦІЯ 7

Інформаційні технології в управлінні підприємством

УДК 65.014.1

В.Л. Вороніна, к.е.н.,

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ефективне функціонування підприємств України потребує впровадження нового інформаційного забезпечення. Сьогодні інформаційний ресурс стає найбільш важливим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств у ринковому середовищі.

В сучасних умовах функціонування підприємства потребують підвищення рівня інформаційного забезпечення чому сприяє формування та розвиток інформаційних систем управління. Особливо це стосується сільськогосподарських підприємств, де виробництво характеризується суттєвим рівнем невизначеності, ризику, розгалуженості технологічних операцій у просторі і часі тощо. Це дає підстави до висновку, що саме облікова функція управління підприємством формує його інформаційне забезпечення.

Питання організації інформаційного забезпечення управління розглянуто в працях як вітчизняних так і зарубіжних вчених, зокрема в працях Р. Абдєєва, І. Белебева, І. Босака, М. Денисенко, І. Карекоса, М. Пушкаря, М. Рогози, Т. Пітерса, В. Савчука, М. Чумаченко В. Шевчука, Д. Хана та інших вчених. Водночас багато питань залишаються нерозкритими і потребують поглибленої розробки щодо розуміння поняття інформаційного забезпечення та його впровадження.

Будь-який процес управління починається зі збору, обробки, обслуговування, зберігання та передачі інформації з метою аналізу одержаних результатів для підготовки, обґрунтування й прийняття управлінських рішень. В результаті буде отриманий структурований підсумок діяльності для оцінки та узагальнення результатів бізнес-процесів, розроблені рекомендації для максимізації доходу та підвищення вартості компанії.

Для менеджменту інформація є ключовим ресурсом, це особлива економічна категорія, доступ до якої дозволяє узгодити інтереси зовнішніх користувачів з виконанням місії компанії, отриманням економічного блага, що реалізується через збільшення вартості бізнесу на агресивному конкурентному ринку.

Управлінська інформація представляє собою сукупність певним чином упорядкованих, опрацьованих і проаналізованих корисних відомостей. Для того щоб відомості набули статусу управлінської інформації, вони повинні пройти аналітико-синтетичну обробку.

Варто відзначити що, чим повніше і достовірніше інформація, чим оперативніше і якісніше її опрацьовано, тим вище обґрунтованість і потенційна ефективність управлінських рішень і дій [1].

Інформаційне забезпечення управління – це сукупність реалізованих рішень щодо

обсягів інформації, її якісного та кількісного складу, розміщення і форм організації. При цьому метою інформаційного забезпечення управління є своєчасне надання необхідної і достатньої інформації для прийняття управлінських рішень, що забезпечують ефективну діяльність як підприємства в цілому, так і його структурних підрозділів [2].

Узагальнюючи погляди науковців на означення інформаційного забезпечення, О. Кузьмін та Н. Георгіаді виокремлюють такі три основні підходи [3]:

1. Інформаційне забезпечення – процес задоволення потреб конкретних користувачів інформації;

2. Інформаційне забезпечення – комплекс заходів зі створення і функціонування інформаційної системи;

3. Інформаційне забезпечення – комплекс засобів і методів оформлення документації, організації збереження даних, кодування і пошуку інформації про стан і поведінку систем і підсистем управління підприємством.

О. Кузьмін та Н. Георгіаді [3, с. 64] схильні розглядати інформаційне забезпечення як систему якісних і кількісних показників, що характеризують рівень задоволення суб'єктів управлінської діяльності управлінською інформацією та інформаційним технологіями з метою реалізації інформаційною системою встановлених цілей та завдань.

Виділяють чотири основні складові в системі інформаційного забезпечення управління підприємством: інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення [4].

Ми погоджуємося з висновком Л. Веретіна [5] про те, що розглядаючи показники інформаційного забезпечення в аспекті управління підприємством, можна вирішити наступні питання:

1. Визначати продуктивність підприємства, динамічні зміни за відповідними показниками. Для цього визначають кінцеві величини, що характеризують діяльність конкретного підприємства конкретної галузі, це і повинно стати критичними значеннями показників. Так, для забезпечення зміни продуктивності підприємства треба досягти оптимального співвідношення між обсягом виробленої продукції підприємства та витратами на її виробництво.

2. Вдосконалювати процеси управління продуктивністю підприємств за рахунок переведення цілей на операційний рівень та визначення показників, необхідних для досягнення запланованих результатів. Тривалість звичайного звітного періоду (для обліку збитків та прибутків) складає один рік, при цьому показники перетворюються на індикаторну систему попередження завдяки їх цілодобовому використанню.

3. Стимулювати процеси за рахунок поточного обліку показників. Це необхідно для виявлення змін або незапланованих характеристик. Так, при зміні рівня продуктивності праці можуть змінюватись показники результативності.

4. Забезпечувати оперативний доступ до чинної нормативно-правової бази. Оскільки така база складається з цілої низки законодавчих, нормативно-правових актів, регламентів, інструкцій тощо, які постійно оновлюються, змінюються доповнюються, скасовуються, то для керівництва підприємства важливо оперувати достовірною інформацією при розробленні та прийнятті управлінських рішень.

5. Контролювати процеси за рахунок поточного обліку показників, які надають необхідну інформацію у випадку виникнення розбіжностей у фактичних і планових результатах. За відхиленнями показників товарообороту вдається визначити відношення фактичного товарообороту до встановленого планом значення та

відхилення цього показника від запланованої цифри [5].

Процес інформаційного забезпечення є безперервним і для ефективного виконання поставлених завдань потрібно використовувати якісно організовану інформаційну систему, в якій важливу роль відіграє обліково-аналітична інформація як єдиний інтегрований інформаційний потік. Дана інформація максимально адаптується до потреб користувача при наданні оцінки фінансового стану, інвестиційного потенціалу та перспектив розвитку підприємства.

Впровадженню ефективних інформаційних систем менеджменту сприяють: здешевлення автоматизованих функцій обробки інформації, удосконалення комп'ютерної техніки, зростання її продуктивності і потужності, що сприяє створенню ефективних програм з елементами штучного інтелекту; створення такої мережі обробки даних, яка буде забезпечувати оперативність, керованість, обґрунтованість, економічність й адаптивність до конкретних умов.

Для вирішення даної проблеми необхідна реалізація технічних і організаційних заходів щодо підвищення ефективності інформаційного забезпечення на основі впровадження інформаційних технологій. При цьому виникає необхідність побудови інтегрованих до існуючих програм підприємства моделей інформаційного забезпечення, що сприятиме забезпеченню кожного робочого місця повним комплексом інформаційних послуг.

Список використаних джерел:

1. Гребешков О.В. Інформаційне забезпечення діяльності підприємства: інформаційні джерела та джерела їх задоволення / О. В. Гребешков // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С.205-208.
2. Петренко С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: моног. / С. М. Петренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 290 с.
3. Кузьмін О.Є. Формування і використання інформаційної системи управління економічним розвитком підприємства: Монографія / О.Є. Кузьмін, Н.Г. Георгіаді. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. – 368 с.
4. Денисенко М.П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М. П. Денисенко І. В. Колос // Економіка та держава. – 2006. – № 7. – С. 19-24.
5. Веретін Л. С. Інформаційне забезпечення як одна із передумов удосконалення управління продуктивністю підприємства / Л. С. Веретін // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – 2015. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4469>

УДК: 338.4:658.8:681.3

*О.В. Дорофєєв, к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
К.Д. Костоглод, доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Об'єктивною необхідністю останніх років стало впровадження у вітчизняних сільськогосподарських підприємствах інтегрованих інформаційних систем (ІС)

управління, що сприяють підвищенню якості інформаційного забезпечення їх економічної стійкості. Проведемо короткий огляд окремих з них.

У сучасних умовах господарювання рівень технічної стійкості сільськогосподарських підприємств багато в чому залежить від технічної бази підприємства, що відповідає сучасним вимогам науково-технічного прогресу. Так, наприклад, система TELEMATICS компанії CLAAS дозволяє отримувати оперативну інформацію з комбайна. З її допомогою можна зробити діагностику машини, дізнатися, яка продуктивність, чи правильно виконані всі налаштування, де працює комбайн, чи раціонально використовується паливо тощо. Система може бути встановлена на всі комбайни CLAAS. Інформаційна система AFIS Agrottron компанії DEUTZ-FAHR включає в себе термінал індикації та обслуговування, через який можна управляти всіма навісними знаряддями з відповідною технікою.

Рішення з використанням системи GPS дозволяють задовольняти вимоги точного землеробства. Дані системи допомагають водієві точно стикувати смуги при роботі із знаряддями з великою шириною захвату незалежно від погодних умов та часу, коли виконуються роботи. Навігаційні системи працюють з точністю до кількох сантиметрів, що дозволяє краще використовувати ширину захвату і досягати більш високої продуктивності. Крім того, економиться паливо, що особливо важливо в світлі високих цін на енергоносії.

У той же час, ефективне ведення тваринництва немислимо без електронних систем управління стадом – автоматизований комплекс, що дозволяє звести всі дані про стан тварини в одну комп'ютерну базу. Завдяки цьому вся інформація про хвороби, тільності й надії завжди доступна фахівцям ферми. Електронні системи управління дають можливість відстежувати практично всі параметри спадковості у стаді. Щоденна інформація, що стосується удоїв, зоотехнічних і ветеринарних даних, дозволяє організувати роботу фахівців молочно-товарної ферми на основі достовірної інформації, повністю контролювати ситуацію на молочній фермі, своєчасно приймати управлінські рішення і виробляти план дій.

Прикладами можуть послужити система управління фермою DelPro™ (компанія DeLaval) для ферм з прив'язним утриманням, система управління стадом ALPRO™ (компанія DeLaval), комп'ютеризовані системи управління фермою компанії SAEAFIKIM і інші. Програмний пакет FARM software компанії Agrovision є найбільш поширеним програмним продуктом з управління свинарськими комплексами у більшості країн Європи. FARM software є універсальним програмним продуктом, що дозволяє в режимі реального часу вести облік поголів'я господарства, проводити аналіз ситуації в господарстві і формувати звіти про рух поголів'я, по відтворенню, відгодівлі, розрахунку собівартості тощо [3].

Географічна інформаційна система (ГІС) – сучасна комп'ютерна технологія для цифрової підтримки, управління, аналізу, моделювання та образного відображення об'єктів реального світу, подій і явищ, що відбуваються [4].

Комплексна ГІС найбільш часто включає в себе такі цифрові карти, як карти вмісту мінеральних речовин у ґрунті, типів і характеристик ґрунтів, карти ухилів (з цифровою моделлю рельєфу) і експозицій схилів, погодних, кліматичних і гідрологічних умов. Вкрай важливою інформацією є цифрові карти таких факторів, як врожайність і тип посівів, тип механічної і хімічної обробки ґрунтів, просторовий розподіл захворювань культур і динаміка поширення шкідливих комах. За наявності такої інформації відкриваються необмежені можливості аналізу, прогнозу й оптимізації діяльності сільськогосподарських підприємств.

Сьогодні особливий інтерес представляє тепличне виробництво овочів, розсади, квітів і зеленних культур. Для сучасного тепличного овочівництва в першу чергу необхідно застосування економічно ефективних технологій вирощування продукції. Так, застосування інформаційних технологій в управлінні технологічними процесами дозволяє зберігати до 25% енерговитрат, покращувати якість рослин і врожаю.

Ринок інформаційних технологій сьогодні може запропонувати ряд повнофункціональних систем з управління персоналом, що представляють собою комплексне рішення для автоматизації процесів оцінки персоналу та проектування команд або колективів на основі психодіагностичних тестів, що дозволяє автоматизувати тестування при наборі персоналу, проведення атестації, а також планувати і контролювати розвиток співробітників [2].

Сучасний етап розвитку економіки характеризується збільшенням обсягів інформаційного ресурсу не тільки у виробничій, інвестиційній, маркетинговій діяльності, але й, перш за все у фінансовій діяльності підприємств. Оперативність і адекватність інформаційного відображення фінансових операцій, можливості їх обліку та аналізу, прогнозування та регулювання в чималому ступені залежать від впровадження в управління фінансовими потоками сучасних інформаційних технологій. Завдання аналізу фінансового стану підприємств досить часто стоїть перед керівництвом підприємств, кредитними організаціями, потенційними інвесторами, органами державного управління і контролю. У свою чергу бухгалтерські програми не завжди можуть бути використані для фінансового аналізу. Тому виникає необхідність використання додаткового програмного забезпечення.

Терміном CRM (Customer relationship management – Управління взаємовідносинами з клієнтами) позначають, як правило, не тільки інформаційні системи, що містять функції управління взаємовідносинами з клієнтами, а й саму стратегію орієнтації на клієнта, суть якої – об'єднати різні джерела інформації про клієнтів, продаж, відгуки на маркетингові заходи, ринкові тенденції для побудови найбільш тісних відносин з клієнтами.

Підвищенню економічної стійкості в цілому сприятиме використання корпоративних інформаційних систем, основним завданням яких є автоматизація усіх функцій управління підприємством від планування бізнесу до аналізу результатів діяльності підприємства. На великих підприємствах доцільно впроваджувати інформаційні системи класу ERP, наприклад, Microsoft Dynamics AX (корпорація Microsoft). Корпоративні інформаційні системи складні, дороги і вимагають індивідуальної настройки.

Часто на підприємствах впроваджуються кілька інформаційних систем, наприклад, система електронного документообігу, система з управління персоналом, пакет бухгалтерського обліку, CRM-система. В даному випадку доводиться вирішувати проблему консолідації даних, тому необхідно вибирати системи, сумісні одна з одною, такі, що мають можливість працювати із загальними базами даних [1].

Підводячи підсумки, варто відмітити, що використання інформаційних систем, реалізованих на основі сучасних інформаційних технологій, дозволяє значно підвищувати ефективність діяльності, конкурентоспроможність і економічну стійкість сільськогосподарських підприємств. Впровадження сучасних інформаційних систем управління може вимагати значних фінансових витрат, однак відсутність необхідної інформації про результати діяльності підприємства в певний

момент часу часто обходиться значно дорожче.

Список використаних джерел:

1. Королева Т. П. Обзор информационных технологий и систем, способствующих повышению экономической устойчивости сельскохозяйственных предприятий / Т. П. Королева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.science-bsea.narod.ru/2009/ekonom_2009_2/koroleva_obzor.htm.
2. Крылович А. В. Информационные технологии в Управлении предприятием / А. В. Крылович. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/itm/kis/tops.shtml>.
3. Рунов Б. Информационные технологии и ведение «точного сельского хозяйства» / Б. Рунов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://raf.org.ru/magazine_old/sta22002_6.htm.
4. Ушаков А. Использование геоинформационных технологий в сельском хозяйстве / А. Ушаков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dataplus.ru/Industries/14_AGRI/Ushakov.htm

УДК 354.42

*Д.В. Дячков, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

АЛГОРИТМ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Формування єдиного світового інформаційного простору та інтеграція в нього вітчизняних суб'єктів господарювання спричинило трансформацію понять, пов'язаних з інформацією, інформаційною безпекою і роллю даних понять в сучасних управлінських процесах.

Важливими залишаються аспекти формування адекватних інформаційних технологій забезпечення інформаційної безпеки.

Аналіз публікацій свідчить про необхідність розробки технологій захисту інформації, заснованих комплексному підході, надійне функціонування яких неможливо без ефективного управління. Основні функції системи управління інформаційною безпекою повинні складатися в оцінці ступеня критичності ситуації, пов'язаної з порушенням інформаційної безпеки підприємства, організації, оцінці рівня ризику порушення інформаційної безпеки і в підтримці прийняття рішення щодо дій в даній ситуації. Основна проблема полягає в найчастіше неповних і невизначених вихідних даних про стан системи захисту інформації, можливі загрози, що дестабілізують її функціонування.

З врахуванням існуючих загроз запропонований алгоритм формування інформаційних технологій забезпечення інформаційної безпеки (рис. 1).

В якості вихідних при розробці алгоритму формування інформаційних технологій забезпечення інформаційної безпеки прийняті наступні припущення:

на інформаційну систему впливають дестабілізуючі фактори, які можуть привести до незабезпечення або часткового забезпечення інформаційної безпеки;

вплив дестабілізуючих факторів може бути направлено як ззовні інформаційної системи, так і зсередини;

вплив дестабілізуючих факторів має імовірнісний характер;

в якості показників, які оцінюють вплив дестабілізуючі фактори (показників впливу дестабілізуючих факторів), використовуються тільки такі показники, щодо яких застосовуються методи статистичного аналізу;

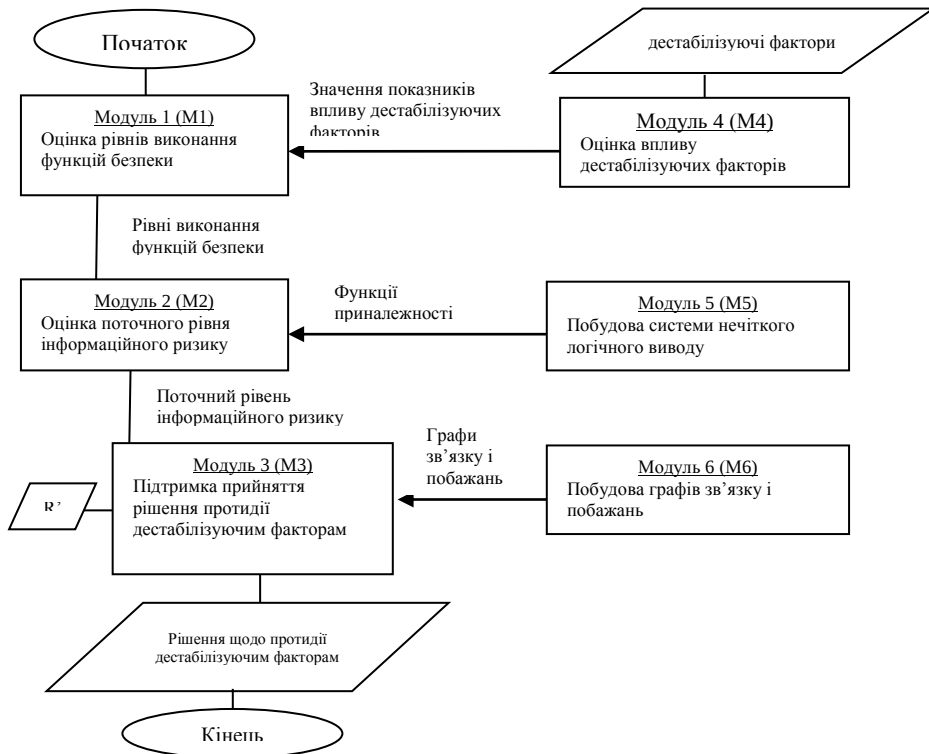


Рис. 1. Алгоритм формування інформаційних технологій забезпечення інформаційної безпеки [сформовано автором на основі 1]

заданий прийнятний рівень інформаційного ризику R' , що представляє собою безрозмірну величину, що приймає значення в інтервалі $[0,1]$.

Список використаних джерел:

1. Зырянова Т. Ю. Модель системы управления информационной безопасностью в условиях неопределенности воздействия дестабилизирующих факторов : автореф. дис. на получение наук. степени канд. техн. наук : спец. 05.13.19 "Методы и системы защиты информации, информационная безопасность" / Зырянова Татьяна Юрьевна – Томск, 2008. – 26 с.

УДК 330.332.1

О.В. Кушнірецька, к.е.н., с.н.с.,
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»

«INDUSTRY 4.0» ТА «4-ТА ПРОМИСЛОВА РЕВОЛЮЦІЯ» ЯК РАМКОВІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ФОРМ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

У сучасних умовах розвитку світового господарства ми є свідками не лише інноваційних та інформаційних проривів в усіх сферах людської діяльності, але й

трансформаційних процесів у просторовій організації економічних систем. Глобалізація економічного простору та пов'язана із нею децентралізація управлінських ресурсів національних господарських та адміністративних систем у ХХІ столітті виводить науково-практичну дискусію на нові обрії досліджень ключових детермінантів економічного життя. Сьогодні ми не можемо говорити про конкурентоспроможність національної економіки, національних виробництв, окремих галузей національного господарства, якщо не будемо вести комплексної дискусії про конкурентоспроможність у контексті просторової організації бізнесу. Саме форми просторової організації бізнесу (чи то інтегровані, чи локальні, чи віртуальні тощо) стають ключовими гравцями та суб'єктами економічного життя держави та світу. Зокрема інноваційні індустріальні форми просторової організації бізнесу у сучасних умовах господарювання як основа «виробничого каркасу» більшості розвинених країн та регіонів стають центрами потенціалів економічного зростання. У зв'язку з цим актуалізується науково-практична дискусія щодо розуміння передумов та чинників, можливостей та загроз розвитку даних форм просторової організації бізнесу. В рамках даного дослідження акцентуємо увагу на ключових рамкових трендах розвитку інноваційних індустріальних форм просторової організації бізнесу, а саме на феномені «Industry 4.0» та Четвертій промислової революції. Ключовим у даному контексті є теоретичне розмежування даних когнітивно споріднених термінів.

Отже, термін «Industry 4.0» з'являється у теоретико-методологічному вжитку на теренах Німеччини як скоординована, державна ініціатива про хай-тек стратегії до 2020, а саме, щодо мобілізації всіх національних ресурсів з метою прискорення технологічних змін та утримання німецького лідерства в світовій конкуренції. Зокрема, платформа Industry 4.0 має загальну мету забезпечення та посилення провідної міжнародної позиції Німеччини у галузі промисловості шляхом просування цифрових структурних змін, а також створення необхідних для цього рамкових умов [1]. Передумовою створення даної платформи стало розуміння надто високої міри мережовості розвитку економіки та світу, що передбачає неминучість та необхідність співпраці, участі та координації усіх відповідних контрагентів. У зв'язку з цим у Німеччині було ініційовано створення платформи, яка б давала єдине загальне розуміння галузі 4.0 у діалозі з політикою, бізнесом, наукою, профспілками та асоціаціями, а також працювала над розробкою рекомендацій щодо успішного переходу до галузі 4.0 промислових компаній. Слід наголосити, що сутнісно термін Industry 4.0 стосується саме технологій у виробництві, тобто промислових секторів.

Щодо терміну «4-та промислова революція», то його поява у науковому вжитку завдячує не лише суцільній діджиталізації (проникнення цифрових та інформаційних технологій, автоматизації в усі сфери суспільного розвитку), але й зміні сучасних бізнес-моделей завдяки новітнім технологіям. Яскравим відображенням даного процесу є зміни світових рейтингів компаній як за ринковою вартістю, так і за секторами, у яких працюють світові гіганти. Як відомо, на сьогодні стабільне лідерство утримують насамперед технологічні, сервісні галузі, на противагу сировинним та обробним, що утримували гегемонію впродовж десятиріч років. Ми є свідками небаченого до цього часу процесу проникнення технологій далеко за межі «виробничого» та «інформаційно-комунікаційного» процесу, адже кібер-системи, штучний інтелект та трансгалузові інтеграції компаній зумовлюють вихід суспільного розвитку на якісно новий етап еволюції. Саме цей якісний перехід на новий етап розвитку суспільства, що суттєво відрізняється від попередніх,

внаслідок розвитку та повсюдного поширення технологій слід трактувати як «4-ту промислову революцію».

Таким чином, формування інституційної моделі та стратегії розвитку інноваційних індустріальних форм просторової організації бізнесу в Україні необхідно здійснювати із врахуванням сучасних викликів та можливостей, що несуть сучасні рамкові технологічні тренди. Враховуючи експоненціальне зростання інновацій у світі для забезпечення процесу входження України на світовий високотехнологічний ринок необхідно також розробити національну візію технологічного прориву (на відміну наздоганяючої стратегії зміни технологічного уклад української економіки), а також ініціювати створення на національному та регіональних рівнях відповідних платформ співпраці інноваторів, освіти, науки та індустрій для провадження такого прориву.

Список використаних джерел:

1. Was ist Industrie 4.0? [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.plattform-i40.de>.

УДК 331.444:331.311:004.05

*О.М. Помаз, к.е.н., доцент,
А.С. Бражник, магістрант,
Полтавська державна аграрна академія*

МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ЯК ЗАСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ

Актуальність проблеми ефективного використання робочого часу все більше зростає, адже час є найбільш цінним ресурсом в житті кожної людини. Головний чинник суспільного прогресу нинішньої цивілізації лежить у площині науки й технології. За словами В. Кременя, «світ вступив в інноваційний тип прогресу. Затребуваною в будь-якій галузі суспільства є лише інноваційна людина, тобто людина з інноваційним типом мислення, інноваційною культурою і здатністю до інноваційного типу діяльності. Така людина має бути здатною сприймати зміни, творити зміни, жити у постійно змінюваному середовищі – нові знання, нові ідеї, нові технології, нове життя» [3, с. 84].

Глобалізація, трансформаційні процеси та неперервна інформаційна змінність зумовлюють залучення людини до дуже складної системи суспільних взаємин, вимагають від неї здатності до ухвалення нестандартних і швидких рішень. Правильна організація і розпорядження власним часом сприяють на якість життя особистості і, відповідно, на ефективність від її діяльності. Тому тайм-менеджмент – управління часом, направлений на те, аби підвищувати ефективність керівників та їх підлеглих, балансувати основну і домашню діяльність, роботи життя гармонійним. І роль мобільних додатків, смартфонів та КПК як сучасних засобів тайм менеджменту відіграють важливу роль в системі планування часу та діяльності працівника.

В умовах модернізаційних змін у суспільстві все більша кількість менеджерів у будь-якій сфері усвідомлюють потребу в упровадженні принципів, методів та прийомів тайм-менеджменту (управління часом) [2, с.133].

Тайм-менеджмент склався спочатку як практична дисципліна, що розроблялася здебільшого консультантами з управління та бізнесу, які пропонували свій узагальнений досвід менеджерам-практикам у формі книг, навчальних курсів,

тренінгів, відеотренінгів, семінарів. Сьогодні дисципліну «Тайм-менеджмент» внесено до навчальних програм вищих навчальних закладів. І під цим терміном розуміють сукупність технологій планування роботи, які людина застосовує самостійно для підвищення ефективності використання свого робочого часу і для підвищення контролю зростаючої кількості завдань [1, с. 114].

Отже, вміння організувати час стало дуже важливим для людей, які хочуть пристосуватися до сучасного швидкого життя. Тому використання мобільних додатків як інструмента тайм-менеджменту може підвищити результативність роботи працівника. Прийшовши на зміну органайзерів, мобільні додатки виправдали себе, і набули швидкого поширення у діловому житті людей. Серед найпопулярніших мобільних додатків, призначених для планування особистих справ та роботи в невеликих командах, відомі наступні:

- Wunderlist – мобільний додаток, який став безперечним лідером серед інших конкурентів. Наявний набір функцій дозволяє створювати власні списки та завдання. В середині списку також додаються нотатки та файли різного формату. Для проектної роботи наявні всі умови – можливість долучати людей до створеного списку; вести чат та пересилати усі необхідні матеріали, делегувати завдання певним членам команди, встановлювати дедлайни та нагадування.

- Trello – мобільний додаток, призначений переважно для проектної роботи. У Trello найзручніше вести спільні проекти. Додаток організований не у вигляді списків, а в форматі дошок. Серед простих функцій поширені додавання фото та відео, які можуть поширюватись при загальному перегляді. Головною перевагою Trello є те, що ви бачите усі проекти, які були запущені, одночасно і в певному стані їх виконання. Це дозволяє оцінити ситуацію, не відкриваючи усі списки та папки окремо. Також усі завдання можна делегувати, маркувати та ставити лейбли.

- Meister Task – мобільний додаток призначений для проектної роботи з великими командами. Головною рисою Meister Task є часовий трекер, який дозволяє подивитися, скільки часу ви працювали над певним проектом. Цієї функції немає в інших перелічених додатках, а вона дозволяє проаналізувати, як ви розподіляєте час. В додатку можна виставляти завдання за пріоритетами. Всі основні функції, такі як прикріплення файлів, формат чату, делегація та додавання інших членів команди також присутні [4].

Отже, розвиток організації чи підприємства неодмінно пов'язаний з розвитком його працівників. Впровадження інструментів тайм-менеджменту на підприємствах сприятиме максимізації можливостей працівників, дасть швидкий ефект при незначних витратах та підвищить ефективність інших методів менеджменту. Тому застосування таких засобів тайм менеджменту як мобільні додатки, набуває особливого значення для організації ефективного використання робочого часу, сприяє формуванню «ефективного мислення працівника».

Список використаних джерел:

1. Бабчинська О. І. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства за допомогою тайм-менеджмента / О.І. Бабчинська, В.С. Вараниця // Молодий вчений. – 2015. – № 12 (27). – Частина 1. – С. 112-115.
2. Божуха Л.М., Зінковський Д.В. Про Новітні технології програмного забезпечення та їх недоліки при розробці додатку «Тайм-менеджера» / Л.М. Божуха, Д.В. Зінковський. // Інформаційні технології. – 2016. – С. 131-137.
3. Любченко Н. В. Технології тайм-менеджменту в управлінській діяльності керівника навчального закладу / Н. В. Любченко // Вісник післядипломної освіти. –

2016. – Вип.. 1(30). – С. 82-97.

4. П'ять мобільних додатків для тайм-менеджменту та планування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kredens.lviv.ua/5-aps/>.

УДК 004.78

*В.В. Рубайко, магістрант,
Науковий керівник: І.В. Шульженко, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА

Постійна трансформація національної економіки сприяє прогресивному розвитку нових інформаційних технологій у вирішенні задач управління. В контексті сучасного глобалізованого економічного простору, інформаційні технології представлені одним з найбільш перспективних напрямків – автоматизованими інформаційними системами в механізмах управління організаціями та підприємствами.

Наявність великого кола дискусійних питань присвячених особливостям інформаційної системи, недостатній ступінь обґрунтованості застосування її адитивних властивостей до управління організацією як соціально-економічною системою визначили мету дослідження.

Широко використовуване поняття «інформаційна система» практично не має єдиного концептуального визначення. При цьому, кожен з авторів, що досліджували дану дефініцію, звертали увагу на предметне поле застосування, складові інформаційної системи, цілі функціонування, властивості, методи обробки інформації тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Сутність поняття «інформаційна система»

Автор, джерело	Визначення
Годін В.В., Корнєєв І.К. [3]	Інформаційна система – матеріальна система, що організує, зберігає і перетворює інформацію.
Балабанова Л.В., Алачєва Т.І. [0]	Інформаційна система – це система, призначена для зберігання, обробки, пошуку, розповсюдження, передачі та надання інформації
Ушакова І. О., Плеханова Г. О. [4]	Інформаційна система – це організаційно впорядкована сукупність документів та інформаційних технологій, в тому числі використовують засоби обчислювальної техніки і зв'язку, що реалізують різні інформаційні процеси
Пономаренка В. С.[4]	Під інформаційною системою розуміють сукупність засобів збору, передачі, обробки та зберігання інформації, а також персонал, який виконує подібні дії; організаційно-впорядковану сукупність документів (ІР) та інформаційних технологій, що реалізують інформаційні процеси (ІП); організаційно-функціональну структуру, що реалізує обробку інформації
Гаспаріан М. С. [0]	Інформаційна система – це система збору, зберігання, накопичення, пошуку і передачі інформації, яка застосовується в процесі управління або прийняття рішень
Терещенко Л. О. [6]	Інформаційна система – це сукупність програмних і апаратних засобів, а також організаційне забезпечення, які всі разом надають інформаційну підтримку людині в різних сферах діяльності. Інформаційна система – це не тільки програмний продукт і комп'ютери з мережевим обладнанням, а й перелік регламентів та норм по експлуатації системи, персонал, задіяний в процесах управління та адміністрування всіх її компонентів і дані, якими ця система управляє

Проведене дослідження дозволило сформулювати наступні висновки: інформаційну систему управління підприємством розглянуто як комплексне поняття, що охоплює сукупність даних, організацію їх введення, обробки, збереження та накопичення, пошуку, а також поширення в межах компетенції зацікавлених осіб в зручному для них вигляді. Складовими інформаційної системи виділено інформаційні технології, інформаційні ресурси, технічні засоби та програмне забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Алачева Т.И. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия: Монография. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 143 с.
2. Гаспариан М. С. Учебное пособие по курсу «Информационные системы» / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. – М.: МЭСИ, 2002. – 33 с.
3. Годин В.В., Корнеев И.К. Информационное обеспечение управленческой деятельности: Учебник. – М.: Мастерство; Высшая школа, 2001. – 240 с.
4. Інформаційні системи і технології в економіці. Посібник / За ред. д.е.н. В. С. Пономаренка. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 542 с.
5. Інформаційні системи та технології на підприємстві : конспект лекцій / І. О. Ушакова, Г. О. Плеханова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 128 с.
6. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології обліку: Навч. посіб. / Л. О. Терещенко, І. І. Матвієнко-Зубенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 187 с.

УДК 65.011.56

*Ю.С. Борисенко, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Н.В. Касьянова, д.е.н., професор,
Національний авіаційний університет, м. Київ*

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Інформаційні технології в наш час, базуються на ефективному і раціональному використанні інформаційних засобів і підходів. Велика кількість інформації дає можливість керівникам, які приймають рішення, зменшити ризики на момент прийняття рішень.

Інформація поділяється на кілька видів:

- зберігаючи – інформація передана від джерела до споживача, не несуть відповідальність за сенс інформації;
 - раціоналізуюча – несуть відповідальність за ту інформацію, якою користуються;
 - творча – знаходять нову інформацію, передають її та використовують для покращення процесу управління;
 - професійна – мають певні знання, щодо переробки інформації;
 - забезпечення повноти та достовірності повідомлення;
 - зменшення кількості шуму в інформації та використання тільки коректної інформації;
 - забезпечення постійного зв'язку між внутрішньою і зовнішньою інформацією.
- Функціонування підприємства дуже залежить від навколишньої інформації.

Використання інформаційних технологій забезпечує конкурентноспроможність вітчизняного виробника на внутрішньому та міжнародному ринках. Інформаційні технології допомагають споживачам з мінімальними затратами одержувати доступ до потрібної інформації. Доступ до інформації забезпечується в будь-який час і будь-де.

Але, існує низька проблем, які стоять на шляху використання інформаційних технологій у процесах управління і виробництва. По-перше, інформації дуже багато. Її кількість стрімко зростає, тому це негативно впливає на отримання інформації, обробку та її використання. По-друге, відбувається активний відтік кваліфікованих кадрів за кордон, нестача фінансування. По-третє, більшість керівників не бачать сенсу використовувати новітні технології для раціоналізації виробничого процесу.

Підприємства, продукція яких спрямована на задоволення потреб споживачів, повинні функціонувати в режимі реального часу, вони вимушені постійно сканувати ринок попиту та пропозиції, переглядати різного роду звіти та плани для більш детального вивчення ринків збуту. Працюючи в реальному часі підприємства мають можливість узгоджувати свої дії з попитом на ринку, організаційною структурою та виявляти нові канали збуту товарів.

Управління підприємством в сучасних умовах постійного розвитку, ускладняється проявом кризових явищ в економіці, змін в управлінській та технологічній сферах. Це все потребує застосування нових підходів та оптимізації внутрішніх та зовнішніх зв'язків підприємства. Усунення вище зазначених проблем зменшить пагубний вплив ентропії на процеси виробництва та управління та дозволить суттєво підвищити ефективність господарської діяльності підприємств.

У висновку можна сказати, що впровадження інформаційних технологій в управління підприємством позитивно впливає на розвиток виробництва. Багато підприємств України користуються старою системою управління. Це призводить до неефективного господарювання та нераціонального використання ресурсів підприємства. Інформаційні технології пришвидшують рух корисної інформації комунікаційними каналами. Це прискорює облік та контроль за станом підприємства (контроль відбувається в режимі реального часу), за рухом товарно-матеріальних, фінансових, людських та інших ресурсів на виробництві. Пришвиджується підготовка планів та звітів на виробництві, прийняття управлінських рішень, яке спирається на достовірну інформацію. Не зважаючи на позитивні сторони, сфера інформаційних технологій вимагає певного вдосконалення у тому числі за рахунок автоматизації управління.

УДК 65.011.56

*Т.О. Долгова, А.М. Козел, здобувачі вищої освіти,
Науковий керівник: Н.В. Касьянова, д.е.н., професор,
Національний авіаційний університет*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні розробки інформаційних технологій у менеджменті розвиваються досить успішно та використовують останні досягнення в галузі технологій інформаційних систем та комунікацій. За допомогою інформаційної системи задовольняються,

стрімко зростаючі, вимоги менеджерів забезпечення інформацією.

Взагалі, інформаційна технологія – унікальний інноваційний засіб управління інформацією, сукупність методів виробничих процесів і засобів, поєднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечують збір, обробку, зберігання, розподіл та відображення інформації з ціллю зниження трудомісткості процесів використання інформаційного ресурсу, а також підвищення їх надійності та оперативності.

Управління маркетинговою діяльністю пов'язане з виконанням великої кількості обчислювальних процесів, формалізацією великого обсягу задач з управління маркетингом, використанням економіко-математичних методів і моделей для розв'язання слабоструктурованих задач, оптимізацією вагомих показників, розглядом значної кількості варіантів і вибором найфективнішого із запропонованих. Цьому сприяє масовість, типовість і повторюваність розв'язання задач з маркетингу та процесів обробки даних.

Основним вагомим напрямом для впровадження та вдосконалення управління маркетинговою системою підприємства є автоматизовані робочі місця. Система баз та банків даних зв'язує усі відділи підприємства від нижчого рангу до дирекції підприємства. Що і дає змогу оптимізувати та прискорити процес прийняття будь-якого підприємницького рішення колегіально.

Основними програмними додатками для автоматизованих робочих місць за для покращення ефективності роботи є:

- текстові редактори (є базовим програмним продуктом для організації діловодства у електронному офісі в маркетингу)
- табличні процесори (обробка даних)
- системи управління даними (для ефективної роботи з маркетингової діяльності)
- комунікаційні програми для підключення до корпоративної, регіональної і глобальної мережі з метою отримання інформації.

Для організації ефективної системи управління підприємством, перш за все, варто оцінити недоліки даної системи та усунути їх, а саме, вдосконалити систему менеджменту.

Основними напрямками за якими повинно відбуватися удосконалення системи є:

- удосконалення організаційної структури управління підприємством;
- удосконалення організації менеджменту і бізнесу через модернізацію системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства;
- оптимізація економічного управління виробничими ресурсами;
- вдосконалення ефективності управління інноваційними процесами;
- поліпшення якості продукції, яка виробляється.

Список використаних джерел:

1. Основи менеджменту : навч. посіб. / Є.К. Бабець, А.Г. Максимчук, В.П. Стасюк та ін. – К. : Професіонал, 2007. – 496 с.
2. Денисенко М.П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко, І.В. Колосся // Економіка та держава. – 2010. – №7. – С. 19-25.

СЕКЦІЯ 8

Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

УДК 657.4 : 658.158 : 338.512

*О.М. Вакульчик, д.е.н., професор,
В.В. Фесенко, к.е.н., доцент,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ «ВИТРАТИ+»

Операції між пов'язаними сторонами супроводжуються ризиком шахрайства та маніпулювання, що неодмінно призводить до зниження фінансово-економічної безпеки корпорацій та держав, де вони здійснюють свою діяльність. Саме в цих операціях перетинаються інтереси декількох сторін: мажоритарні власники, міноритарні акціонери, менеджери відповідних центрів відповідальності (дочірніх компаній), держава. У випадках здійснення зовнішньоекономічних операцій між пов'язаними сторонами ціни таких угод підпадають під податковий контроль. На міжнародному рівні такі угоди регулюються рекомендаціями Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), в яких пропонується використання декількох методів обґрунтування трансфертних цін в операціях між пов'язаними сторонами: метод порівняльної неконтрольованої ціни, метод ціни перепродажу, метод «витрати+», метод чистого прибутку, метод розподілення прибутку. Рекомендації ОЕСР були використані і при розробці Податкового кодексу України (ПКУ) в частині регулювання трансфертних цін, в якому також рекомендуються зазначені методи для використання. Пріоритетність використання методів у різних країнах відрізняється, але зазвичай в першу чергу рекомендований метод порівняльної неконтрольованої ціни як найбільш справедливий. Але оскільки його застосування ускладняється необхідністю повної та достовірної інформації про співставні неконтрольовані операції, в багатьох випадках використовуються інші методи.

Відповідно до вимог ОЕСР та ПКУ метод трансфертного ціноутворення «витрати плюс» полягає у порівнянні валової рентабельності собівартості продажу товарів (робіт, послуг) у контрольованій операції з аналогічним показником рентабельності у зіставних неконтрольованих операціях [1]. По суті цей метод полягає у визначенні фактичної надбавки до витрат виробництва і реалізації у неконтрольованій операції та встановлення такої надбавки до витрат виробництва і реалізації у контрольованій операції між пов'язаними сторонами.

Відповідно до вимог ПКУ метод «витрати плюс» може застосовуватися, зокрема, але не виключно, під час:

- виконання робіт (надання послуг) особами, які є пов'язаними з отримувачами результатів таких робіт (послуг);
- операцій з продажу товарів, сировини або напівфабрикатів за договорами між пов'язаними особами;
- операцій з продажу товарів (робіт, послуг) за довгостроковими договорами

(контрактами) між пов'язаними особами [1].

Застосування цього методу передбачає наявність внутрішніх або зовнішніх співставних операцій. Перевага цього методу у порівнянні з методом неконтрольованої ринкової ціни полягає у тому, що характеристика товарів не так важлива, оскільки головний акцент здійснюється на сумі надбавки. Діапазон рентабельності застосовується для співставних неконтрольованих операцій. В пріоритеті внутрішні співставні операції.

Внутрішні співставні операції для методу «витрати+» – це господарські операції з експорту товару (послуги), подібного товару в контрольованій операції, які здійснюються між підприємством, що звітує.

Основне питання при застосування зазначеного методу є визначення бази для розрахунку показника валової рентабельності витрат.

Обґрунтована трансфертна ціна за методом «витрати+» визначається за формулою:

$$ТЦ_{од} = БВ_{од} + Націнка = БВ_{од} + БВ_{од} * РВ^{нко} \quad (1)$$

де $ТЦ_{од}$ – обґрунтована трансфертна ціна одиниці товару (продукції, послуги) в контрольованій операції;

$БВ_{од}$ – база витрат на одиницю для визначення валової рентабельності витрат;

Націнка – частина ціни, яка додається до бази витрат і розрахована як норма рентабельності витрат на основі аналізу діапазону рентабельності витрат за неконтрольованими співставними операціями;

$РВ^{нко}$ – норма рентабельності витрат у неконтрольованій співставній операції.

Норма рентабельності витрат визначається як співвідношення фінансового результату після відшкодування бази витрат до самої суми бази витрат:

$$РВ^{нко} = \frac{ЧД - БВ}{БВ} \quad (2)$$

де $ЧД$ – чистий дохід від реалізації (ціна угоди без ПДВ та акцизів із врахуванням знижок);

$БВ$ – загальна сума бази витрат, які були понесені підприємством для отримання поточного чистого доходу.

В якості бази витрат для розрахунку рентабельності витрат можуть бути використані різні групи витрат:

- прямі витрати на продукцію (товар, послугу);
- змінні витрати на виробництво та реалізацію продукції (товару, послуги);
- виробничі витрати (або собівартість реалізації);
- повні витрати на виробництво та реалізацію продукції (товарів, послуг).

В ході планування витрат на виробництво продукції, яка поставляється пов'язаній стороні, корисним буде визначення цільової межі бази витрат як максимального рівня витрат, при якому досягається необхідна норма рентабельності витрат. Для таких цілей можливо використання формули:

$$МБВ_{од}^{підрозділ1} = ТЦ - НП \quad (3)$$

де $МБВ$ - межа бази витрат;

$ТЦ$ - ціна угоди з пов'язаною стороною, за яку центр відповідальності – покупець, гарантує закупку продукції (вказано в договорі);

$НП$ – нормативний прибуток за операцією, який визначається виходячи з діапазону рентабельності витрат по неконтрольованим співставним операціям.

При застосуванні методу трансфертного ціноутворення «витрати+» необхідно враховувати різницю в складі бази витрат та функціональними особливостями

здійснення співставних операцій. Важливим моментом є також співставність бухгалтерських даних для визначення баз витрат, оскільки не завжди системи обліку надають інформацію про реальний склад витрат на продукцію (товар чи послугу) у співставних операціях.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України (із змінами та доповненнями від 2017 р). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua).
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 24 «Розкриття інформації про зв'язані сторони», виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зі змінами станом на 1 січня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_043
3. Вакульчик О.М. Розвиток аудиту зовнішньоекономічних операцій відповідно до динаміки сучасних процесів у сфері фінансового контролю / О.М. Вакульчик, В.В. Фесенко // Облік і фінанси. – 2017. – № 2(76). – С. 133-140.

УДК 339.564:338.433

*Л.М. Закревська, к.е.н., доцент,
Національний університет харчових технологій*

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ БОРОШНОМЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Борошномельна промисловість є стратегічно важливою, соціально значущою галуззю харчової промисловості України, від розвитку якої залежить не лише економічна стабільність держави, але й її економічна безпека. Після підписання та набуття чинності Угоди про зону вільної торгівлі України з ЄС вітчизняні виробники продуктів розмелювання хлібного зерна стали активними учасниками формування європейського ринку борошна.

Незважаючи на збільшення за чотири місяці 16/17 МР порівняно з аналогічним періодом 15/16 МР обсягів експорту борошна на 5,9 тис. тонн [1], попит на українське борошно до кінця не задоволений. Пов'язано це з логістичними та організаційними проблемами. Не всі млини вміють відвантажувати борошно на експорт або хочуть цьому вчитися та мають необхідний рухомий склад і контейнери.

Особливу увагу слід звернути на структуру споживачів продуктів переробки вітчизняного зерна. Всього за 4 місяці поточного МР 56,6 тис. тонн або близько 42,3% всього українського експорту борошна відвантажено до КНДР [1]. Наші мірошники активно відвантажують продукцію до Анголи, яка щорічно купує на світовому ринку більше 500 тис. тонн борошна, Палестини та Ізраїлю. До теперішнього часу ми дуже слабо були присутні на цьому перспективному ринку. Проте тенденція орієнтування на одну країну є небезпечною для вітчизняних виробників борошна.

Є невеликі відвантаження до Венесуели, Домініканської республіки, Камбоджі, ПАР, Катару, Ємену, Того, В'єтнаму і навіть до Індії. До деяких країн відвантаження разові, в інші – щомісячні. Почалися відвантаження до Іраку, хоча поки що невеликі. Тим не менш, вантажити туди потрібно десятками тисяч тон, адже це – найбільший в світі імпортер борошна. Великі поставки до Південно-Східної Азії поки що не відновилися.

Як відомо, відповідно до умов Угоди про поглиблену та всеохоплюючу зону

вільної торгівлі між Україною та ЄС пшеничне, кукурудзяне, ячмінне борошно підпадають під дію безмитних тарифних квот, більшість яких використовуються українськими експортерами на 100% і є дуже затребуваними. Це позитивно позначилось на фізичних обсягах експорту борошна до ЄС, які зросли більше, ніж у три рази – з 9,4 тис.т у 2012 р. до 31,4 тис.т у 2016 р.

Слід зазначити, що для експортування борошна до країн ЄС товаровиробники повинні враховувати ряд вимог: здійснювати контроль забруднюючих речовин у харчових продуктах; контролювати залишки пестицидів у продуктах рослинного походження, призначених для споживання людиною; забезпечити наявність вичерпної інформації та відповідних документів щодо всього ланцюга виробництва та переміщення продукту; здійснювати маркування харчових продуктів; контролювати безпечність харчових продуктів нетваринного походження [2].

Замовники з ЄС можуть вимагати від виробника наявності сертифікату відповідності певному міжнародному стандарту з безпечності харчових продуктів, зокрема (визначається у контракті). Вони не є обов'язковими для ввезення на територію ЄС, а являють собою необхідну умову для реалізації продукції на європейських ринках. Проте переважна більшість європейських торгових мереж працює зі стандартом GlobalGAP. Тому в найближчому майбутньому слід очікувати принципів зміни у стандартизації експортоорієнтованої продукції.

Таким чином, продукція борошномельної галузі України знайшла своїх прихильників не лише на європейських, але й світових ринках. Переорієнтація вітчизняних виробників борошна на європейський ринок містить як ряд переваг, так і недоліків, які тісно межують. Особливого занепокоєння викликає сировинна спрямованість євроінтеграційної взаємодії. Це не дає змогу створювати додану вартість у кінцевому продукті, формувати додаткові робочі місця, стримує розвиток внутрішнього ринку. Тому, на наш погляд, державою повинні створюватись оптимальні умови як для реалізації потенційних можливостей виробників борошна, так і розвитку найбільш соціально-орієнтованої галузі, яка дасть змогу забезпечити економічну і соціальну стабільність суспільства та продовольчу безпеку держави.

Список використаних джерел

1. Agronews: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agronews.ua/node/72813>
2. Перспективи експорту круп та борошна до ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eu-ua.org/krupy-ta-boroshno/>

УДК 340.213

*В.В. Македон, к.е.н., доцент,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

КЛАСТЕРИ І ВИРОБНИЧІ АГЛОМЕРАТИ В СЕРЕДОВИЩІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ ЯК ОСОБЛИВИЙ ВИД ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Для епохи масового виробництва характерна вертикальна логіка розвитку систем, яка пов'язана з переважанням великих ієрархічних корпорацій, націлених на досягнення ефектів економії на масштабах. У розвинених ринкових системах є присутніми також і ефекти економії на різноманітності, що породжуються гнучкістю ринкової кооперації групи незалежних фірм, але ці ефекти є тут лише додатковими.

У постіндустріальну епоху чинник економії на різноманітності, навпаки, стає головним, оскільки вирішальне значення при нелінійних інноваціях придбаває з'єднання комплементу різнорідних ресурсів. Це повертає системи до горизонтальної логіки розвитку, пов'язаної з поширенням динамічних кластерних мереж. Зокрема, інноваційні кластери забезпечують перехід бізнесу від індустріальної стратегії «разом економити» (кооперація в цілях зниження витрат) до постіндустріального принципу «разом робити гроші» (колаборація з метою створення нової вартості).

У світовій науковій спільноті все ще можна виявити зіткнення між вертикальним і горизонтальним поглядом на економічні переваги кластерів. Так, представники нової економгеографії (школа П. Кругмана) розглядають кластери як мережеву виробничу агломерацію ринкового типу, націлені на ефекти зниження витрат, тобто застосовують транзакційний підхід, заснований на логіці ринкових угод [3]. Навпаки, кластерна література 2000-х років (школа М. Портера) аналізує кластери як міжфірмові мережі постринкового, системного типу, розраховані на унікальні ефекти колаборації, тобто застосовує відносницький підхід, що відбиває логіку мережевої будови (відносницький контракт, чинник довіри, взаємодоповнюваність активів). Між тим, як свідчить практика, ключове значення для конкурентоспроможності кластерів мають їх екосистемні характеристики, багато в чому визначувані способом їх створення (згори або знизу), моделлю організації, специфікою системи управління і фінансування [2].

Сам М. Портер, і представники його наукового напрямку з різних сторін переконливо показують, що з усіх різновидів мереж кластери є найбільш зручною екосистемою для створення і поширення інновацій в нелінійному середовищі. За своєю внутрішньою організацією і типовим екстерналіям вони відповідають інноваційному типу росту. Для ілюстрації цього положення схемний еволюцію світового сімейства виробничої агломерації за стадіями розвитку економічних систем.

Перший тип агломерації – це індустріальні комплекси з суто ієрархчними зв'язками, характерні для нерозвинених ринкових систем або початкових стадій індустріального розвитку. Відповідно до теорії конкурентоспроможності М. Портера, йдеться про модель екстенсивного росту, засновану на розширеному залученні до обороту наявних виробничих чинників без підйому їх сукупної продуктивності. До цієї категорії можна віднести територіально-виробничі комплекси (ТВК) радянської командної економіки, які генерували лише слабкі ефекти географічної близькості, тоді як інші вигоди від локалізації виробників блокувалися тут відсутністю конкурентного середовища [1].

Другий тип агломерації – це ієрархчній пірамідальній корпорації, де велика головна ланка має в розпорядженні багатоярусну периферію субпідрядників (класичні МНК), а конкурентоспроможність мережі забезпечується нарощуванням продуктивності на традиційних промислових ринках. Така агломерація має на меті зниження витрат передусім за рахунок агломераційних ефектів економії на масштабах. Для них також характерні лінійні інновації, що відповідає статично-інтенсивній стадії індустріального росту.

З певною долею умовності до цієї категорії агломерації можна зарахувати і японські фінансово-промисловими групи «кейрецу», що випередили свій історичний час завдяки ефективному поєднанню ієрархчних зв'язків з горизонтальними. У межах таких груп, що зчіплюються системою перехресного володіння акціями,

компанії різної спеціалізації групувалися навколо великих (головних) банків і мали в розпорядженні широку мережу юридично незалежних підрядників і субпідрядників, які активно конкурували один з одним на своїх горизонтальних рівнях. Разом з економією на масштабах такі групи зуміли значно понизити ризики (за рахунок їх розподілу по усій партнерській мережі), вийти на покращуючі інновації і у результаті обійти вертикальні американські холдинги на світових ринках автомобілів і електроніки.

Третій тип – це локалізовані поліцентричні мережі малих і середніх фірм з чисто горизонтальними і неформалізованими зв'язками, де висока концентрація автономних учасників складає конкурентну альтернативу великим вертикальним корпораціям, в т.ч. на експортних ринках.

Такі пластичні мережі реалізують переваги локалізації не лише у вигляді економії на масштабах (подібно до великих корпорацій), але і у вигляді ефектів соціальної близькості, що ведуть до економії на різноманітності і спорадичних покращуючих інновацій [4].

Четвертий тип – це індустріальні кластери, описані в 1990 р. Портером і що започаткували його кластерну концепцію. Вони з'явилися в середині 1980 - початку 1990-х років, на стадії інтернаціоналізації і відкриття ринків, у вигляді мережових співтовариств великих і малих автономних компаній, готових протистояти збільшеній міжнародній конкуренції за рахунок формалізації зв'язків і створення високоспеціалізованих об'єднань (кластерних організацій). Описуючи їх динамізм ми звертаємо увагу не на внутрішню специфіку групи компаній як виробничий агломерації (що характерно для ідеї італійських промислових округів), а на її взаємодію з довкіллям в цілях залучення економічних агентів іншого профілю і спільного створення інновацій. Часто такі кластери формувалися (і продовжують формуватися) у вигляді фокальних мереж, де малі і середні фірми групуються концентричними кругами навколо великої корпорації або іншого ключового гравця [1].

Завдяки мережевому середовищу індустріальні кластери генерують, окрім агломераційних ефектів (економія на масштабах і на різноманітності), різні спілловні ефекти, що ведуть до створення стартапів, спінофів і нелінійним покращуючим інноваціям. За моделлю росту вони ще належать пізній індустріальній епосі, але за динамізмом внутрішнього середовища ширше налаштовані на оновлення технологій, чим пірамідальні структури або горизонтальні поліцентричні мережі. У результаті вони стають фактором переходу систем до постіндустріальної парадигми.

Нарешті, п'ятий тип мереж, це територіальні інноваційні кластери, що з'явилися в середині 1990, - початку 2000-х років на стадії глобалізації ринків і утворення глобальних вартісних ланцюжків. Вони організовані на принципах потрійної спіралі і формують найбільш динамічну інноваційну екосистему, яка спирається на гнучкі колаборативні кросс-зв'язки, укладені в дисциплінарні межі кластерного проекту. Така модель зв'язків дозволяє генерувати в знятому виді усі агломераційні і мережеві ефекти локалізації, що досягаються в індустріальній економіці, і йти далі, перекриваючи ці екстерналії агрегованими синергетичними ефектами колаборації. Інноваційні кластери створюють інновації в постійному режимі, забезпечуючи безперервний ріст продуктивності і для усієї кластерної групи, і для території її розміщення. У результаті вони переводять місцеву, а потім і національну економіку в режим інноваційно-орієнтованого росту, коли для підтримки досягнутого рівня

добробуту країні треба постійно створювати нові унікальні продукти, спираючись на все досконаліші бізнес-процеси і постійну зміну технологій [5].

У світовій практиці і в державних програмах підтримки мереж і кластерів ми можемо виділити три типові моделі мереж, які вважаються кластерами, хоча справжнім інноваційним кластером.

Першу модель, що ілюструє італійські «промислові округи» Маршалла-Бекаттіні, ми відносимо до протокластерів. Вони є слабо структурованими мережами, які спираються на неформальні зв'язки і не мають, на відміну від кластерів, якого-небудь єдиного проекту розвитку. При усій своїй інновативності вони продовжують повністю залежати від замовлень ТНК і знаходяться, по ряду свідчень, під постійною загрозою деіндустріалізації, оскільки діючі ТНК можуть у будь-який момент купити або передислокувати свої виробничі лінії [4].

Друга модель відбиває облаштування багатьох індустріальних кластерів, де мережі малих і середніх фірм, включаючи венчурні, згруповані навколо «якірного центру», в ролі якого може виступати велика корпорація, університет або наукова лабораторія.

До цієї категорії можна віднести японську Долину Саппоро на Хоккайдо, більшість кластерів Південної Кореї, третину кластерів Німеччини, ряд кластерів Франції і деякі кластери США. У Європі такі екосистеми іменують фокальними мережами, в Азії – моделлю «центру і спиць», в США – моделлю концентричних кругів.

Індустріальні кластери мають високо формалізовані внутрішні зв'язки і можуть розвиватися у рамках єдиного кластерного проекту, який реалізується за допомогою кластерного менеджера. Вони можуть створюватися як методом згори (за ініціативою і програмою влади), так і знизу (наприклад, коли професура і випускники університетів або співробітники НДІ організовують свої фірми для комерціалізації наукових ідей). Проте їх пристрій не пов'язаний із створенням платформи для спільних дій, що сильно відрізняє їх від ефективних інноваційних екосистем, побудованих на потрійній спіралі. Міжфірмова кооперація тут розвивається слабо – кожна фірма вертикально пов'язана на ключового гравця, причому для стимулювання співпраці з малим бізнесом цьому гравцеві, як правило, потрібно допомогу держави (грошима або пільгами). Серйозні глобальні компанії сюди також не йдуть [1]. Такі мережі можуть рости вище, породжуючи численні стартапи, але не досягають головного – критичної щільності і потрібної якості горизонтальних кросс-контактів, необхідних для забезпечення стійкого саморозвитку. У більшості випадків вони залишаються залежно від держдопомоги або держзамовлень, тобто ростуть, але не розвиваються інноваційно.

Третя модель відбиває повноцінні інноваційні кластерні екосистеми постіндустріальної епохи, які спираються на інновації як на рушійну силу. До них можна віднести більшість кластерів країн Скандинавії, Швейцарії, ряд відомих кластерних мереж в США [1]. Вони добре інтегровані в глобальні ланцюжки, мають координуючі мережеві вузли у вигляді платформи для колаборації, будують взаємодії на довгострокових домовленостях і колективно генерують безперервні інновації. Саме така модель досягає динамічного саморозвитку, успішно виконуючи кінцеве функціональне завдання кластера – стати полюсом росту для регіону дислокації. Причому вона може складатися як в новітніх секторах (скажімо, ІКТ (інформаційно-комп'ютерні технології) або сектор наук про життя), так і в традиційних (наприклад, лісова або харчова промисловість).

Таким чином, на відміну від нових виробничих секторів, які зароджуються спонтанно, під дією сил ринку, кластерні утворення, покликані прискорити формування таких секторів або посилити їх позитивні екстерналії, – це організовані ініціативи, завжди пов'язані з розвитком мережових зв'язків учасників. Відповідно, за самою своєю природою такі утворення сильно відрізняються як від класичних виробничих проектів, так і від інфраструктурно-виробничих інтеграцій паркового типу (створення промислових або науково-технологічних парків, особливих економічних зон).

Ми можемо констатувати, що ці феномени мережевої економіки, вони включають переваги своїх історичних аналогів, але піднімаються на більш високий рівень складності соціальних взаємодій.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія / Л. Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
2. Портер М. Стратегія конкуренції. Переклад з англ. / М. Портер. – К. «Вища Школа», 2003. – 390 с.
3. Рудык Н. Б. Конгломеративные слияния и поглощения: книга о пользе и вреде непрофильных активов / Н. Б. Рудык. – М.: Дело, 2005. – 244 с.
4. Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций Ю. В. Яковец. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика»», 2003. – 411 с.
5. Green Milford B. Mergers and Aquisitions: Geographical and Spatial Perssppectives / Milford B. Green. – Taylor & Francis Group, 2011. – 234 p.

УДК 349.2

*М.І. Сьомич, к. держ. упр., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТРУДОВОГО ПРАВА

У сучасному мінливому світі паралельно виявляються дві тенденції: глобалізація суспільних відносин в умовах зростаючої взаємозалежності держав, з одного боку, і прагнення до формування регіональних спільнот, в рамках яких забезпечується більш тісна взаємодія держав, з іншого.

Ці тенденції носять взаємодоповнюючий характер в умовах стабільного розвитку і зберігають своє значення при розвитку кризових явищ. Тенденції глобалізації та регіоналізації роблять свій вплив на міжнародне право і, зокрема, на міжнародно-правове регулювання праці.

У теорії сучасного міжнародного права як вітчизняної, так і зарубіжної, склалися дві основні концепції визначення кола суб'єктів міжнародного права. Згідно з першою – міжнародне право розглядається як міждержавне право, відповідно суб'єктами визнаються держави, міждержавні організації, нації, що борються за незалежність (публічні суб'єкти). Прихильники другої концепції, посилаючись на твердження в міжнародному праві особливого його розділу «міжнародне право прав людини», включають в коло його суб'єктів фізичних і юридичних осіб, їх об'єднання. Ця позиція в значній своїй частині видається цілком обґрунтованою і відповідає сучасним реаліям міжнародного співробітництва [2].

Міжнародні галузеві правовідносини можуть виникати між державами, які уклали міжнародний договір у сфері праці. Суб'єктами міжнародних галузевих відносин

також можуть виступати міждержавні організації (ООН, МОП тощо), які беруть норми міжнародного трудового права (міжнародні конвенції, пакти тощо) і здійснюють міжнародний контроль за їх дотриманням. У міжнародних галузевих правовідносинах в якості одного із суб'єктів можуть брати участь і нетипові суб'єкти міжнародного права [3].

Класифікацію міжнародних правових норм даної галузі міжнародного права проведемо відповідно до наступних критеріїв:

1) В залежності від юридичної сили виділяються: імперативні норми міжнародного права, які містять зобов'язання і заборони; диспозитивні норми міжнародного права, які можуть бути правомочними або рекомендаційними..

2) В залежності від сфери дії міжнародно-правових норм виділяються: універсальні міжнародні норми, прийняті і визнані міжнародним співтовариством в цілому; регіональні (міжрегіональні) міжнародні норми; локальні (партикулярні) міжнародні норми, які поширюють свою дію на обмежене коло учасників.

3) Залежно від характеру норм і їх функцій в механізмі правового регулювання виділяються: матеріально-правові норми, що встановлюють правила поведінки суб'єктів міжнародного права; процесуальні міжнародно-правові норми, що визначають порядок юрисдикційної діяльності, розгляду міжнародних суперечок і скарг міжнародними судовими та контрольними органами; колізійні норми міжнародного права, які вказують на те, право якої держави підлягає застосуванню до правовідносин, ускладненого іноземним елементом [1].

Вважаємо, що в структурі предметів галузей міжнародного трудового права можна виділити дві основні групи міжнародних відносин: 1) міжнародні відносини щодо прийняття (встановлення) міжнародноправових актів про працю, що містять міжнародні стандарти трудових прав і міжнародні колізійні норми; 2) міжнародні відносини з міжнародного контролю за дотриманням даних міжнародно-правових актів, розгляду міжнародно-правових спорів у сфері праці.

Список використаних джерел:

1. Бугров Л.Ю. О содержании термина «международное трудовое право» / Л.Ю. Бугров // Международное российское и зарубежное законодательство о труде и социальном обеспечении: современное состояние (сравнительный анализ). М.: Проспект, 2011. – С. 20-25.

2. Лушникова М.В. Международное трудовое право: понятие, предмет / М.В. Лушникова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2013. – Вип. 3(21). – С. 131-138.

3. Михайлова О.Е. Міжнародно-правові стандарти у сфері праці щодо трудящих-мігрантів / О.Е. Михайлова // Актуальні проблеми права: теорія і практика. – №25. – 2012. – С. 401-408.

УДК 339.9

*О.С. Процевят, провідний інженер,
ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”*

ПРІОРИТЕТНІ ПРОБЛЕМИ ЕКСПОРТУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Вихід на нові ринки завжди супроводжується численними небезпеками та наражає вітчизняних виробників на ризики. Однак, як відомо, кожен із вітчизняних

виробників намагається, попри складні економічні та суспільно-політичні умови, які сьогодні склалися в Україні, знайти свою нішу на зарубіжному ринку.

Для того, щоб освоїти новий ринок, вітчизняним виробникам потрібно плідно працювати у сфері підвищення власного рівня конкурентоспроможності та реалізації експортного потенціалу [1].

Зі слів голови Ради з питань експорту продовольства Богдана Шаповала [2], найбільш об'єктивною проблемою, що виникає на шляху експортування, є проблема формування значних тарифних обмежень та відсутності відповідних дозвільних документів [2].

При цьому, стає зрозумілим той факт, що сьогодні, незважаючи на імплементацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [3], вітчизняні виробники все-таки стикаються з тарифними та нетарифними обмеженнями на експорт власної продукції.

Поряд з тим, експерт CEO представництва SalesCapital AG в Україні Володимир Ломійчук [1] виділяє цілий ряд перешкод, що виникають на шляху експортування вітчизняної продукції до країн Європейського Союзу. Зокрема це [1]: відсутність довіри до експортера; невідповідність продукції вимогам; складність отримання фінансової допомоги; брак інформації про ринок; невідповідність вітчизняних умов ведення бізнесу зарубіжним.

Дослідження доводять, що часта невизначеність вітчизняних виробників щодо можливих ринків експортування свідчить про нестачу достовірної, об'єктивності та релевантної інформації.

Як показує практика, всю необхідну інформацію, що стосується ринків збуту можна отримати у вигляді статистичних даних на сайтах міжнародних організацій, зокрема на сайті Світового банку (The World Bank Group), сайті Організації економічного співробітництва і розвитку (The Organisation for Economic Cooperation and Development) чи сайті Конференції ООН з торгівлі та розвитку (The United Nations Conference on Trade and Development) [2].

Окрім зазначеного вище, ефективним засобом отримання інформації про потенційний ринок експортування є відвідання різного роду виставок чи конгресів, на яких можна поспілкуватися, перш за все, із зарубіжними бізнесменами, які, у свою чергу, допоможуть розкрити хитрощі ведення бізнесу на зарубіжних ринках [2].

Разом з цим, особливу роль у вирішенні проблематики експорту української продукції відіграє держава.

Так, згідно ст. 3 “Завдання, напрями та принципи державної підтримки експортної діяльності” Закону України “Про затвердження масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту” [4], державна підтримка експорту забезпечується за рахунок: формування системи страхування, перестрахування і гарантування комерційних та некомерційних ризиків, що виникають внаслідок здійснення експортних операцій; удосконалення системи довготермінового експортного кредитування; формування механізму часткової компенсації відсоткової ставки за експортними кредитами [4].

При тому, вирішення вищезазначених завдань покладається на спеціально створене Кабінетом Міністрів України Експортно-кредитне агентство [4].

Таким чином, в процесі аналізу основних проблем, що виникають на шляху

експортування вітчизняної продукції до країн Європейського Союзу, має місце питання огляду практичних результатів експортування.

Відтак, результати аналізу статистичних даних Державної служби статистики України [5] свідчать про те, що протягом 2011 – 2016 рр. спостерігалось нетенденційне скорочення обсягів експортування до країн Європейського Союзу. З огляду на те, у 2016 році на противагу 2011 року обсяг експорту знизився майже на 25 % (рис.). Однак, уже у 2017 році передбачається покращення обсягів експорту, зокрема за період січня-серпня 2017 року значення експорту зросло на 27,9 % у порівнянні із аналогічним періодом попереднього року [5].

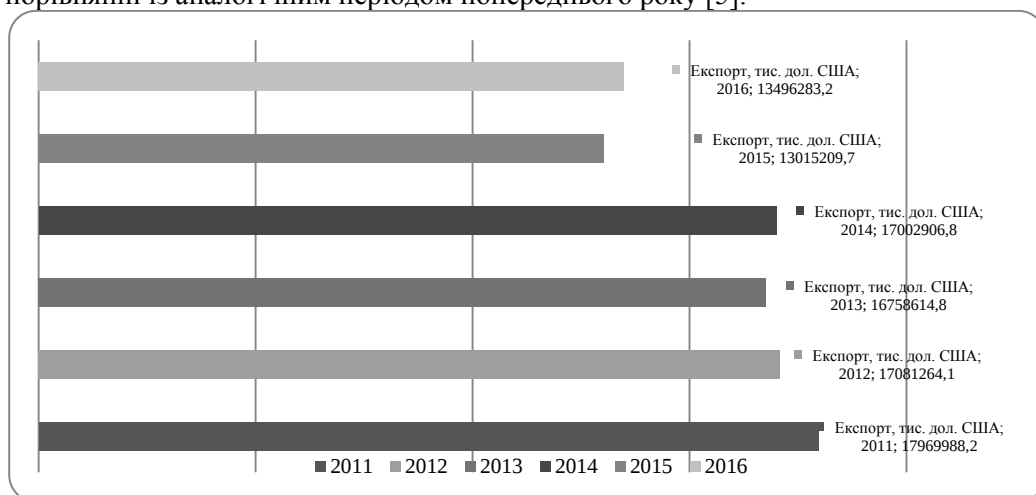


Рис. Динаміка експорту товарів до країн Європейського Союзу

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [5].

Згідно досліджень д.е.н., наукового співробітника ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України” Тетяни Богдан [6], ефективність експортування, перш за все, залежить від рівня світових цін на сировину [6].

Поряд з цим, аналіз статистичних даних Державної служби статистики України [5] демонструє те, що до країн Європейського Союзу експортується переважно сировина.

То, при цьому, слід відмітити, що вартість експорту вітчизняної продукції (переважно у вигляді сировини) до країн Європейського Союзу залежить від світової ціни на таку ж продукцію (сировину).

Отже, на основі вищезазначеного можна зробити висновок про те, що на шляху експортування продукції вітчизняні виробники зустрічається із багатьма проблемами соціально-економічного та політичного характеру. Однак, як показує досвід функціонування вітчизняних суб’єктів господарювання, все-таки, кожен із них намагається знайти вихід із несприятливих ситуацій, спираючись на власні зусилля та на допомогу інших економічних суб’єктів.

Список використаних джерел:

1. Ломійчук Володимир. П’ять перешкод для українського експорту на шляху до Європи [Електронний ресурс] / Володимир Ломійчук // Європейська правда (офіційний сайт; 25.03.2015). – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/03/25/7032205/>.

2. Шаповал Богдан. Експортні ризики та інформація: як продавати за кордоном за мінімальних витрат [Електронний ресурс] / Богдан Шаповал // Інформаційне

агентство Agravery (офіційний сайт; 25.11.2016). – Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=eksportni-riziki-ta-informacia-ak-prodavati-za-kordonom-za-minimalnih-vitrat>.

3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_%28body%29.pdf.

4. Закон України “Про затвердження масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту” [Електронний ресурс] : від 20.12.2016 № 1792-VIII / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1792-19>.

5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

6. Богдан Тетяна. Чи є ризики від вільної торгівлі України з ЄС [Електронний ресурс] / Тетяна Богдан // Новини України від LB.ua (офіційний сайт; 8.10.2015). – Режим доступу: http://ukr.lb.ua/economics/2015/10/08/318058_chi_ie_riziki_vid_vilnoi_torgivli.html.

УДК 339.5

*О.Ф. Будз, аспірант,
Національний університет «Львівська політехніка»*

ПРИНЦИПИ МИТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств є складним багатоетапним процесом, що відрізняється від господарювання на внутрішніх ринках, насамперед, перетином митного кордону країни. На сучасному етапі найбільш поширеними видами зовнішньоекономічної діяльності серед представників вітчизняного бізнесу є експортно-імпортні операції, що ґрунтуються на зовнішній торгівлі товарами (продукцією, роботами, послугами) вітчизняних підприємств із зарубіжними партнерами. При цьому, невід’ємним етапом будь-якого виду зовнішньоекономічної діяльності є митне обслуговування, що реалізовується не лише представниками митних органів, але й передбачає здійснення низки митних операцій суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності або митними посередниками. Від якості здійснення митного обслуговування на усіх рівнях залежить ефективність перебігу зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Адже, непрофесійне митне обслуговування будь-яким із його суб’єктів зумовлює виникнення затримок при реалізації зовнішньоекономічних операцій, що призводить до порушення умов зовнішньоекономічних контрактів та негативно впливає на імідж підприємства як торговельного партнера. Таким чином, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств повинно здійснюватись із врахуванням особливостей митного обслуговування суб’єктами усіх рівнів як визначального чинника реалізації зовнішньоекономічних операцій.

На жаль, сучасна практика митного обслуговування підприємств суб’єктами

різних рівнів (митними органами, митними посередниками, суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності) свідчить про існування вагомих проблем у цій сфері, пов'язаних із суперечностями митного законодавства, високим рівнем бюрократії, корупційними схемами у роботі митних органів, непрозорістю окремих митних процедур, непрофесійністю суб'єктів митного обслуговування, тощо. Це відповідно призводить до значних часових затрат та фінансових витрат на здійснення митного обслуговування і таким чином створює вагомі перешкоди для ефективного здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

З огляду на усе вищевикладене, виникає необхідність у встановленні уніфікованої системи принципів, тобто базових положень митного обслуговування, котрих повинні дотримуватись усі суб'єкти митного обслуговування задля ефективного досягнення цілей кожного із них.

Як відомо, процес митного обслуговування регулюється нормативно-правовою базою. Стосовно принципових засад митного обслуговування, то у Митному кодексі України визначено перелік принципів лише державної митної справи, а саме [1]: виключної юрисдикції України на її митній території, виключних повноважень органів доходів і зборів України щодо здійснення державної митної справи, законності та презумпції невинності, єдиного порядку переміщення товарів, транспортних засобів через митний кордон України, спрощення законної торгівлі, визнання рівності та правомірності інтересів усіх суб'єктів господарювання незалежно від форм власності, додержання прав та охоронюваних законом інтересів осіб, заохочення доброчесності, гласності та прозорості, відповідальності всіх учасників митних відносин.

На підставі врахування вищезазначених принципів державної митної справи, а також специфіки митного обслуговування підприємств сформовано уніфіковану систему принципів митного обслуговування, котрі повинні бути спільними для усіх його суб'єктів. Зокрема, систему наповнили такі принципи, як: законність (передбачає дотримання чинних нормативно-правових положень при здійсненні митного обслуговування), прозорість (процедури, що реалізуються під час митного обслуговування, повинні бути відкритими для усіх зацікавлених осіб та не приховувати жодних заборонених законодавством дій), вчасність (дії щодо митного обслуговування повинні реалізовуватись оперативно та своєчасно відповідно до визначених органами влади термінів), адекватність (процедури в межах митного обслуговування повинні здійснюватись відповідно до заявленої мети переміщення товарів через митний кордон країни у встановленому митному режимі), цілеспрямованість (дії з митного обслуговування повинні відповідати встановленим цілям кожного із його суб'єктів відповідно до їхніх функцій), ефективність (дії щодо митного обслуговування мають реалізовуватись безпомилково та повинні спрямовуватись на досягнення запланованих результатів у цій сфері), гармонізованість (процедури в межах митного обслуговування повинні здійснюватись відповідно до чинних міжнародних стандартів, норм та вимог у цій сфері), автоматизованість (процедури в межах митного обслуговування, котрі можуть реалізовуватись в електронному форматі, мають бути максимально автоматизованими задля забезпечення оперативності та зручності їхнього здійснення), спрощеність (процедури в межах митного обслуговування, котрі можуть бути спрощеними, мають бути нескладними, необтяжливими та доведеними до полегшеного формату здійснення), оптимальність (дії з митного обслуговування повинні реалізовуватись із використанням оптимальних методик та методів),

прогресивність (процедури в межах митного обслуговування повинні здійснюватись із використанням новітнього сучасного програмно-технічного забезпечення), рівноправність (митне обслуговування повинно здійснюватись однаково, недискримінаційно, без порушення прав усіх його учасників), взаємодія (митне обслуговування повинно ґрунтуватись на активній співпраці його учасників, що сприятиме досягненню цілей кожного суб'єкта), професійність (дії щодо митного обслуговування повинні реалізовуватись кваліфіковано та професійно задля досягнення ефективних результатів у цій сфері).

Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

СЕКЦІЯ 9

Євроінтеграційні підходи до управління вищою освітою

УДК 378

*Т.Е. Бондарь, к.э.н., доцент,
Белорусский государственный экономический университет*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЕВРАЗИЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

В Договоре о создании Евразийского экономического союза говорится, что основными его задачами являются «стремление укрепить экономики государств – членов ЕАЭС и обеспечить их гармоничное развитие и сближение, а также гарантировать устойчивый рост деловой активности, сбалансированную торговлю и добросовестную конкуренцию» [1]. Специалисты, вполне справедливо отмечают, что решение этих задач будет возможно на основе параллельного инновационного развития России, Беларуси, Казахстана, Армении и Киргизии. Ориентир на инновационное развитие, модернизацию национальных экономик требует особого внимания к образованию. В формировании культуры наукоемкого, инновационного производства, основанного на знаниях, ему отводится главенствующая роль.

В этой связи, меняется отношение к высшим учебным заведениям, которые должны стать важной частью национальных инновационных систем. Они должны взрастить интеллектуальную элиту, воспитать творческих личностей, способных к активному влиянию на процессы, происходящие в социальной и профессиональной сферах, способных внести революционные изменения в процесс производства, в качество производственных отношений и производительных сил [2].

В тоже время, сегодня, всеми постсоветскими государствами констатируется тот факт, что образование как система получения знаний отстает от реальных запросов практики. В самые короткие сроки его необходимо серьезно усовершенствовать. При этом, очевидно, что «внутристрановое» совершенствование образования, даже будучи максимально результативным, не сможет решить всех его проблем. Необходима консолидация всех членов ЕАЭС.

Одним из направлений такой общей работы, на наш взгляд, должно стать повышение качества учебников и учебных пособий, унификация их базовых положений. Более конкретно остановимся на качестве учебников по финансовым дисциплинам, которые есть в учебных планах каждого учебного заведения экономического профиля. Особенностью учебной литературы по финансам является чрезмерная дискуссионность ее теоретической части. Дискуссионность теоретических основ финансов, а если точнее, в соответствии с толковым словарем – спорность, сомнительность этих основ следует рассматривать как фактор, сдерживающий социально-экономическое развитие государства.

На негативное действие этого фактора внимание уже обратили российские ученые. По их мнению «учебные пособия по финансам с первой темы втягивают в водоворот дискуссий студентов, которые не имеют еще знаний, собственных воззрений по предмету, который они начинают изучать. То есть, с первой лекции преподаватель ведет студентов на зыбкую почву. И если предположить что отдельные преподаватели, в условиях теоретической неопределенности, свою

позицию считают истиной последней инстанции, то даже думающему студенту, вникшему в дискуссии, в такой ситуации остается только соглашаться с точкой зрения, навязанной ему преподавателем, ибо сдавать экзамен придется ему же» [3].

Отмеченный негатив дискуссионности учебной литературы особенно проявляется на заочной форме обучения, дистанционном обучении, экстернате, где упор делается на самостоятельное изучение дисциплины по учебникам и пособиям. В итоге теоретическая неопределенность не позволяет студентам овладеть необходимыми знаниями и навыками, снижает уровень профессиональной подготовки будущих специалистов.

Основная масса дискуссий в финансовой сфере касается понимания самой категории финансы. Несмотря на различия в определениях, очень многие представители распределительной концепции финансов (она господствует на постсоветском пространстве) продолжают рассматривать финансы, прежде всего, как совокупность экономических отношений. Этот постулат распределительной концепции является самым уязвимым. Чрезвычайно сложно объяснить практикам, студентам, имеющим опыт практической работы, что «финансы это не деньги, а экономические отношения».

Но если даже кому-то из финансистов удалось уйти от этой безнадежно устаревшей логической формулы времен плановой экономики, то они впадают в другую крайность и начинают разграничивать понятия «денежные средства» и «финансовые ресурсы» организаций. Они рассматривают финансовые ресурсы только частью денежных средств организации, которая предназначена для финансирования нужд расширенного производства [4,5], а простое производство считают сферой функционирования термина «денежные средства».

Однако, настоятельное требование ортодоксальных финансистов сохранять разграничения между сферами применения терминов «денежные средства» и «финансовые ресурсы» на уровне микроэкономики также не поддерживается практикой. Такое разграничение приводит не к упорядочению деловой лексики, а, наоборот, к лексической неразберихе. Разве можно назвать теоретически верной и практически удобной ситуацию, при которой практики должны контролировать правильность применения этих терминов. Так, характеризуя механизм покрытия одной части затрат организации (текущих затрат), специалисты должны прибегать к использованию термина «денежные средства», а при характеристике механизма покрытия капитальных затрат требуется уже использование термина «финансовые ресурсы». И когда руководитель организации говорит «у организации нет финансовых ресурсов для завершения производственного цикла, (для выплаты заработной платы, для приобретения необходимого сырья, для оплаты счетов за электроэнергию и т.п.), то, исходя из базовых положений распределительной концепции, его надо уличить в терминологической некорректности. Ведь во всех этих случаях организации не хватает «денежных средств», а «финансовых ресурсов» у нее может не хватить на нужды расширенного производства: на модернизацию производства, на его техническое перевооружение, реконструкцию, на материальное стимулирование работников и т.п.

В этой связи возникает вполне закономерный вопрос: зачем поддерживать неопределенность там, где зарубежная и отечественная практика уже все прояснила: финансовые ресурсы (частное) как часть денежных средств (общее) являются денежными средствами. Денежные средства, которыми оперирует организация и есть ее финансовые ресурсы. На расчетный счет или в кассу организации поступают

денежные средства в виде выручки от реализации продукции (работ, услуг), но как только организация начинает распоряжаться ими, вкладывает их в деловой оборот, осуществляет расчеты с финансовой системой государства, со своими контрагентами и т.п. – денежные средства становятся ее финансовыми ресурсами, с заложенной в них потенциальной возможностью генерировать экономическую выгоду

Теоретическая неопределенность в сфере понимания финансов, финансовых ресурсов является более глубокой, но даже приведенные аргументы со всей очевидностью говорят о том, что финансовые менеджеры организаций сегодня стали свидетелями недопустимого прецедента: отрыва основных постулатов распределительной концепции финансов от сложившейся практики их использования на уровне микроэкономики. В своей изначальной версии распределительная концепция финансов не способна обеспечить адекватное теоретическое сопровождение многим практическим процессам и явлениям в их сегодняшнем, обновленном, рыночном звучании. Необходимо наконец-то предпринять действия по устранению такого нежелательного явления. Это откроет новый «оперативный простор» для понимания и уточнения сущности многих финансовых категорий. Нужно обсуждать эти проблемы, нужно создать механизм распространения передового опыта в образовательной сфере, нужно способствовать созданию единого образовательного пространства. Это повысит не только качество преподавания важных дисциплин, но и изменит траекторию развития участников ЕАЭС.

Список литературы:

1. Договор о Евразийском экономическом союзе. Дата доступа: 11.10.2017. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Пискунов А.Ф. Интеграция высшего образования Республики Беларусь в национальную инновационную систему. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://charko.narod.ru/tekst/an13/I.htm>. Дата доступа: 22.09.2017.
3. Болотин В.В. О функциях финансов в учебниках и преподавании . Финансы. №7, 2012.
4. Павлова, Л.Н. Финансовый менеджмент на предприятиях и коммерческих организациях. / Л.Н. Павлова. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 516 с.
5. Финансы: учебник /под ред. В.М. Родионовой – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с.

УДК 378.4

*Л.М. Потапюк, к.пед.н., доцент,
Луцкий национальный технический университет*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Постійно зростаючі вимоги ринку праці, стрімкі технологічні зміни, глобалізація, зростання академічної та трудової мобільності, вдосконалення професійного рівня майбутніх фахівців є необхідною умовою і пріоритетним напрямом модернізації системи вищої технічної освіти.

Тому актуальним завданням вищої технічної освіти стає реалізація

компетентнісного підходу у навчально-виховному процесі підготовки майбутніх фахівців. Основними особливостями такого підходу мають бути високий рівень компетенції та конкурентоспроможності на ринку праці, соціальна мобільність, духовна культура, самостійність у прийнятті професійних рішень, відповідальність за їх наслідки.

Теоретичні положення проблеми організації, змісту та розвитку вищої технічної освіти знайшли відображення у працях М. Згуровського, М. Лазарева, Е. Лузік, О. Романовського, Л. ТОВАЖНЯНСЬКОГО, Д. Чернілевського.

Різні аспекти проблеми формування професійної компетентності майбутніх фахівців у процесі навчання у ВНЗ стали предметом наукових досліджень В. Баркасі, І. Бондаренко, Н. Босак, М. Васильєвої, С. Вітвицької, О. Вознюк, Л. Голованчук, І. Дроздової, О. Дубасенюк, А. Журавльова, Л. Карпової, С. Козак, О. Мамчич, А. Маркової, Г. Мельниченко, О. Палій, О. Пометун, Л. Пуховської, С. Савельєвої, Н. Саєнко, С. Сисоєвої, Н. Тализіної, Л. Шевчук.

Підвищений інтерес науковців до проблеми професійної підготовки студентів у технічних університетах зумовлений потребами розв'язання суперечностей між невідповідністю усталеної практики професійної підготовки фахівців у технічних університетах та необхідністю підвищення її ефективності; сучасним станом професійної підготовки майбутніх фахівців у технічних університетах та потребою активізації форм і методів пізнавальної діяльності студентів, підвищення рівня їх активної самостійності, забезпечення суб'єкт-суб'єктних відносин; обсягом професійно-значущої інформації та навчальним часом, відведеним на її засвоєння; реальним і необхідним рівнем готовності викладачів технічних університетів до підвищення ефективності професійної підготовки майбутніх фахівців у технічних університетах та недостатньою сформованістю міжпредметних зв'язків навчальних дисциплін [3, с. 283].

Компетентнісний підхід сьогодні втілює інноваційну тенденцію в розвитку освіти й виступає як умова і спосіб досягнення її нової якості, як радикальний засіб модернізації. Реалізація такого підходу сприяє розвитку здібностей діяти в проблемних, нестандартних ситуаціях, шукати свій спосіб рішення, виробляти індивідуальний стиль діяльності. У нових умовах розвитку інформаційного суспільства виникає необхідність розроблення єдиної загально-державної стратегії у галузі освіти, орієнтованої на формування і розвиток у молоді навичок життя в інформаційному суспільстві [2, с. 41].

А, отже, необхідними є переорієнтація освітнього процесу з екстенсивної моделі, що зводиться до передачі об'єкту певної суми готових знань на інтенсивну модель, в основі якої лежить формування здатності до самоосвіти, самовдосконалення; перехід від формального викладання, спрямованого на надбання знань, до навчання, що призводить до освоєння компетенцій; наявність інновацій як у процесі, так і в методах навчання.

Запровадження інноваційних технологій вимагає від викладача вищу опрацювання спеціальної додаткової літератури, аналізу педагогічного досвіду педагогів-новаторів, розробки плану запровадження нової техніки, оптимального поєднання гуманітарних, природничо-математичних знань, введення інтегрованих курсів, курсів за вибором; психології людських взаємин, міжпредметних зв'язків. Залежно від особливостей новачки ефективними можуть бути різні методи її реалізації, а учасники мають маневрувати ними залежно від ситуації. Якість реалізації таких технологій зумовлена їх цілями, методами, засобами,

організованістю, знаннями, здібностями, зацікавленістю у досягненні найвищих результатів, особливостями комунікації між ними.

Широке впровадження комп'ютерних і програмних інновацій сприяє підвищенню інтересу й загальної мотивації до навчання, його індивідуалізації, активізації учіння завдяки широкому використанню швидкозмінних форм подання інформації, доступу до «банків інформації», створенню ситуацій змагання, розширенню тестового репертуару, об'єктивності контролю. Це дозволяє досягти максимальної економії часу для засвоєння матеріалу у значних обсягах, стимуляції творчості, уяви, навичок узагальнення та конкретизації наукових фактів.

Такі методики покликані акумулювати науково-технічні досягнення і розробки в навчальний процес, стимулювати інтелектуальні здібності та творчий потенціал його учасників, плекати високу загальну й професійну культуру, лідерські якості та громадянську свідомість майбутніх фахівців, допомагають залучити до різноманітних дидактичних завдань усіх учасників.

У контексті компетентнісного підходу, на нашу думку, завдання освіти полягає не в тому, щоб надати студентові якомога більше інформації, а в тому, щоб зробити його діяльність успішною, навчити знаходити індивідуальну компетентність у кожній справі. Однак ця компетентність не може бути задана заздалегідь. Продіагностувати її можна тільки у процесі діяльності. Тому будь-яка діяльність потребує певного рівня компетентності, тобто єдності як теоретичної, так і практичної готовності до її здійснення, наявності особистісних можливостей, що дозволяють фахівцеві самостійно й ефективно реалізовувати свої цілі в професійній, особистісній і суспільній діяльності.

До базових компетентностей системи професійної освіти відносять загальнонаукові знання (знання основних законів природи, суспільства, діяльності людини); соціально-економічні (знання основ економіки й організаційної поведінки); громадянсько-правові (знання громадянсько-правових норм; інформаційно-комунікаційні (знання основ інформатики і комунікативних технологій); політехнічні (знання природничо-наукових основ техніки, принципів функціонування автоматизованого виробництва системи контролю і управління ними); спеціальні (загально професійні знання в галузі цілісної професійної діяльності) [9, с. 26].

У цьому контексті доцільно виділити сутнісні характеристики компетентності фахівця. До них відносимо: ефективне використання здібностей; володіння знаннями, вміннями й здібностями, необхідними для роботи за фахом при одночасній автономності й гнучкості щодо рішення професійних проблем; розвинена співпраця з колегами і професійним міжособистісним середовищем; інтегроване поєднання знань, здібностей, установок; здатність виконувати свою роботу добре, ефективно, з високим ступенем саморегулювання, саморефлексії, самооцінки та швидко реагувати на динаміку обставин і середовища.

Ефективність результатів студентів також залежить від використання у навчальному процесі сучасних педагогічних технологій (інформаційно-діяльнісної, креативної мета-педагогіки, НІТ), прогресивних методів навчання (проблемного, модельного, системно-діяльного підходу, блочно-модульного принципу навчання), залучення студентів до участі в мережних телекомунікаційних проектах. Найбільш природним для майбутніх інженерів-педагогів у цьому випадку є метод «занурення», коли в самому процесі студенти стають як об'єктами освітньої діяльності, так і її суб'єктами.

У зазначеному контексті варто виділити основні критерії професійної компетентності майбутнього фахівця технічного університету. До них відносимо сформованість професійних знань, умінь, навичок, особистісних якостей, які необхідні для професійної діяльності. Їх набуття здійснюється поступово, виходячи з компонент успішної професійної діяльності (професійного відбору, рівня підготовки, особистісних якостей, мотивів, прагнень, рівня домагань, первинної професіоналізації у процесі професійної підготовки відповідно до вимог суспільства (галузевих стандартів вищої технічної освіти), досвіду, кваліфікації, умов праці)). Наявність освітньої кваліфікації майбутнього фахівця як претендента на зайнятість не гарантує успішного виконання професійних функцій і потребує періоду довготривалої адаптації та набуття досвіду.

Таким чином, усі зазначені характеристики професійної компетентності не можна розглядати ізольовано, оскільки вони носять інтегративний, цілісний характер, є продуктом професійної підготовки, а сукупність названих компонентів створює певну систему цінностей. Інженер-педагог повинен мати певні знання, уміння й навички у виробничо-технічній області, бути фахівцем-виробником досить високої кваліфікації. Водночас йому необхідно бути професіоналом у педагогічній діяльності (знати й уміти використовувати найбільш ефективні методи навчання, чітко формулювати навчально-виробничі завдання, відповідати за результати своєї діяльності).

Отже, цілісний аналіз структури професійної компетентності випускника технічного університету показав, що його професійна компетентність – це сукупність фундаментальних інтегрованих теоретичних знань викладача й способів їх застосування в конкретних педагогічних ситуаціях, ціннісних орієнтацій педагога, узагальнених умінь і здібностей, особистісних і професійно значущих якостей; інтегровані показники його культури (мова, стиль спілкування, відношення до себе й своєї діяльності, до суміжних областей знань й ін.), що відображають рівень гуманістичної спрямованості, технологічності й майстерності, творчого підходу до організації педагогічної діяльності, готовності до постійного самовдосконалення. Тому професійна компетентність правомірно розглядати як важливу складову особистісної структури інженера-педагога, що включає інтелектуальну, емоційну, духовно-моральну, дієво-вольову сфери й супроводжує усі напрями його професійної діяльності.

Отже, необхідність модернізації сучасної освіти спонукає вчених до обґрунтування та пошуку способів реалізації компетентнісного підходу в освіті, змістовна і процесуальна складові якого спрямовані на досягнення нового цілісного освітнього результату, що відображає одночасне засвоєння змісту освіти й розвиток особистості. В умовах такого підходу здебільшого акцентують увагу на результаті навчання; як результат розглядається не сума засвоєної інформації, а здатність людини діяти в різних проблемних ситуаціях, застосовувати досвід успішної діяльності в певній сфері.

Список використаних джерел:

1. Зеер Э.Ф. Профессиональное становление личности инженера-педагога / Эвальд Фридрихович Зеер. – Свердловск: Изд-во Урал, 1988. – 120 с.
2. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: бібліотека з освітньої політики: монографія / Н.М. Бібік, Л.С. Ващенко, О.І. Локшина, О.В. Овчарук, Л.І. Парашенко, О.І. Пометун, О.Я. Савченко та ін.; під заг. ред. О.В. Овчарук. – Київ: К. І. С., 2004. – 112 с.

3. Скібіна О. В. Сутність та структура професійної компетентності майбутніх інженерів-педагогів // *Духовність особистості: методологія, теорія і практика* – 2012–1 (48) – С. 150-157.

4. Сучасні аспекти професійної підготовки студентів у технічних університетах [Електронний ресурс] / О. Андрусь // *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. – 2011. – № 4 (2). – С. 283-294. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/prpsv_2011_4\(2\)_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/prpsv_2011_4(2)_43)

УДК 378

*В.А. Савчук, здобувач вищої освіти,
Науковий керівник: Л.М. Потапюк, к.пед.н., доцент,
Луцький національний технічний університет*

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ЯК ОСНОВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ

Сьогодні європейський вибір в напрямку реформи вищої освіти – одне із найбільш обговорюваних питань. Тому виправданим є дослідження взаємодії міжнародних та національних факторів впливу на напрямок державної політики в сфері вищої освіти України в процесі її входження до європейського освітнього простору. Вдосконалення системи державного управління вищою освітою ґрунтується на розробці комплексного підходу розвитку всіх його складових з урахуванням поставленої мети – євроінтеграції в управлінні вищою освітою [1]. Один з істотних моментів моделювання системи державного управління вищою освітою пов'язаний із встановленням академічної доброчесності в українських вишах та освітньому середовищі.

Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та наукових досягнень [2]. Це означає, що в процесі навчання чи досліджень, студенти, викладачі та науковці керуються принципами чесної праці. Поняття академічної доброчесності включає в собі такі цінності, як запобігання шахрайству, фальшуванню та плагіату; чесність і ретельність у дослідженнях і науковому видавництві; підтримку академічних стандартів [3].

Практика академічної доброчесності поступово застосовується вишами України. Не є винятком Луцький національний технічний університет. Варто зазначити, що Луцький НТУ є офіційним партнером Проекту сприяння академічній доброчесності в Україні (SAIUP) з лютого 2016 року і разом із ще 10 українськими вишами взяв на себе зобов'язання формувати і розвивати систему академічної доброчесності в академічній спільноті.

В університеті ми (першокурсники) познайомились новою та невідомою для нас дисципліною «Основи академічного письма». Вона одразу викликала певний інтерес, адже ніхто до кінця не розумів, що вивчає цей предмет і для чого він взагалі потрібен. Але з часом у кожного із нас склалося певне враження про цей курс.

Неважко здогадатись, що фундаментальним принципом дисципліни «Основи академічного письма» є академічна доброчесність. І саме її ми прагнемо здобути в нашому житті: як студентському, так і повсякденному. Що означає для нас

дотримання академічної чесності в навчальному процесі? Насамперед, це самостійне виконання завдань. Студент повинен докласти максимум зусиль, щоб проявити оригінальність та розкрити свій потенціал.

На заняттях з «Основ академічного письма» ми практикуємо поважати думку один одного, впевнено доносити свої ідеї та уважно слухати своїх одногрупників, мислити самостійно, правильно користуватися джерелами інформації, навчатись чесно та грамотно. А отже, на кожному занятті ми отримуємо завдання, які розвивають у нас певні навички та здібності. Так, пошук і знайомство з кодексами честі різних українських та зарубіжних університетів допоміг нам загалом почерпнути знання про академічну доброчесність у стінах навчальних закладів.

Перегляд серіалу «Бeverлі-Гіллз, 90210» (1 сезон, 5 серія) допоміг спроектувати реальну ситуацію та зробити висновки про те, якої шкоди завдає списування.

Наступним кроком на шляху до академічної доброчесності є посилання на джерела інформації при запозиченні чужих ідей та тверджень. Студент, викладач, науковець може використовувати інформацію, яка є загальновідомою, але при запозиченні в певного автора, посилання на джерело є обов'язковим. Крім цього, суб'єкт академічної доброчесності зобов'язується надавати достовірну та перевірену інформацію про результати наукових досліджень. Тобто, надання завідомо неправдивої інформації стосовно власної освітньої діяльності є неприйнятним явищем. Дотримання норм законодавства про авторське право також є одним з ключових шляхів до «очищення» вищої освіти від недоброчесних наукових праць.

Порушенням академічної доброчесності вважається:

- *академічний плагіат* – навмисне відтворення викладачем, докторантом, аспірантом або студентом у письмовій або електронній формі чужого твору, опублікованого на паперовому або офіційно оприлюдненого на електронному носії, повністю або частково, під своїм іменем без посилання на автора;
- *фабрикація* – фальсифікація в освітньому процесі;
- *списування* – використання без відповідного дозволу зовнішніх джерел інформації під час оцінювання результатів навчання;
- *хабарництво* – надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна чи послуг матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної вигоди в освітньому процесі [2].

Повідомлення на тему плагіату дозволили нам усвідомити цю широко розповсюджену проблему, яка в освітній та науково-дослідницькій діяльності останнім часом набула особливої гостроти. Плагіат став предметом дискусій вчених, політиків, урядовців, викладачів і студентів. До плагіату відносять такі дії, як: списування, фальсифікація, реплікація, републікація, рерайт, компіляція, перефразування частин тексту інших авторів без посилання на джерело та ін.

Органами, які покликані встановлювати для запобігання плагіату правила і контролювати їх дотримання, зокрема у сфері вищої освіти, є Міністерство освіти і науки України, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, ректори, головні редактори наукових видань, спеціалізовані вчені ради. Не можна вилучати з цього переліку й колективи кафедр, кожного викладача, які несуть не лише репутаційну, а й правову відповідальність.

На сьогодні в інтернет-просторі існує безліч систем перевірки тексту на плагіат. Серед професійних програм слід зазначити eTXT [4], AdvengoPlagiatus [5], Turnitin [6].

На заняттях з «Основ академічного письма», окрім всього зазначеного вище, ми вчимося розвивати свої ораторські здібності, формували навички публічного виступу та дискусії. Одним із поставлених завдань було представлення виступів з наукової конференції «TED».

Одним із основних завдань на заняттях є розробка кодексу честі Луцького національного технічного університету, який має стати своєрідною його візитівкою. На нашу думку, в кодексі честі вишу варто зазначити, що особи, які здобувають освіту в Луцькому НТУ, зобов'язуються здійснювати академічну діяльність з чесністю - тобто діяльність, яка дотримується наукових та інтелектуальних стандартів, достовірності джерел, належного збору та використання даних, а також прозорого підтвердження внеску інших у власні ідеї, відкриття. Обман на іспитах, плагіат або репрезентація чужих ідей за власні, фальсифікація даних, або будь-який інший приклад академічної нечесності, порушує стандарти нашої громади.

Основним положеннями Кодексу Честі студента Луцького НТУ мають бути такі:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання;

- посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право;

- підтримка цілісності університету як спільноти вчених, в яких свобода слова доступна всім;

- взаємоповага між усіма учасниками академічного середовища;

- підтримка духу академічної доброчесності як в стінах університету, так і за його межами.»

Отже, академічна доброчесність є одним із тих євроінтеграційних процесів і головних шляхів, які стимулюють до інтенсивнішого розвитку якісної та чесної вищої освіти. Нам потрібно переймати досвід європейських країн, активно впроваджувати перевірені світом практики задля підвищення рівня якості освіти в Україні.

Список використаних джерел:

1. Удосконалення державного управління вищою освітою в контексті європейської інтеграції, ст. 7 / Сікорська І.М. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2006/06simkei.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1

2. Що таке академічна доброчесність? / Радейко Р. <http://aphd.ua/shcho-take-akademichna-dobrochesnist/>

3. Культура академічної доброчесності: роль бібліотек» / Українська бібліотечна асоціація <https://ula.org.ua/255-programi-proekti/3582-kultura-akademichnoi-dobrochesnosti-rol-bibliotek>

4. <https://www.etxt.ru/antiplagiat/>

5. <https://advego.ru/plagiatius/>

6. <https://turnitin.com/gateway/index.html>

УДК 631.11

О.М. Помаз, к.е.н., доцент,

Ю.В. Помаз, к.і.н., доцент,

Полтавська державна аграрна академія

**ВПЛИВ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ–ВИРОБНИКІВ
ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

За умов, коли Україна інтегрується у світовий економічний простір, все більшої ваги набувають проблеми забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки в цілому та окремих її складових зокрема. Якщо до недавнього часу ці завдання могли вирішуватися відносно поступово, то нині, в умовах світової економічної кризи, проблеми, які стоять перед вітчизняними виробниками, загострилися, що має прямий вплив на економічну безпеку нашої держави і добробут її громадян. Таким чином, питання забезпечення конкурентоспроможності набули неабиякого значення.

Процес формування конкурентоспроможних господарських структур ринкового типу, здатних з максимальною ефективністю використовувати землю та забезпечувати стабільну продовольчу безпеку держави посідає важливе місце в аграрній політиці. Значення конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери в мовах сучасної економіки незмінно зростає, набуває більшої необхідності насичення ринку сільськогосподарськими продуктами вітчизняного виробництва, покращення їх якості, розширення асортименту та визначає спроможність країни реалізовувати свою продукцію як усередині так і поза країною [1].

В табл. 1 проаналізовано фактори впливу макросередовища на конкурентоспроможність підприємств–виробників продукції рослинництва Полтавської області. Як ми можемо бачити, фактори макросередовища мають суттєвий як позитивний, так і негативний вплив на підприємство. Очевидно, що за таких умов необхідно ефективно використати позитивні фактори і нівелювати негативні.

Враховуючи сучасні умови, вважаємо, що для нівелювання впливу негативних факторів на конкурентоспроможність підприємств–виробників продукції рослинництва Полтавської області слід спрямувати зусилля на:

- прискорення процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продуктів харчування у сфері агропромислового виробництва;
- розвиток механізмів державної підтримки і допомоги аграріям як обов'язкової умови існування і зростання сучасного аграрного виробництва і продовольчого ринку, зокрема, надання довготермінових кредитів;
- стимулювання економії сільськогосподарськими виробниками усіх видів ресурсів, в першу чергу енергоносіїв;

- стимулювання соціально-економічного розвитку достойних умов життєдіяльності сільських жителів і формування привабливого обличчя сільської місцевості в Україні та в Полтавській області зокрема;

Таблиця 1

Класифікація факторів впливу макросередовища на конкурентоспроможність підприємств–виробників продукції рослинництва Полтавської області

Компоненти	Фактори, що впливають на підприємство	
	Позитивні	Негативні
Демографічні	1. Тимчасове поселення в межах області переселенців зі Сходу України, як потенційних працівників	1. Зниження народжуваності. 2. Старіння населення. 3. Міграція населення
Соціальні	1. Працьовитість населення Полтавської області, досить міцні хліборобські традиції. 2. Позитивне ставлення населення до вітчизняних товарів	1. Низький рівень розвитку соціальної сфери та інфраструктури сільської місцевості, що спричиняє відтік робочої сили, плінність кадрів
Технологічні	1. Прискорення науково-технічного прогресу. 2. Можливість доступу вітчизняних аграріїв до найновіших технологій, переймання передового досвіду	1. Високі ціни на засоби виробництва та установку новітнього обладнання, зокрема на сільськогосподарську техніку, запчастини, посівний матеріал, добрива, засоби захисту рослин і т.п.
Економічні	1. Сільськогосподарська продукція є однією з ключових позицій у зовнішньоторговельному товарообороті України і Полтавської області. 2. Інвестиційний потенціал сільського господарства має значні перспективи з огляду на перманентне глобальне зростання цін на продовольство	1. Кризовий стан економіки країни. Суттєве знецінення національної грошової одиниці. 3. Високий рівень інфляції та безробіття. 4. Невідповідність української продукції європейським стандартам. 5. Зростання цін на енергоносії. 6. Підвищений рівень капіталізації окремих сегментів аграрного сектору є наслідком надмірної експлуатації природно-ресурсного потенціалу, свідченням чого виступає нарощування посівних площ сільськогосподарських культур експортної, зокрема, енергетичної спрямованості
Політичні і правові	1. Підписання Угоди про асоціацію між Україною та країнами ЄС, а також створення в рамках цієї Угоди Зони вільної торгівлі (ЗВТ) з Європейським Союзом є важливими чинниками розвитку аграрної галузі	1. Бойові дії на Сході України, терористичні загрози, нестабільна політична ситуація і протистояння політичних сил. 2. Не всі прийняті закони набули сили і виконуються. 3. Значний поки що рівень корупції в країні. 4. Відсутній чіткий механізм покарання за несвоєчасні розрахунки за товари і послуги, а також за несвоєчасну виплату заробітної плати

- нарощування виробництва та експорту продукції переробки, а не первинної сільськогосподарської продукції;

Список використаних джерел:

1. Донських А.С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають / А.С. Донських // Ефективна економіка. – 2011. – № 12. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=850>

2. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми. Монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.

3. Нужна О. А. Оцінка рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / О. А. Нужна // Економіка АПК. – 2006. – № 4. – С. 110 – 115.

4. Про схвалення Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. (Кабінет Міністрів України, Розпорядження від 17 жовтня 2013 року № 806-р) [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/806-2013-p>

УДК:658:338.45:339.13:005.21(477)

*Н.Г. Сейсебаєва, к.е.н.,
Р.Є. Завальнюк, здобувач вищої освіти,
Запорізький національний університет*

СУТНІСТЬ ТА УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ НАСТУПАЛЬНИХ ТА ОБОРОННИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Стратегія розвитку підприємства являє собою комплексний план заходів, за допомогою яких необхідно досягати поставлених стратегічних цілей. Однією зі складових цього плану є стратегія конкурентної боротьби, яка посідає важливе місце серед критеріїв формування загальної стратегії господарюючого суб'єкта, оскільки конкурентоспроможність є ключовим параметром, що може принести успіх підприємству.

Заходи з приводу конкурентних протистоянь можна порівняти з військовими діями. Саме тому в контексті напрямку руху суб'єкта економічної діяльності стосовно стратегії конкурентної боротьби виділяють наступальні та оборонні стратегії [7].

До основних наступальних стратегій, які мають практичні прецеденти в Україні слід віднести[5]:

- стратегію лідерства. Вона полягає в поставленні за мету стати першим, провідним підприємством у певній сфері діяльності та збуту. Зазвичай навіть великі і потужні підприємства не ризикують використовувати її для широкого кола видів продукції. Як правило, вона застосовується лише до одного чи кількох окремо взятих продуктів, там, де створені сприятливі умови для проведення такої стратегії (ресурси, науково-технічний потенціал). Активна наступальна стратегія є вкрай ризиковою з позицій завоювання і збереження ринкових позицій і пов'язана зі значними витратами ресурсів. Прикладом українського підприємства, яке використовує таку стратегію можна вважати Метінвест – компанію, що зосередилася виключно на гірничо-видобувній продукції і, на сьогоднішній день є лідером кількох промислових галузей в Україні, які формують лівову частку ВВП[6].

- стратегію прямування за лідером. Підприємство фокусується на швидкому розширенні ринкової ніші за рахунок співпраці з більш розвинутою галуззю. Сенс такої стратегії полягає в тому, що організація зосереджується на інноваціях (продуктах), які необхідні для задоволення потреб у інших галузях на етапі виробництва. Основна мета - безпечна торговельна політика, коли підприємство намагається уникнути великого ризику, а також можливих труднощів під час освоєння нової продукції з високими інноваційними характеристиками. Таку стратегію сповідує більшість підприємств хімічної галузі України, зокрема Одеський припортовий завод - компанія, що спеціалізується на виготовленні хімічної

продукції, призначеної для задоволення виробничих потреб інших галузей, зокрема сільського господарства та нафтохімічної сфери (співпраця з Одеським НПЗ в якості підприємства-сателіта) [2].

В цілому, наступальними стратегіями можна вважати будь-які економічно агресивні дії підприємства які, як очікується, повинні принести компанії значний прибуток, вивести в лідери регіону, галузі за показниками продажів тощо.

Ключові оборонні стратегії, що мали місце на практиці в умовах української економіки, передбачають такі види [5]:

- стратегія імітації. Спирається на використанні відомих технологій та їх розвитку згідно з вимогами специфічного ринку. Наприклад, фармацевтична промисловість, що виготовляє ліцензовані ліки або популярні ліки на закінчених патентах. Яскравим прикладом є компанія Фармак, частка власних розробок у структурі продажу якої не перевищує 1-2% [4]. Фірма, що проводить стратегію імітації, не несе витрат на дослідження (за винятком витрат на придбання ліцензій) і тому може досягати значного зниження витрат і високої рентабельності продажу.

- стратегія очікування. Вона здійснюється за невизначеності ситуації і попиту споживачів. У цьому разі фірма займає очікувальну позицію до прояснення ситуації на ринку, а потім нарощує виробництво і збут нового продукту. На ранній стадії розвитку будь-якої галузі фірма ставить за мету уважно спостерігати за цим процесом. Спостереження дає змогу фірмі одержати інформацію про вимоги до технології та персоналу, визначити перспективи галузі з погляду прибутковості й потенціалу зростання, оцінити власні можливості. Коли галузь дозріє, проясняться її перспективи і фактори успіху для очікуваної фірми, тоді фірма вдається до тактичних дій: розгортає власні НДДКР, купує ліцензії, створює спільне підприємство з фірмою-новатором або купує його. Прикладом прихильника такої стратегії в Україні є на сьогоднішній день АвтоЗАЗ. Підприємство скоротило виробництво легкових автомобілів у 2015 р. на 98% порівняно з попереднім. Проте, на даний момент (2017 р.) виробничі лінії запорізького заводу зосереджені на автівках типу Сargo та невеликих автобусах, попит на які в Україні є незадоволеним і поступово нарощує темпи виробничого циклу дочекавшись влучного моменту для повернення на ринок [1].

- стратегія злиття і поглинання. Така стратегія має за мету покращити позиції організації на ринку за рахунок об'єднання з фірмами-користувачами, фірмами-постачальниками і фірмами-конкурентами. Її переваги - швидке входження на ринок. Її можна розглядати і з позиції наступальних дій, проте, як правило, в Україні підприємства, що потребують злиття заради свого існування мають більшу мотивацію, аніж суб'єкти економічної діяльності, які прагнуть розширення виробництва. Прикладом використання такої стратегії можна назвати діяльність компанії Укрнафта, контрольним пакетом акцій якої володіє НАК «Нафтогаз України» з 1998 р. В даному випадку Укрнафта пішла на фактичне злиття з Нафтогазом з метою отримання пільг при реалізації паливних ресурсів та пріоритетних позицій на державних тендерах [3].

Отже, українські підприємства формують свої конкурентні пріоритети і відповідно обирають наступальні чи оборонні стратегії в залежності від поставлених цілей та завдань власниками та/або керівництвом. Слід зауважити, що одна і та сама модель поведінки може не бути такою ж успішною для інших підприємств галузі, тому вибір стратегії конкурентної боротьби є суто закритим процесом управлінського апарату тієї чи іншої фірми. Для українських підприємств таке

планування відіграє чи не найважливішу роль в мінливих економічних умовах та поточних процесах політичної, економічної та соціальної трансформації нашої держави. Саме тому необхідно сповідувати комплексний та системний підходи при визначенні основних векторів розвитку підприємства на конкурентному ринку.

Список використаних джерел:

1. ПАТ «Запорізький автомобільний завод» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.zaz.ua/>
2. ПАТ «Одеський припортовий завод» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.opz.odessa.net/>
3. ПАТ «Укрнафта» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Укрнафта>
4. ПАТ «Фармак» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://farmak.ua/>
5. Соха Л. О. Основи стратегічного планування підприємства. – К.: Либідь, 2014. – 297 с.
6. ТОВ «Метінвест Холдинг». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.metinvestholding.com/ua>
7. Чечер А. К. Конкурентне середовище України у сфері промислового виробництва. – Вісник ЛНУ.: №53(1), 2015. – С.182-187

УДК 35.072.6-027.555

*О.І. Сердюк, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

ДО ПИТАННЯ ПРО ПОНЯТТЯ ТА МЕХАНІЗМ ГРОМАДСЬКОГО КОНТРОЛЮ

Головною передумовою реалізації Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» є суспільний договір між владою, бізнесом та громадянським суспільством, де кожна сторона має свою зону відповідальності [3]. Для цього влада бере на себе відповідальність провести реформи, забезпечити баланс інтересів між громадянським суспільством, державою і бізнесом, просто прозора та якісно працювати за новими підходами, гарантувати дотримання прав людини; а бізнес – підтримувати та розвивати державу, бізнес-середовище та громадянське суспільство, сумлінно сплачувати податки, здійснювати ефективні інвестування в економіку держави, дотримуватися принципів чесної праці та конкуренції. Відповідальність громадянського суспільства – контролювати владу, жити відповідно до принципів гідності та неухильно додержуватися Конституції України та законів України.

Громадський контроль мають право здійснювати об'єднання громадян, громадські ради/колегії, засоби масової інформації, окремі громадяни.

У науковій літературі сформувались різні підходи до розгляду сутності та основних функцій громадського контролю над органами влади. Погодимось з Бублій М. П. – абсолютна більшість сучасних дослідників сходяться на думці, що громадський контроль – це діяльність інститутів громадянського суспільства та окремих громадян, спрямована на встановлення відповідності дій органів державної влади нормам законодавства, а також на коригування виявлених відхилень [2, с. 16].

Автори законопроекту про громадський контроль 2737-1 від 13.05.2015 пропонують розглядати громадський контроль як суспільну діяльність громадських

об'єднань, предметом якої є здійснення нагляду за відповідністю діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб Конституції України, законам України, іншим нормативно-правовим актам та за дотриманням ними державної дисципліни [4].

На нашу думку громадський контроль можна визначити як нагляд громадськості за діяльністю органів державної влади, місцевого самоврядування та їх посадових осіб, її перевірка на відповідність проголошеним цілям (завданням), коригування цієї діяльності і самих цілей (завдань). Метою громадського контролю є підвищення якості послуг, захист і забезпечення прав і свобод людини.

Особливістю громадського контролю є забезпечення такої класичної складової процесу контролю як вироблення стандартів і критеріїв (формування цілей) вищими державними інституціями.

При здійсненні громадського контролю, в залежності від його об'єкту, застосовуються як ресурсний (об'єкти контролю – фінансові, матеріальні, трудові інформаційні ресурси тощо) так і процесний підходи (об'єкти контролю – управлінські процеси, рішення).

Аналіз практики здійснення громадського контролю дозволив О. О. Борбунюку виділити такі його форми: 1) участь суб'єктів громадського контролю в роботі консультативно-дорадчих органів об'єктів громадського контролю; 2) подання індивідуальних або колективних звернень громадян; 3) подання запитів, зокрема, на отримання публічної інформації; 4) заслуховування звітів про результати роботи; 5) громадські слухання; консультації з громадськістю; 6) публічні громадські обговорення; 7) вивчення громадської думки; 8) громадський моніторинг; 9) громадська експертиза; 10) громадські перевірки; 11) громадські розслідування; 12) подання позовів до суду щодо призупинення або скасування рішень суб'єктів владних повноважень; 13) безпосередня участь в управлінні державними справами (доступ до засідань колегіальних органів владних повноважень та проведення громадських слухань) [2, с. 128].

Зазначений список є далеко не вичерпним і не однорідним. Ряд форм громадського контролю знаходяться за межами правової регламентації.

Оскільки громадський контроль розглядається як спосіб залучення населення до управління суспільством та державою, серед різноманіття форм громадського контролю доцільно виділити: інструменти безпосереднього контролю (громадська експертиза, громадські перевірки, громадські розслідування тощо); інструменти співпраці (членство у виконавчому комітеті на громадських засадах, членство у наглядових радах комунальних підприємств, залучення до роботи в тимчасових контрольних комісіях ради тощо); форми участі громадськості в управлінні (місцеві ініціативи, громадські слухання, загальні збори).

В стратегічній перспективі участь громадськості в управлінні має стати домінуючим інструментом громадського контролю, що дозволить сприймати та реалізувати громадський контроль як громадську участь найвищого рівня. Погляд громадянського суспільства на ті чи інші проблеми має бути вирішальним для прийняття рішень органами державної влади та місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Борбунюк О. О. Форми громадського контролю як засобу забезпечення законності нормативно-правових актів у державному управлінні / О. О. Борбунюк // Часопис Київського університету права. – 2015. – № 1. – С. 127-132.
2. Бублій М. П. Особливості здійснення громадського контролю за діяльністю

органів державної влади та місцевого самоврядування / М. П. Бублій. – Международный научный журнал. – 2016. – № 5. – С. 14-18.

3. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс] / Президент України; Указ, Стратегія від 12.01.2015 № 5/2015. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/5/2015>.

4. Проект Закону про громадський контроль [Електронний ресурс] / Верховна рада України: офіційний веб-портал. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55101.

УДК 339.9

*В.С. Руденко,
Міжнародний освітній фонд «Грааль»*

СУЧАСНІ ФОРМИ СПІВПРАЦІ ГЛОБАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ З КРАЇНАМИ, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

Країни, що розвиваються, за допомогою ТНК намагаються вирішити соціально-економічні проблеми, які без залучення відповідних інвестицій та новітніх систем управління, загрожують не лише національній конкурентоспроможності, але й навіть теоретичній можливості цих держав подолати інфраструктурний та технологічний розрив. Успішність або невдача співпраці глобальних корпорацій та країн, що розвиваються, визначаються формою взаємодії компаній з національним середовищем приймаючої країни, а також здатністю уряду створити максимально сприятливі умови для залучення міжнародного досвіду та поширення його на максимально можливу кількість галузей пріоритетного значення.

В умовах обмеженості власної фінансово-економічної бази більшості країн, що розвивається, доводиться погоджуватись на активізацію іноземної присутності переважно в галузях та секторах з низькою часткою доданої вартості, що посилює ймовірність потрапляння окремих країн до відомої «Мальтузіанської пастки», коли спеціалізація країни на низько-технологічному виробництві із залученням низькокваліфікованої робочої сили призводить її до вимушеної «спеціалізації на бідності» у зв'язку з обміном власної продукції на високотехнологічні вироби [1]. У цьому контексті перспективи окремих країн вирватися із такого становища залежать від їхньої здатності використовувати та розробляти інноваційні форми співпраці з іноземними ТНК та створювати передумови для підвищення рівня транснаціоналізації національних компаній [3].

Важливу роль ТНК традиційно відіграють у розвитку інфраструктури країн, що розвиваються. Іще починаючи з 30-х років ХХ століття електроенергетика загального користування у багатьох країнах належала іноземцям з високою часткою іноземного володіння, зокрема Бразилія (понад 67,0 %), Чилі (88,0 %), КНР (понад 51,0 %), Ефіопія (100,0 %), Малайзія (46,0 %) , Таїланд (88,0 %) [1]. Упродовж 1990-2000 рр. прямі іноземні інвестиції ТНК в електроенергетику та водопостачання країн, що розвиваються, зросли до 33,0 млрд. дол. США, а вже у 2006 р. до 47,0 млрд. дол. США. Упродовж 2000-2006 рр. 52,0 % участі ТНК в інфраструктурних проектах припадало на прямі іноземні інвестиції, решта 48,0 % на концесії. У розрізі секторів частка ТНК відрізнялась: телекомунікації (35,2 %), електроенергетика (30,0 %), водопостачання (25,2 %) та транспорт (19,3 %) [1, 3].

У подальші 2006-2016 роки ТНК беруть участь у розвитку інфраструктури за допомогою низки способів. Структурно, як свідчить досвід країн-членів АСЕАН, вони включають у себе переважно: прямі іноземні інвестиції (ПІІ) 19,7 %; «зелений простір» 11,2 %, злиття та поглинання (М & А) % 12,8, участь у приватизації, концесії, товариства чи консорціум – 61, 7 % [2].

Слід зазначити, що хоча донедавна, зважаючи на переваги власності, знання, торгові марки та фінансові можливості, ТНК з розвинених країн були бажаними партнерами для створення інфраструктури, то вже станом на 2015 рік інфраструктурні компанії таких країн як Республіка Корея та Гонконг (Китай), а також нові гравці з регіону АСЕАН та КНР стали домінуючими інвесторами у проектах державно-приватного партнерства, диверсифікувавши суб'єктну диспозицію у регіоні (табл. 1).

Китайські ТНК, пов'язані з інфраструктурою, швидко стають усе помітнішими в ландшафтному розвитку інфраструктури в АСЕАН [2]. Вони брали участь у створенні інфраструктури в усіх регіонах. Ці гравці не тільки працюють підрядниками, але також інвестують в інфраструктуру та володіють нею, застосовуючи різноманітні механізми державно-приватного партнерства.

Слід зазначити, що побоювання країн, які розвиваються, стосовно надмірної залежності від транснаціональних інвесторів у проведенні реформування національної інфраструктури є цілком обґрунтованими. У деяких державах-членах, таких як Сінгапур, активи по виробництву електроенергії були приватизовані, а іноземні ТНК тепер є власниками цих активів. Senoko Power, що колись належала Уряду, зараз належить компанії Lion Power, яка контролюється консорціумом під керівництвом Marubeni (Японія), включаючи GDF Suez (Франція), Kansai Electric Power (Японія), Kyushu Electric Power (Японія) та Японський банк міжнародного співробітництва. Китайська Huaneng Group володіє Tuas Power, а Малайзійська YTL Power International володіє Power Seraya у Сінгапурі. Левова частка виробництва електроенергії в Сінгапурі поставляється від електростанцій, що належать іноземним компаніям.

Таблиця 1

Участь підрозділів ТНК в інвестуванні електричної галузі через проекти державно-приватного партнерства (приклад АСЕАН)

Дочірня компанія / завод	Локалізація	Види діяльності
Eastern Power and Electric Company	Таїланд	Незалежний виробник електроенергії у Bang Po
Marubeni Asian Power	Сінгапур	Маркетинг та розвиток енергетичних проектів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні
Cirebon Electric Power	Індонезія	Незалежний виробник електроенергії в Cirebon
San Roque Power Corporation	Філіппіни	Незалежний гідроенергетичний виробник в Лузоні

Джерело: UNCTAD, based on information from Marubeni's website

Японські ТНК, такі як Chubu Electric Power, Orix, Nippon Koei та Mitsui, придбали енергетичні компанії в АСЕАН; Yume No Machi Souzou Linkai придбала компанії у транспорті; I NTT і Kyocera придбали компанії в галузі телекомунікацій; Європейські ТНК, такі як Бабель (Сполучене Королівство) та Mox Telecom

(Німеччина) також здійснили придбання в секторі телекомунікацій [2].

Не зважаючи на досить високу інвестиційну активність іноземних ТНК щодо злиттів та поглинань, слід зазначити, що концесійні угоди та контракти ДПП продовжують домінувати в інвестиційних пріоритетах ТНК. Показово, що незалежно від країни походження ТНК (розвинута чи та, що розвивається) , їх інвестиційні інтереси переважають у надприбуткових секторах енергетики та електрики, транспорту та телекомунікацій. При цьому діапазон обсягів інвестиційної участі у проектах партнерства відрізняється для даних груп країн тим, що ТНК з КНР та Корейської республіки вкладають переважно значно більші кошти від 105 млн дол. США до 2, 8 мільярдів, тоді як європейські, американські та японські корпорації часто є обережнішими, стартуючи з 32 млн дол. США. Також за кількістю самих ТНК-учасників партнерських проектів країни, що розвиваються значно переважають[2].

Усвідомлюючи вплив засобів зв'язку на загальний розвиток населення, уряди багатьох країн, що розвиваються, установлюють різні обмеження щодо іноземного володіння в телекомунікаційних компаніях: у КНР – 49,0 % та до 50,0 % у послугах, що створюють додану вартість; Індія – 74,0 % за умови, що решта буде належати громадянам або компаніям Індії, Індонезія – 35,0 %; Малайзія – 30,0 і т.д. [1,3]. Подібні обмеження застосовуються також розвиненими країнами світу, тому такий підхід є цілком прийнятним для захисту національних інтересів від надмірної експансії ТНК.

Резюмуючи, зазначимо, що рівень соціального прогресу країн, що розвиваються, залежить від здатності їх уряду налагодити співпрацю з ТНК у різних секторах економіки, як у низькотехнологічних, так і високотехнологічних. Обмеження впливу іноземних ТНК на економіку країн, що розвиваються, досягається шляхом вибору форми залучення ТНК до проектів, які мають ключове значення для формування нових компонентів конкурентоспроможності країн, що розвиваються[3]. Взаємодія ТНК та країн, що розвиваються, носить амбівалентний характер, що полягає у потенційній реальності закріплення спеціалізації приймаючих країн у низькопродуктивній діяльності або виходу за межі «мальтузіанської пастки» за рахунок удосконалення національної інфраструктури та розвитку галузей зі зростаючою віддачею від капіталу, що дозволяє збільшити частку участі країни, що розвиваються, в глобальному ланцюзі доданої вартості ТНК.

Список використаних джерел:

1. World Investment Report 2009 “Transnational Corporations, Agricultural Production and Development” [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://unctad.org/en/docs/wir2009_en.pdf.
2. ASEAN Investment Report 2015 Infrastructure Investment and Connectivity. : Jakarta: ASEAN Secretariat, November, 2015 www.asean.org
3. Руденко-Сударева Л. Транснаціоналізація і конкурентний розвиток національних економік : теорія і практика країн, що розвиваються: Монографія / Л.Руденко-Сударева, В.Токар, Ю.Ткаченко та ін.. / за наук. редакцією д.е.н., професора Руденко-Сударевої Л.В. – Ніжин. :Видавництво «Аспект поліграф», 2014. – 568 с.

ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Формування економіки в умовах глобалізації можливо лише при якісній зміні її структури, заснованої на інноваційному розвитку конкурентоспроможності найважливіших секторів її реальної сфери.

Незважаючи на те, що різним аспектам стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств в економічній науці приділено достатньо уваги, доцільно констатувати, що в даний час практично відсутні роботи, присвячені комплексному дослідженню проблем стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах трансформаційної економіки.

Обґрунтування понятійно-термінологічного апарату є найважливішою передумовою для проведення наукового дослідження стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки від розуміння сутності, змісту і генезису використовуваних термінів і категорій залежить адекватність і правильність рішення поставлених завдань.

Дослідження показали, що в науковій теорії відомо велика кількість трактувань поняття «конкурентоспроможність підприємства» (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення термінів «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення і трактування
Портер Майкл [3]	Конкурентоспроможність – це обумовлений економічними, соціальними та політичними факторами стан країни або окремого товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.
Василенко В.О. [1]	Конкурентоспроможність – здатність організації домагатися своїх цілей в умовах ринку, на якому з аналогічними цілями діють інші підприємства.
Фатхутдинов Р.А. [5]	Конкурентоспроможність – властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, у порівнянні з аналогічними об'єктами, що є на даному ринку.
Шершньова З.Є., Оборська С.В. [6]	Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результатуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.
Дикань В.Л. [2]	Конкурентоспроможність – це особливе поєднання характеристик об'єкта, які визначають його місце в ієрархічній системі оцінок об'єктів, що до нього подібні.

Множинність підходів до визначення змісту даної категорії обумовлена різними вихідними позиціями вчених-економістів. Проведений аналіз існуючих поглядів на економічну сутність дефініції «конкурентоспроможність» дозволив провести систематизацію точок зору з досліджуваної проблеми (рис. 1).

Неоднозначність тлумачення досліджуваного поняття дозволила констатувати складність даної категорії і її багатоаспектність.



Рис. 1. Підходи до визначення сутності поняття «конкурентоспроможність» [систематизовано авторами на основі 1-6]

В результаті запропоновано трактувати конкурентоспроможність підприємства як його здатність утримувати існуючі і завойовувати нові позиції на ринку на основі створення та надання споживачам продукції, яка має більш високою цінністю в порівнянні з продукцією конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: [навч. посіб.] / В. О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.
2. Дикань В. Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография / В. Л. Дикань. – Харьков: Основа, 1995. – 160 с.
3. Портер М. Е. Конкурентное преимущество : как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. Е. Калинина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005 (ОАО Можайский полигр. комб.). – 715 с.
4. Сысоева Е. А. Стратегическое управление конкурентоспособностью светотехнических предприятий : автореф. дис. на получение наук. степени доктора экономических наук: спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством" / Сысоева Евгения Александровна. – Саранск, 2015. – 42 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М: ИНФРА-М, 2000. – 311 с.
6. Шершньова З. Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 66-84.

УДК: 338.43.009.12

*С.І. Кійко, магістрант,
Полтавська державна аграрна академія*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ФОРМУВАННЯ ЇХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В УМОВАХ РИНКОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

В умовах ринкової економіки підвищується рівень невизначеності й ризику у виробничій діяльності, виникає необхідність у пристосуванні до ринкових умов, які постійно змінюються. Підприємницькі структури аграрної сфери економіки в процесі своєї діяльності стають учасниками конкурентної боротьби за споживача і

можливість їх виживання залежить від здатності ефективно та в комплексі використовувати усі свої переваги над конкурентами. Ефективність функціонування аграрного сектора економіки в ринкових умовах значною мірою залежить від конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності і можливості адаптації до змін ринкової ситуації.

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства залежить від оптимально обраної спеціалізації, можливості диверсифікації виробництва, наявності і рівня використання виробничо-ресурсного потенціалу, асортименту представленої на ринку продукції, правильного вибору цінової стратегії та маркетингової діяльності. Для сільськогосподарського підприємства конкурентоспроможність – це забезпечення оптимального співвідношення між обсягами виробництва і реалізації продукції та його ресурсним потенціалом, платоспроможності і інвестиційної привабливості підприємства. З іншого боку, під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність виробляти продукцію, яка користується попитом на ринку, брати участь у боротьбі за покупця, а також шукати напрямки збільшення своєї частки на ринку [3].

Тенденції сучасної ринкової економіки вимагають від сільськогосподарських товаровиробників не просто виробити найбільше продукції відповідної якості, а й зробити цей процес ефективним. Отже, залежно від того, наскільки високою є ефективність функціонування підприємства, значною мірою залежить і міцність цього підприємства на ринку, тобто – його конкурентоспроможність, що проявляється у його конкурентній позиції [2].

Основною проблемою, що перешкоджає зростанню прибутковості, більшості сільськогосподарських товаровиробників є недостатній рівень матеріально-технічного забезпечення, відсутність інформації про ринкову кон'юнктуру, реальні ціни на окремі види продукції, що призводить до зменшення обсягів виробництва і реалізації продукції, і в наслідок цього, втрати позицій на ринку. Існуючі канали реалізації продукції не відбивають інтереси безпосередніх товаровиробників сільськогосподарської продукції, що призводить до зниження їх доходів і погіршення фінансового стану [1].

З метою підвищення рівня ефективності виробництва сільськогосподарські підприємства повинні використовувати, насамперед, внутрішні можливості щодо забезпечення раціонального використання наявного виробничо-ресурсного потенціалу та проведення маркетингової діяльності. Домінантним напрямком має стати розробка оптимальної програми виробництва основних видів продукції відповідно до вимог ринку і потреб споживачів з урахуванням внутрішніх можливостей використання наявного ресурсного потенціалу, що дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво земель та інших ресурсів.

При цьому вибір оптимальної виробничої програми повинен оцінюватися з урахуванням переваг ведення високоефективних галузей, їх вдалого сполучення, адекватності до регіональних природно-кліматичних умов господарювання, що дозволить врахувати вплив агробіокліматичного та агротехнологічного потенціалу на якість виробленої продукції, забезпечить конкурентні переваги підприємств за рахунок зниження собівартості продукції, що у свою чергу дозволить вигравати цінову конкуренцію на ринку.

Список використаних джерел:

1. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і

механізми : [монографія] / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.

2. Портер М. Конкурентное преимущество: создание и обеспечение более высокого уровня деятельности / М. Портер. – Нью-Йорк: Фрн-Пресс, 1995. – 757с.

3. Шевельова С. О. Конкурентоспроможність молочного підкомплексу : [монографія] / С. О. Шевельова. – Тернопіль: Збруч, 2001. – 408 с.

УДК 336.717

*Н.В. Михалкова, магістрант,
Науковий керівник: Д.В. Дячков, к.е.н.,
Полтавська державна аграрна академія*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Теоретико-практичні аспекти процесу формування та розвитку корпоративної стратегії досліджувалися в різні часові епохи різними економістами, дослідниками, вченими та практиками. Проте, у науковій літературі, присвяченій питанням стратегічного управління, корпоративна стратегія трактується з різних позицій, а єдиний методологічний підхід до її визначення відсутній, що призводить до теоретичної невизначеності та необґрунтованості стратегічних рішень.

Разом з тим, слід зважати на те, що кожна організація з урахуванням особливостей її позиції на ринку, загальної ситуації в галузі прагне розробляти властиву тільки їй неординарну корпоративну стратегію враховуючи специфіку її діяльності.

Однак, при формуванні корпоративної стратегії вітчизняних підприємств існує певний алгоритм та послідовність, що притаманна кожному суб'єкту господарювання. Таким чином, доцільно визначити уніфікований набір компонент стратегічного управління організацією, який представлений у вигляді трьох укрупнених етапів:

1. Стратегічний аналіз
2. Розробка стратегії
3. Реалізація стратегії

Безпосередньо етап розробки стратегій включає в себе: формування концепції корпоративної стратегії, заснованої на стратегічному аналізі, оцінку і вибір стратегії, стратегічну програму дій. Важливо врахувати той факт, що при реалізації стратегії повинен постійно проводитися контролінг, який дозволить відслідковувати всі зміни, що відбуваються, створювати інформативну базу для подальшого коректування генеральної стратегії.

Сам процес формулювання і реалізації стратегії як єдність взаємопов'язаних рішень представлений на рис. 1.

Представлена схема має певну специфіку, так як в ній чітко виділено вплив людських ресурсів на розробку і реалізацію корпоративної стратегії через три основних субелементи: організаційна структура і взаємовідносини, організаційні процеси та організаційна поведінка, а також стиль вищого керівництва.

Таким чином, розробка корпоративної стратегії є одним з істотних компонентів в підвищенні конкурентоспроможності підприємства, що передбачає вибір,

визначення особливостей процесу розробки та оцінки альтернативної стратегії та її формування.

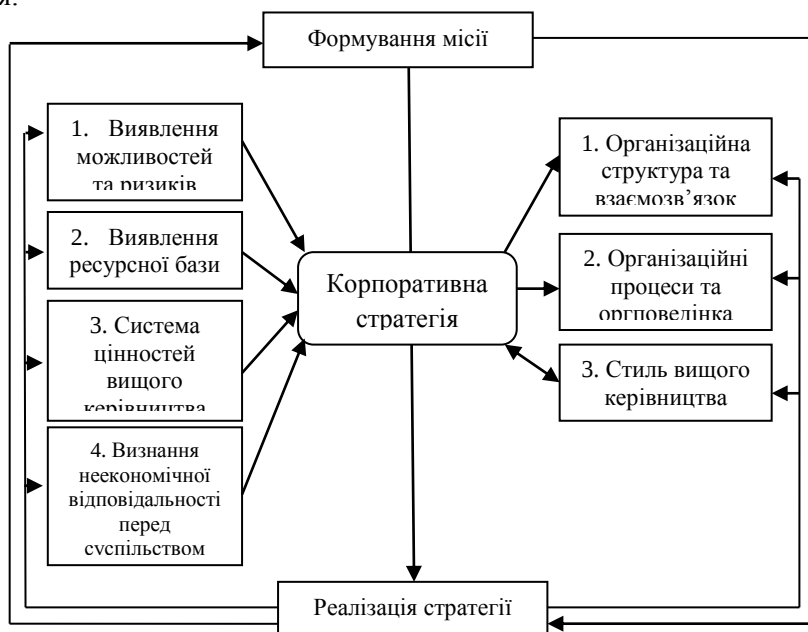


Рис. 1. Процес формування корпоративної стратегії підприємства [побудовано на основі 1]

Корпоративна стратегія підприємства узагальнює модель поведінки, забезпечує координацію та поєднання цілей і ресурсів підприємства для отримання довгострокових конкурентних переваг. Таким чином, розробка сучасної комплексної корпоративної стратегії підприємства повинна поєднувати і узгоджувати цілі і завдання стратегії різних рівнів.

Список використаних джерел:

1. Резанович А.Е. Логика построения стратегии управления персоналом // А.Е.Резанович. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/53a/53a7b2d7df35ccc562841f87ada2953b.pdf>.
2. Стратегические финансы: от теории к практике : монография / под ред. Г.И. Хотинской, Л.И. Черниковой. – Москва : РУСАЙНС, 2017. – 274 с.

УДК 339.09

*Є.О. Мокієнко, магістрант,
Науковий керівник: І.В. Шулъженко, к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія*

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Зміни в економічній і політичній системах у нашій країні надають широкі можливості й водночас становлять серйозні загрози для кожної особистості, сталості її існування, вносять суттєвий рівень невизначеності в життя практично кожної людини. Управління персоналом у такій ситуації набуває особливого значення,

оскільки дає змогу реалізувати, узагальнити цілий спектр питань адаптації індивіда до зовнішніх умов, урахування фактора особистості в побудові системи управління персоналом організації.

Управління персоналом – це діяльність, спрямована на досягнення максимально ефективного використання трудових ресурсів для реалізації цілей підприємства.

На думку фахівців, концепції та стратегії управління персоналом можуть підвищити конкурентоспроможність підприємства, сформулювати ефективне управління підприємством.

Кожне підприємство рано чи пізно вирішує питання планування стратегічного розвитку компанії, що тісно пов'язане із формуванням стратегії управління персоналом як однієї із складових. На будь-якому етапі розвитку науково-технічного прогресу країни та розвитку її економічної системи питання управління персоналом залишається актуальним і цим обґрунтовується актуальність дослідження цієї проблеми, а саме вибір стратегії управління персоналом підприємства внаслідок аналізу зовнішньої і внутрішньої середовища організації. Стратегія управління персоналом є частиною стратегії управління підприємством загалом, оскільки персонал – це ресурс підприємства, який реалізовує стратегію його розвитку для досягнення цілей діяльності цього підприємства. До розробки стратегії управління персоналом застосовують такі самі принципи, що і до розробки стратегії управління загалом [1].

В основу класифікацій стратегій управління персоналом зазвичай закладаються різні варіанти залежно від багатьох чинників. Найбільш відомі варіанти класифікації стратегій управління персоналом залежать від [2]:

- типу конкурентної стратегії;
- типу загальної стратегії організації;
- стадії розвитку (етапу життєвого циклу) організації;
- місії організації;
- способу реалізації стратегії в організації;
- філософії менеджменту.

У кожному конкретному випадку стратегія управління персоналом може охоплювати не всі, а тільки окремі її складові, причому набір цих складових буде різним у залежності від цілей і стратегії організації загалом та цілей і стратегії управління безпосередньо персоналом. Як наслідок, менеджер має гнучкий вибір для формування стратегії персоналу. Стратегія управління персоналом необхідна у випадку коли треба структурувати роботу з персоналом компанії, перейти від вирішення поточних задач до планомірної і орієнтованої на результат діяльності з урахуванням пріоритетів і розрахунком інвестицій [3].

Список використаних джерел:

1. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала : [пособие по кадровой работе] / В. Р. Веснин. – М. : Юристъ, 1998. – 496 с.
2. Журавлёв П.В. Мировой опыт управления персоналом. Обзор зарубежных источников [монография] / П. В. Журавлев. – М. : Изд-во Российской Экономической академии, Екатеринбург : Деловая книга, 2002. – 232 с.
3. Потапюк І.П. Стратегічне управління персоналом підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність / І.П. Потапюк, М.О. Сідаш // Економічний форум №4. – Луцьк: Редакційно-видавничий відділ Луцького НТУ, 2014. – С.46-50.

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ВИРОБНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство, здійснюючи виробничо-комерційну діяльність, постійно знаходиться під впливом чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Деякі із чинників можна віднести до категорії контрольованих, тобто таких, що піддаються змінам під впливом певних заходів, здійснених керівництвом і відповідними маркетинговими службами. Класичним прикладом контрольованого чинника зовнішнього середовища є поведінка покупців (споживачів) товарів, за допомогою реклами, інших заходів із формування попиту і стимулювання продаж (ціни, призова, преміальна торгівля, модернізація та модифікація товарів тощо).

Підприємство може модифікувати поведінку покупців, приваблюючи їх увагу до одних товарів і перетворюючи потенціальний попит на ринку в реальний [1, с. 19].

Внутрішнє середовище контролюється фірмою і складається із: діючої системи управління; способів і методів отримання інформації відносно ринку; планування, виробничо-комерційного функціонування, контролю і організації діяльності; елементів маркетингу – мікс (товар, ціна, умови і місце продажу, стимулювання збуту тощо).

До основних економічних чинників відносять: інфляцію, дефляцію, рівень зайнятості, міжнародні баланси, стабільність національної грошової одиниці тощо; демографічних – чисельність і вік населення, склад сім'ї, міграційні процеси, динаміку освітнього рівня тощо; соціально-культурних – суспільні цінності (мовні і культурні традиції), норми поведінки, мораль, модель сексуальної поведінки тощо; науково-технічного оточення – рівень розвитку науки і техніки, темпи науково-технічного прогресу (НТП), державне фінансування наукових досліджень (НД), кваліфікацію робочої сили, вплив екологічних чинників тощо; політико-правових – законодавство, урядові установи, впливові групи населення; природно-географічних – біокліматичний потенціал, забезпеченість корисними копалинами, якість ґрунту, повітря, води, довкілля.

До неконтрольованих чинників зовнішнього середовища відносять систему державного регулювання підприємницької діяльності, технічні, санітарні, екологічні, інші норми і стандарти, митні тарифи, засоби прихованого регулювання тощо.

Підприємство повинно бути добре поінформованим відносно наявності у зовнішньому середовищі всіх важливих щодо його виживання жорстких чинників, до яких воно вимушене так чи інакше пристосовуватися, адаптуватись [2, с. 25].

Всі чинники зовнішнього середовища (керовані та некеровані) потребують надання учасникам ринкових відносин певної інформації. Задача інформаційної системи підприємства полягає в тому, щоб із значної кількості різноманітної інформації відібрати ту, яка важлива стосовно управління.

Наступним етапом цього процесу є опрацювання і систематизація відібраної інформації та передавання її керівництву підприємства з метою прийняття управлінських рішень. У межах удосконалення управління діяльністю підприємства значну роль відіграють комунікаційні системи (відділи, бюро, служби), в обов'язки

яких входить підтримання зв'язків із громадськістю, ринком, покупцями і споживачами продукції, урядовими організаціями, пресою, рекламними та іншими організаціями. З погляду контролю за станом і змінами, що відбуваються у зовнішньому середовищі, завданнями комунікаційної служби є вплив на перемінні чинники зовнішнього середовища: поведінка покупців (споживачів), дії комерційних посередників, торгового персоналу, керівників філій, відділень і представництв підприємств у країні та за рубежом. Комунікаційна система підприємства повинна не лише забезпечити оперативну відправку матеріалів і використання відповідних каналів зв'язку (трансляції), але й нести відповідальність за точні формулювання і однозначне тлумачення управлінської інформації тими, кому вона призначена. З метою усвідомлення організаційного принципу побудови контролю маркетингу, через зворотні зв'язки важливо зрозуміти, як у системі управління підприємством взаємодіють інформаційна і комунікаційна функції (підфункції) [3, с. 7].

Інформаційна система в межах основної діяльності із збирання та опрацювання інформації, що надходить із зовнішнього (і внутрішнього) середовища, повинна особливо ретельно опрацьовувати і систематизувати ті сигнали, які ініціюються впливом підприємства на керовані чинники. Цей своєрідний зворотний зв'язок у режимі контролю маркетингу повинен дати однозначну відповідь відносно успіху або, навпаки, невдачі рекламної компанії, політики цін, товарної політики, інших заходів із формування попиту і стимулювання продаж. Очевидно, найоб'єктивнішими показниками і суб'єктами контролю через зворотні зв'язки є зростання або падіння продажу, збільшення або зменшення прибутку, розширення або звуження ринків збуту тощо. Перманентний зв'язок між інформаційною та комунікаційною системами через зворотний зв'язок повинен забезпечувати керівництво підприємства об'єктивними даними відносно ефективності витрат на різні заходи із формування попиту і стимулювання збуту.

Список використаних джерел:

1. Голік В. В. Стратегічний набір як ефективний інструмент забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / В. В. Голік // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 2 (164). – С. 15-24.
2. Стельмашук А. М., Стратегічний пріоритет розвитку аграрного сектора економіки / А. М. Стельмашук // Агроінком. – 2014. – № 7. – С. 23-27.
3. Трегобчук В. Іноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями та механізми / В. Трегобчук // Економіка України. – 2012. – №2. – С.4-8.

УДК: 338.43 : 631.1

*Л.В. Нікітенко, магістрант,
Полтавська державна аграрна академія*

СУЧАСНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Протягом останнього десятиліття сформовано кілька концепцій, які описують методи управління ефективністю компанії. З'явилося й закріпилося кілька термінів для позначення цих концепцій: CPM (Corporate Performance Management) – Управління Ефективністю Корпорації; BPM (Business Performance Management) – Управління Ефективністю Бізнесу; EPM (Enterprise Performance Management) –

Управління Ефективністю Підприємства [1].

Організації, великі й малі, шукають способи працювати більш ефективно, генерувати прибуток і стратегічно позиціонувати себе на майбутнє. З системами ЕРМ підприємства можуть стати ініціативними і працювати на випередження, приймаючи бізнес-рішення, які зміцнюють організацію.

Підприємства використовують системи ЕРМ для створення і виконання бізнес-стратегій на основі надійної інформації. Вони використовують її для щоденних операцій, стратегічного планування (довгострокового і короткострокового), а також для створення ефективності комерційної діяльності.

Області, з яких топ-менеджмент може почерпнути знання, використовуючи ЕРМ, включають в себе: доходи від клієнтів, дані про нових залучених клієнтів, обсяг повторних закупівель, сальдо рахунків дебіторів, демографічний аналіз, рентабельність клієнтів за демографічними сегментами, аналіз маркетингової кампанії, аналіз інтернет-просування, аналіз каналів збуту, показники контактного центру, дані по збуту за сегментами продукції тощо.

Кожен бізнес, великий чи малий, має макро- й мікро аспекти. «Макро» означає за межами підприємства, що відносяться до взаємодії з постачальниками, посередниками і клієнтами. Мікро-питання відносяться до того, наскільки добре управляються процеси всередині підприємства. Всі ці області, всередині або за межами підприємства, мають робочі процеси. З ЕРМ-рішеннями підприємства не тільки розкривають шляхи поліпшення цих процесів, а й виявляють проблеми, про існування яких вони навіть не підозрювали.

ЕРМ-системи максимізують корпоративну діяльність. Вони допомагають компаніям залишатися конкурентоспроможними, визначаючи виграшну бізнес-стратегію, інтегровану в надійну інформацію, а потім реалізувати цю стратегію. Для оптимізації корпоративної діяльності всіх рівнів компанії повинні побачити і зрозуміти, як функціонує кожна група по відношенню до загальної мети. Беручи до уваги кількість даних, яка рухає збалансовану безліч KPIs, і сучасну швидкість бізнесу, система ЕРМ повинна бути здатна швидко перетворювати масиви даних в дійсно конкретну інформацію.

На ринку багато ЕРМ-рішень. Певна кількість з них заявлені як ЕРМ, хоча фактично все, що вони пропонують, це складання звіту. Компанії необхідно шукати такі рішення, які відповідають її потребам і не вимагають зміни виробничого процесу для відповідності цим рішенням.

Ключові особливості системи ЕРМ:

- інтеграція джерел даних в ключові області ЕРМ, від стратегічного планування до системи збалансованих показників і прогнозування, від фінансів до консолідації, від аналітики до звітів. Інтеграція всіх областей гарантує реальну ситуацію в організації;

- рішення ЕРМ має добре підходити компанії, не примушуючи компанію до зміни бізнес-моделі. ЕРМ має розширювати виробничі процеси, роблячи їх більш потужними і не вимагаючи їх зміни;

- швидкість, з якою ЕРМ-рішення може бути впроваджене в бізнес. Система ЕРМ повинна інтегруватися у ваш бізнес швидко, з якомога меншими перенастроювання;

- ЕРМ рішення повинне бути єдиним, на єдиній платформі, і має давати доступ до системи будь-якій авторизованій (уповноваженій) особі компанії;

- функціональність повинна включати в себе: інтеграцію даних, стратегічне

планування, моніторинг, звітність, аналіз, додатки з висновком підсумкової інформації та оціночні листи.

Стратегічні карти створюють причинно-наслідкові взаємини між цілями і є інструментом візуального контролю того, що відбувається в компанії, і того, як це відповідає цілям. Додатки ілюструють ключові індикатори в графічному вигляді, такі як схеми, графіки, таблиці або карти. Можливість заглибитися в додатки і виконати глибокий аналіз цих областей дозволяє сфокусуватися на найближчі завдання, зробити коригувальні дії та негайно прийняти поінформовані рішення.

Звітність є фундаментальним компонентом будь-якої інфраструктури бізнес-інформації й аналітики. Якщо виконавчому директору потрібне інформаційне зведення для управління бізнесом, або менеджеру по управлінню запасами потрібен вчорашній журнал відвантажень, або клієнт хоче звіт за рахунком, невід'ємною частиною системи є релевантна звітність для конкретної особи в потрібному форматі. Деякі системи ЕРМ пропонують надійні можливості звітності за рамками ВІ функціоналу. Можливість відправити звіти поштою через портал, до якого є доступ у співробітників, постачальників або клієнтів, робить інформацію доступною для тих, кому вона потрібна, і, коли вона потрібна [2].

Таким чином, ЕРМ-система поєднує в собі корпоративний інтелект з потужним аналізом, моніторингом та звітністю. Безперервне стратегічне планування та аналіз плану сприяють підвищенню ефективності підприємства. Організації, сфокусовані на виробничій діяльності, зможуть швидше реагувати на зміни в конкурентному і ринковому середовищі. Отримання потрібної інформації в потрібний час дає менеджерам можливість приймати своєчасні та ефективні бізнес-рішення.

Список використаних джерел:

1. Система управління ефективністю (СРМ, ЕРМ, ВРМ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.m-bo.ru/as_volgasoft/sistemy-upravleniya-effektivnostyu-srm-erm-bpm.php
2. Управление эффективностью предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.galaktika.ru/amm/epm.html>

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1.

Сучасні управлінські тенденції розвитку держави та регіону. Публічне управління

<i>Л.В. Руденко-Сударєва, К.С. Пашинська</i> Державно-приватне партнерство у фінансуванні дефіциту інфраструктури...	4
<i>О.С. Сенишин</i> Нормативно-правове забезпечення державного цільового програмування охорони природного довкілля в Україні.....	8
<i>О.С. Сенишин, І.З. Жук</i> Державні цільові програми охорони природного довкілля в Україні.....	11
<i>І.З. Жук</i> Позиціонування України у світовому рейтингу конкурентоспроможності....	14
<i>О.Д. Дивнич, А.В. Дивнич</i> Оцінка ділянок ріллі в контексті дотримання права власності та забезпечення регіонального і державного розвитку.....	17
<i>Л.О. Лазутіна</i> Управління ресурсним забезпеченням бюджетів сільських громад.....	20
<i>Л.А. Нохріна, Н.В. Ковтун</i> Сільський туризм в контексті розвитку регіонів.....	22
<i>В.А. Омеляненко</i> Аналіз інноваційних ресурсів забезпечення національної безпеки.....	24
<i>О.Д. Радченко</i> Державне фінансове регулювання ресурсного забезпечення агросектору.....	25
<i>Н.Г. Сейсебаєва, А.О. Завальнюк</i> Вплив факторів макросередовища на стратегії розвитку промислових підприємств України.....	27
<i>С.М. Ткач, І.Б. Соболев</i> Кадровий потенціал будівельних кластерів в Україні.....	29
<i>К.В. Черненко</i> Зростання доходів місцевого бюджету в умовах бюджетної децентралізації.	30
<i>Н.Р. Синюра-Ростун</i> Просторові освітні системи як новий напрям розвитку соціально-економічної системи держави та регіону.....	32
<i>А.А. Демідова</i> Засоби масової інформації як «четверта неформальна гілка публічної влади».....	33
<i>В.В. Дідик</i> Важливий пріоритетний напрямок розвитку економіки.....	35
<i>Т.О. Долгова, А.М. Козел</i> Стадії розвитку життєвого циклу організації.....	37
<i>К.Л. Малярчук</i> Smart-city – інноваційна технологія управління.....	39
<i>А.О. Повх</i> Розробка та реалізація стратегічного плану розвитку територіальної громади.....	42

<i>Д.О. Пономаренко</i>	
Дослідження ефективності державного управління та вартості соціального капіталу.....	44
<i>К.О. Сасенко</i>	
Характеристика та основні складові регіонального туристсько-рекреаційного комплексу.....	46

СЕКЦІЯ 2.

Управління підприємством як соціально-економічною системою

<i>В.В. Боковець, К.В. Петриченко</i>	
Обґрунтування раціональних стратегій управління корпораціями.....	47
<i>В.В. Антощенкова</i>	
Енергоефективність як критерій інноваційного розвитку.....	51
<i>О.В. Калініченко</i>	
Сутність категорії «енергетична ефективність рослинництва».....	54
<i>Э.В. Камышиникова, М.С. Нарушев</i>	
Корпоративная социальная ответственность как составляющая эффективного управления предприятием, которое является структурным элементом холдинга.....	56
<i>С.М. Кір'ян</i>	
Вплив змін закону про бухгалтерський облік на складання звіту про управління.....	57
<i>А.В. Линенко</i>	
Об'єднання машинобудівних підприємств України в асоціації.....	59
<i>К.І. Оксенюк, Б.О. Марчук</i>	
Основні принципи та методи управління розвитком корпорацій.....	61
<i>І.Т. Райковська, Н.О. Паламарчук</i>	
Фактори визначення напрямку комп'ютеризації економічного аналізу на підприємстві.....	63
<i>С.Ю. Соколюк</i>	
Діалектика інтересів гармонізації.....	66
<i>Л.В. Шовкун, А.І. Новоселець</i>	
Хронометраж – важливий метод нормування праці.....	67
<i>Л.В. Шовкун, А.А. Ткаченко</i>	
Типи операційного процесу, їх ознаки.....	69
<i>Є.М. Сита, В.П. Гіра</i>	
Методика проведення досліджень на основі методу «Дельфі».....	71
<i>О.М. Васильченко</i>	
Удосконалення системи управління молочним господарством.....	73
<i>К.В. Крепко</i>	
Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства.....	74
<i>А. Васількова</i>	
Причини виникнення професійних захворювань на підприємствах.....	76
<i>В.І. Воронюк</i>	
Спортивно-оздоровчі послуги в готельній сфері діяльності.....	78
<i>А.В. Гаврилюк</i>	
Охорона праці у сфері туристичного бізнесу.....	80

<i>А.О. Гарькун</i>	
Організація та класифікація робочих місць.....	81
<i>Д.В. Ішакова</i>	
Система управління та контролю на підприємстві.....	84
<i>К.А. Ліпковська</i>	
Охорона праці у сфері готельно-ресторанного бізнесу.....	87
<i>О.Є. Постнікова</i>	
Проектування робіт і нормування праці.....	89
<i>О.О. Пігур</i>	
Стратегічні питання, що вирішуються в операційному менеджменті.....	91
<i>В.О. Салогуб</i>	
Поняття і зміст операційного менеджменту.....	93
<i>М. Сльота</i>	
Особливості охорони праці на підприємстві, як елемента соціально-економічної системи.....	95
<i>Д.Э. Стрижак</i>	
Формы и инструменты социального партнерства как элемент корпоративной социальной ответственности.....	97
<i>Ю.А. Танцюра</i>	
Особливість управління наукомісткого підприємства.....	99

СЕКЦІЯ 3.

Антикризове управління та економічна безпека держави, регіону, підприємства

<i>І.А. Маркіна</i>	
Система показників економічної безпеки регіону.....	102
<i>В.В. Микитенко</i>	
Антикризове управління процесами диференціації природно-економічного простору держави.....	103
<i>В.В. Токар</i>	
Ісламські фінанси як інструмент стабілізації фінансової системи України.....	106
<i>С.А. Александрова, А.О. Остапов</i>	
Управління економічною безпекою туристських підприємств.....	107
<i>Т.Л. Зубко</i>	
Формування системи оцінки рівня економічної безпеки підприємства туристичної галузі.....	109
<i>Ю.В. Калюжна, Д.В. Міняйло</i>	
Аналіз шахрайських дій та зловживань на страховому ринку.....	110
<i>Ю.М. Клапків</i>	
Основні методи управління страховими ризиками.....	112
<i>С.А. Сегеда</i>	
Роль аграрно-продовольчого забезпечення в розвитку людського капіталу України.....	113
<i>О. Fedirets</i>	
Formation of an anti-crisis program of enterprises.....	116
<i>А.С. Лесюк</i>	
Оцінка фінансових результатів діяльності підприємств та заходи запобігання їх банкрутству.....	118

Є.О. Азарова

Управління ризиками та їх нейтралізація в системі фінансово-економічної безпеки підприємства..... 120

А. Шахнюк

Антиінфляційна політика в Україні та світі..... 122

А.В. Якименко

Управління фінансовими ризиками підприємства..... 124

СЕКЦІЯ 4.

Інноваційний, інвестиційний менеджмент. Управління фінансовими та матеріальними ресурсами підприємства

О.Г. Рудковская, А.М. Чалая

Тенденции инвестиционного и инновационного развития промышленных организаций Беларуси и России..... 128

Н.М. Влащенко, В.А. Глущенко

Стратегічні напрямки розвитку вітчизняного санаторно-курортного комплексу..... 135

Т.В. Воронько-Невіднича

Особливості формування фінансових ресурсів аграрних підприємств..... 137

Н. Gritsaenko, I. Gritsaenko

Investments in the technical support of agrarian production..... 139

М.І. Грицаєнко

Місце соціального капіталу в аграрному ресурсному потенціалі..... 142

В.В. Гуменюк

Державні закупівлі як фактор інноваційного розвитку підприємств..... 145

А.С. Завербний

Особливості формування політики забезпечення енергетичними ресурсами промислових підприємств України..... 148

Т.В. Мацибора

Проблеми забезпечення інноваційного розвитку агропродовольчого сектору економіки України..... 149

Л.В. Оболенцева, О.С. Рижков

Вітчизняний та зарубіжний досвід залучення інвестицій до туристичної індустрії..... 151

І.В. Шульженко

Особливості мотивації у креативному менеджменті..... 153

Є.І. Бурий

Класифікація витрат підприємства..... 155

А.В. Дяченко

Система управління витратами підприємства..... 157

Ю.В. Марчук

Сутність калькулювання собівартості робіт, послуг автотранспортного підприємства..... 158

Р.С. Павлик

Інноваційний процес як складова інноваційного менеджменту..... 160

С.І. Свириденко

Класифікація інноваційних стратегій підприємства..... 162

С.І. Гайдар, Ю.Р. Нужна

Застосування біржових інструментів як метод управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств..... 163

Г.В. Побиванець

Оптимальне управління запасами підприємства..... 165

А. Шахнюк

Основи кластерного аналізу та приклади його практичного застосування.... 167

СЕКЦІЯ 5.

Кадровий менеджмент та управління трудовими ресурсами

Г.О. Зелінська

Теоретичні аспекти удосконалення кадрової політики на підприємстві..... 171

С.А. Александрова, В.І. Бондаренко

Стратегія підвищення якості трудових ресурсів підприємств туристської індустрії..... 174

Н.В. Бакало, А.В. Гальченко

Причини та наслідки конфліктів на підприємстві..... 175

Л.М. Ганас, С.А. Гайова

Особливості професійного зростання персоналу підприємства..... 177

Н.В. Геліч

Управління розвитком людського капіталу..... 178

М.В. Коваленко

Сучасні технології підбору персоналу у кадровому менеджменті..... 180

Н.В. Овсюк

Облікові аспекти мотиваційної політики суб'єктів господарювання..... 182

В.О. Осташова, В.В. Дацун

Самофотографія як метод визначення витрат часу..... 184

І.П. Потапюк, К.О. Даниленко

Корпоративна культура як важливий елемент у системі управління підприємством..... 185

Т.О. Сазонова

Тімбілдінг в управлінні командою проекту..... 187

С.В. Тимчук, А.В. Полянська

Освітній туризм як напрям професіоналізації..... 189

О.А. Булах, Ю.А. Сліпокін

Імідж керівника як елемент корпоративної культури організації..... 191

Ю.В. Вовковінський

Формування системи стратегічного управління персоналом в умовах впливу факторів динамічного середовища..... 193

Д.І. В'юницький

Основні завдання кадрової політики підприємства на сучасному етапі..... 195

А.В. Засядько

Теоретичні аспекти формування мотивації праці..... 197

О.В. Михайлова

Сучасні методи управління трудовими конфліктами..... 198

О.В. Четурко

Оцінка ефективності організації управлінської праці..... 200

<i>Д.С. Кушнірук</i>	
Формування соціальних витрат підприємств у процесі реалізації соціального захисту працівників.....	202
<i>С.В. Любарець</i>	
Особливості взаємовідносин у системі соціальної відповідальності.....	204
<i>В.В. Пневський</i>	
Забезпечення безпеки працівника в період трудової діяльності.....	206
<i>А. Шахнюк</i>	
Дискримінація на ринках робочої сил.....	208

СЕКЦІЯ 6.

Маркетингові аспекти управління підприємством

<i>О. Komarist</i>	
The role of cholic marketing in social and economical development of rural areas.....	211
<i>О.М. Литвинова, А.І. Литвинов</i>	
Маркетинг зерна: проблема ринкової інфраструктури.....	213
<i>І.С. Мурований, Я.А. Потатюк</i>	
Логістичне управління в системі управління підприємством.....	214
<i>Н.В. Парубок</i>	
Організація анімаційного туризму в сільській місцевості як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України.....	218
<i>С.А. Побігун, Л.В. Гнида</i>	
Оцінка ефективності маркетингових комунікацій.....	220
<i>Н.В. Янченко, А.О. Беліченко</i>	
Маркетингові аспекти управління підприємством.....	224
<i>М.В. Івченко, Р.В. Складрук</i>	
Маркетингово-орієнтований підхід до управління сільськогосподарськими підприємствами.....	225
<i>Є.В. Бондаренко</i>	
Формування раціонального товарного асортименту.....	227
<i>В.І. Бондаренко</i>	
Еволюція концептуальних моделей маркетингу.....	228
<i>А.І. Новоселець</i>	
Значення маркетингової діяльності в управлінні підприємств агропромислового складу.....	231
<i>В.А. Павлюк</i>	
Концепция социального маркетинга в системе корпоративной социальной ответственности.....	234
<i>О.Є. Постнікова</i>	
Формування цінової стратегії на підприємстві.....	235
<i>О.О. Пігур</i>	
Аналіз стратегій глобального маркетингу.....	238

СЕКЦІЯ 7.

Інформаційні технології в управлінні підприємством

В.Л. Вороніна

Інформаційне забезпечення як інструмент ефективного управління підприємством..... 242

О.В. Дорофєєв, К.Д. Костоглод

Використання інтегрованих інформаційних систем автоматизації процесів в управлінні сільськогосподарськими підприємствами..... 244

Д.В. Дячков

Алгоритм формування інформаційних технологій забезпечення інформаційної безпеки..... 247

О.В. Кушнірецька

«Industry 4.0» та «4-та промислова революція» як рамкові тренди розвитку інноваційних індустріальних форм просторової організації бізнесу..... 248

О.М. Помаз, А.С. Бражник

Мобільні додатки як засіб організації ефективного використання робочого часу..... 250

В.В. Рубайко

Сутність поняття інформаційна система підприємства..... 252

Ю.С. Борисенко

Роль інформаційних технологій в управлінні підприємством..... 253

Т.О. Долгова, А.М. Козел

Інформаційні технології ефективної системи управління підприємством..... 254

СЕКЦІЯ 8.

Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

О.М. Вакульчик, В.В. Фесенко

Особливості застосування методу трансфертного ціноутворення «Витрати+»..... 256

В.В. Македон

Кластери і виробничі агломерати в середовищі міжнародних компаній як особливий вид інноваційних систем..... 258

М.І. Сьомич

Особливості міжнародного трудового права..... 263

О.С. Процевят

Пріоритетні проблеми експортування вітчизняної продукції до Європейського союзу..... 264

О.Ф. Будз

Принципи митного обслуговування в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств..... 267

СЕКЦІЯ 9.

Євроінтеграційні підходи до управління вищою освітою

Т.Е. Бондарь

Образовательные проблемы евразийского сотрудничества..... 270

Л.М. Потапюк

Особливості професійної підготовки фахівців технічного університету..... 272

<i>В.А. Савчук</i>	
Академічна доброчесність як основа європейського освітнього простору.....	276

СЕКЦІЯ 10.

Менеджмент підприємницької діяльності в умовах змін

<i>О.М. Помаз, Ю.В. Помаз</i>	
Вплив факторів макросередовища на конкурентоспроможність підприємств-виробників продукції рослинництва Полтавської області.....	279
<i>Н.Г. Сейсебаєва, Р.Є. Завальнюк</i>	
Сутність та умови використання наступальних та оборонних стратегій для підприємств України.....	281
<i>О.І. Сердюк</i>	
До питання про поняття та механізм громадського контролю.....	283
<i>В.С. Руденко</i>	
Сучасні форми співпраці глобальних корпорацій з країнами, що розвиваються.....	285
<i>О.В. Бабіч</i>	
Етимологія поняття конкурентоспроможності у контексті стратегічного управління.....	287
<i>С.І. Кійко</i>	
Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств та формування їх конкурентних переваг в умовах ринкової нестабільності.....	289
<i>Н.В. Михалкова</i>	
Особливості формування корпоративної стратегії підприємства.....	291
<i>Є.О. Мокієнко</i>	
Стратегічні аспекти управління персоналом підприємства	292
<i>С.В. Московець</i>	
Вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на виробничу діяльність підприємства.....	294
<i>Л.В. Нікітенко</i>	
Сучасні системи управління ефективністю підприємства.....	295