

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
Кафедра економіки та підприємництва

# НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ



Матеріали Всеукраїнської  
науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів та молодих учених

Кропивницький – 16 квітня 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки та підприємництва

# **НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Матеріали*

*Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,  
аспірантів та молодих учених*

16 квітня 2020 р.

Кропивницький  
2020

**Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства**  
// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,  
аспірантів та молодих учених 16 квітня 2020 р. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ,  
2020. – 282 с.

*Редакційна колегія:*

Левченко О.М., проректор з наукової роботи, д.е.н., проф. Центральноукраїнського національного технічного університету;  
Семикіна М.В., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету;  
Петрова І.Л., д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету економіки та права «Крок»;  
Костишина Т.А. д.е.н., проф., завідувач кафедри управління персоналом і економіки праці Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;  
Пасека С.Р., д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького;  
Гончар О.І., д.е.н., доц., професор кафедри економіки підприємства і підприємництва Хмельницького національного університету;  
Смутчак З.В., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, економіки та туризму Льотної академії Національного авіаційного університету, м. Кропивницький;  
Журило І.В., к.е.н., доц., доц. кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету, м. Кропивницький;  
Сисоліна Н.П., к.е.н., доц. кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету.

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства». Тези доповідей відображають результати наукових досліджень, присвячених розгляду різноманітних проблем, умов та чинників економічної діяльності підприємств, визначенню соціально-економічних резервів підвищення їх конкурентоспроможності.

Для викладачів, аспірантів, студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Може бути корисним також для підприємців, організаторів бізнесу та менеджерів підприємств.

*Рекомендовано до друку Науково-технічною радою Центральноукраїнського національного технічного університету (Протокол №4, від 30 квітня 2020 року)*

*За достовірність наведених у публікації даних, географічних назв, власних імен, цитат та іншої інформації несуть особисту відповідальність автори тез доповідей.*

## Зміст

### СЕКЦІЯ «ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ»

Бардієр В., студент (науковий керівник – Мустаца І.В., к.е.н., доц.) ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	11
Бондарчук Ю.П., к.і.н., доц., Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ РІЗНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ.....	13
Бойко Я.І., магістрант (науковий керівник – Цимбалюк С. О., д.е.н., доц.) МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	16
Ванельчук Д.В., студент (науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.) ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРНІМИ ЗАПАСАМИ.....	18
Вербовіцька Т.С., магістрант, Сибірцева О.О., магістрант ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	21
Головчук Ю.О., к.е.н., доц. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГА ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН.....	23
Гріневич С.В., студент, Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ПУБЛІЧНІ ВИТРАТИ В СИСТЕМІ ДЕМОГРАФІЧНОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ .....	25
Коваленко Н.О., к.пед.н., доц. ЗАСТОСУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЦИВІЛЬНОЇ АВІАЦІЇ УКРАЇНИ.....	28
Коваленко Я.С., магістрант, Гой Р.С., магістрант (науковий керівник – Пальчук О.В., к.е.н., доц.) ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....	31
Костенко В.Г., асистент ОБЛІК ВИТРАТ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ .....	33
Костенко В.Г., асистент, Луцевят Я.Ю., магістрант МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ .....	35
Костенко В.Г., асистент, Курмаз К.К, магістрант ПРОЦЕДУРА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	38
Літинська В.А., доц. ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРНИМ ПРОСУВАННЯМ ПЕРСОНАЛУ .....	41
Монич-Мілімук Ю.О., студент, Чернушкіна О. О., к.е.н., доц. СУЧАСНІ УМОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ.....	44

Оришака О. В., к.т.н., доц., Марченко К. М., к.т.н., доц. ПІДГОТОВКА ДОКУМЕНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ СВОБОДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	46
Пальчук О.В., к.е.н., доц., Іванченко Ю.С., магістрант ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ .....	47
Пчелянська Г.О., к.е.н., доц. МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ РИНКУ .....	49
Сайко А.М., студент, Чернушкіна О. О., к.е.н., доц. СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	51
Смірнова І.В., к.е.н., доц., Непорожнєва Л.Б., магістрант ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....	54
Соколенко О.С., курсант (науковий керівник – Серeda Н.М., к.е.н., доц.) УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ЗЕД .....	56
Фрадинський О.А., к.е.н., доц., старш. наук. співроб. РЕАЛІЗАЦІЯ СТАТУСУ АВТОРИЗОВАНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ОПЕРАТОРА ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	59
Фролова Н.Є., доц. СТАН ТА ДИНАМІКА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	61
Шурпа С.Я., к.е.н., доц. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ .....	64
Яковенко Р.В., к.е.н., доцент, Волчкова Г.К., к.е.н., ст. викл. ВИБІР МОДЕЛІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	66
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Зайченко В.В., к.держ.упр., доц. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАВДАНЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ .....	69
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Корсун Л.В., студент МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....	72
<b>СЕКЦІЯ «ПРОБЛЕМИ ПРІОРИТЕТНОГО РОЗВИТКУ ОСВІТИ І НАУКИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ЗАВДАНЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ»</b>	
Банар А., студент (науковий керівник – Мустаца І.В., к.е.н., доц.) ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....	75
Дудко С.В., к.е.н., Мельник А.В., аспірант (науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.) БЕЗПЕРЕРВНИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ .....	78

Кононенко С.О., к.пед.н., доц., Андронатій П.І., викл., Медведєв В.О., магістрант ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ ЗНАНЬ У ВИПУСКНИКІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ .....	80
Корсун Л.В., студент, Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ВИВЧЕННЯ І ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	82
Костишина Т.А., д.е.н., проф., Вітюнін В.О. ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	84
Момот В.Є., д.е.н., проф., Литвиненко О.М., к.е.н. ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН МЕНЕДЖЕРСЬКОГО КОЛА У VUCA-СВІТІ .....	87
Насипайко Д. С., к.е.н., доц., Резніченко О. О., викл. ОЦІНКА ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УКРАЇНІ .....	90
Пасека С.Р., д.е.н., проф ПІДГОТОВКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ФАХІВЦІВ ЯК ПРІОРИТЕТ ВИЩОЇ ШКОЛИ.....	93
Попова Е.М., студент, Мустаца І.В., к.е.н., доц. ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	95
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Старкіна О.Д., магістрант ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ІСНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ В СУЧАСНОМУ ЗВО УКРАЇНИ .....	97
Ярина Л. А., магістрант (науковий керівник – Іщенко Н.А., к.е.н., доц.) ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.....	99
<b>СЕКЦІЯ «БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ ТА МЕХАНІЗМИ ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ»</b>	
Алексєєнко Т.О., студент (науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.) ЗНАЧЕННЯ АСОРИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ КОМЕРЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ .....	101
Вакуленко Д.О., студент (науковий керівник – Дорєнська А.О., асистент) АГРАРНІ РОЗПИСКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРОПІДПРИЄМСТВА.....	104
Гонець В.В., магістрант (науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.) СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....	106
Зайченко В.В., к.держ.упр., доц., Коряк О.М., аспірант ДЕРЖАВНІ ЗАКУПІВЛІ У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	110
Літинська В.А., доц., Шевчук О.О., студент ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ «ЕТИКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ» ЯК ЕФЕКТИВНОГО МЕТОДУ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ .....	112

Манько О.С., студент, Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викл. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КАРАНТИНУ .....	115
Оришака О.В., к.т.н., Селіщев В.О., магістрант ІНФОРМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	117
Савченко В.М., к.е.н., проф., Юрченко О.В., асистент ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	119
Савченко О.С., викладач, Михалевська Ю.Г., студент ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	121
Урдуханов Р.І., аспірант (науковий керівник – Назарова Г.В., д.е.н., проф.) УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	123
Харченко І.В., к.е.н., доц., Романюк Л.М., к.е.н., доц. БУХГАЛТЕРСЬКА ТА РЕАЛЬНА ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ .....	125
Цветік Ю.С., студент (науковий керівник – Бугаєва М.В., к.е.н., доц.) ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	128
Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ЗАХИСТУ ОЛІГАРХІЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ІНТЕРЕСУ .....	132
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Грінєвич С.В., студент ЗНАЧЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ.....	135
<b>СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ»</b>	
Бугаєва М.В., к.е.н., доц. НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	137
Губарева В.Г., студент, Червінська Л.П., д.е.н., проф. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ .....	142
Деревець К.О., студент (науковий керівник – Мустаца І.В., к.е.н., доц.) СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ .....	144
Руднєва В.Ю., студент Чернушкіна О.О., к.е.н., доц. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ІНВАЛІДІВ В УКРАЇНІ ТА ІНШИХ ДЕРЖАВАХ.....	147
Скворцов М.С., курсант, Смутчак З.В., д.е.н., доц. РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В АНТИКРИЗОВОМУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	150

Соколюк Г.О., к.е.н., доц., докторант

ІНСТИТУЦІЙНА ПІДТРИМКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ  
СТРУКТУР В УМОВАХ КРИЗИ ..... 152

**СЕКЦІЯ «ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»**

Євдошак В.І., к.е.н., доц., Маначинська Ю.А., к.е.н., доц.

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ КРИЗЬ ПРИЗМУ АКТУАРНОЇ ЗВІТНОСТІ ..... 155

Новіков В.Є., студент, Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ  
ДІЯЛЬНІСТЮ У БІЗНЕСІ..... 157

Орлик М.В., аспірант

ФОРМУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО КРЕДИТУ В РОСІЙСЬКІЙ ІМПЕРІЇ  
У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХVІІІ СТ.: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД..... 158

Рекуник Л.В., студент, Мустеца І.В., к.е.н., доц.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ  
ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 160

Савченко О.С., викладач, Петленко М.В., магістрант

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ  
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 162

**СЕКЦІЯ «РЕЗЕРВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА»**

Архипова К. В., студент (науковий керівник – Лучик В.Є., д.е.н., проф.)

МЕТОДОЛОГІЯ МОНЕТИЗАЦІЇ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ..... 164

Вавінський Б.О., аспірант (науковий керівник – Ткачук О.В., к.е.н., доц.)

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР  
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 167

Гавриленко А.О., магістрант (науковий керівник – Сисоліна Н.П. к.е.н., доц.)

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІТ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ..... 169

Ковальова В.В., студ. (науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)

ВПЛИВ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА..... 171

Костишина А.І., здобувач (науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ  
В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН У ЗМІСТІ ПРАЦІ ..... 174

Красовський О.О., Стадник В.В., д.е.н., проф.

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ  
РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ..... 176

Мельнік М.А., доц.

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА  
В КОНТЕКСТІ АНТИКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ..... 179



Нікіфорова А.А., студент, Стадник В.В., д.е.н., проф. МОЖЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ «TEAMBUILDING» В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ .....	182
Савченко О.С., викладач, Черненко М.Є., магістрант ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	185
Селіщева Е.В., аспірант ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО- ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	187
Семикіна А.В., к.е.н., викладач ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: АСПЕКТИ КОНКУРЕНТНОЇ ЯКОСТІ .....	189
Феськов В.І., магістр (науковий керівник – Нісфоян С.С., к.е.н.) МЕТОДИКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА .....	192
Цимбалюк Д. І., студент (науковий керівник – Вінська О.Й., доц.) МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ .....	194
Яковенко Р.В., к.е.н., доц. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ГАЛЬМУВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ .....	196
<b>СЕКЦІЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ»</b>	
Абдулаев З.і.О., здобувач КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ТА УМОВИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ .....	199
Багрій К.Л., к.е.н., доц. ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ ПОЛПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ .....	201
Баранецька Н.М., студент, Полець М.Ю., студент (науковий керівник – Літинська В.А., доц.) МОТИВАЦІЯ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	204
Батієвська О.В., студент (науковий керівник – Мустеца І.В., к.е.н., доц.) ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ .....	207
Біловодська І.М., студент (науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.) НЕДОЛІКИ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ТОВАРООБІГУ.....	209
Бондар Ю.А. к.е.н., доц., Заєць О.М., студент ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	211

Войтків С.В.	
НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АВТОБУСОБУДУВАННЯ.....	214
Волчкова Г.К., к.е.н., ст. викл., Яковенко Р.В., к.е.н., доц.	
ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЗАКОНІВ ПРИДБАННЯ ТОВАРІВ У ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	217
Журило І.В., к.е.н., доц., Лазарева Ю.Г., магістрант	
ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОСЕРВІСУ .....	220
Запірченко Л.Д., к.е.н., доц., Ковальова В.В., студент	
ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІ ТА ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ .....	223
Кульчицька Я.К., студент (науковий керівник – Ситник О.Ю., к.е.н., доц.)	
ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ).....	226
Капелюш І.А., студент (науковий керівник – Федосенко Л.В., к.е.н., доц.)	
БАНКИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ .....	229
Маклаков С.М., к.е.н., Денисенко К.С., апірант (науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)	
ДІАГНОСТИКА ЗАОХОЧЕННЯ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ .....	230
Олійник Н.М., к.т.н., доц., Козін О.В., магістр	
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДОМІНАНТА СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ .....	233
Орищенко Ю.О., студент, Ванельчук Д.В. студент (науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)	
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	235
Сисоліна Н.П., к.е.н., доц., Башняк Ю.Ю.	
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	238
Скібіцька А.О., магістрант, Коваленко Н.О., к.пед.н., доц.	
МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	240
Смірнова Н.В., к.е.н., доц., Нестеренко В.В., магістрант	
МІСЦЕ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ .....	242
Смолева Т.М., головний спеціаліст	
ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ.....	244
Тарасюк А.В., к.е.н., доц., Лелека Д.М., студент	
ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ХЕРСОНЩИНИ .....	246

Урсол Д.Ю., курсант, Ситник О.Ю., к.е.н., доц. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АВІАКОМПАНІЇ.....	249
Хомич В.О., магістрант (науковий керівник – Смірнова Н.В., к.е.н., доц.) ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧІ ВИТРАТИ: СУТНІСТЬ ТА РЕГЛАМЕНТУВАННЯ ОБЛІКУ .....	252
Чумаченко О.С., к.т.н, доц., Козинський Р.А., студент ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ІНСТРУМЕНТАМИ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	254
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Бондарчук Ю.П., к.і.н., доц. ЕКОНОМІЧНІ ЗАКОНИ СПОЖИВАННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	257

**СЕКЦІЯ «ЗОВНІШНЯ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ  
ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ»**

Лазарєв А.М., курсант, Смутчак З.В., д.е.н., доц. ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗА УМОВ МІГРАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ .....	260
Лучик С.Д., д.е.н., проф., Лучик М.В., к.е.н. ЗОВНІШНЯ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	262
Островський П.О., студент, Чумак Я.А., студент (науковий керівник – Літинська В.А., доц.) ОСОБЛИВОСТІ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ З МЕТОЮ ЗМЕНШЕННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ.....	265
Польова К.О., студент, Чернушкіна О.О., к.е.н., доц. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ БЕЗРОБІТНИХ.....	267
Семикіна М.В., д.е.н., проф., Кабай В.О., к.е.н. МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ.....	272
Шевчук Л.Т., д.е.н., проф., Федоришина Л.М., д.е.н., доц. ТРАНСФОРМАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В УМОВАХ НОВІТНІХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ.....	275
Гончар А.В. АКТУАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	279

## СЕКЦІЯ «ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ»

УДК 33:35

*Бардієр В., студент  
(науковий керівник – Мустеца І.В., к.е.н., доц.)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Державне підприємство – підприємство, що діє на основі державної власності, або підприємство, у статутному капіталі якого частка державної власності становить 50 і більше відсотків [1].

В Україні на початок 2019 року зареєстровано 3385 державних підприємств, що перебувають під управлінням центральних органів державної влади (з них 1618 працюючих). Також, з початку 2019 року діє активна приватизація об'єктів малої приватизації. Всього за 2019 рік було виставлено на продаж 454 об'єктів малої приватизації. За результатами торгів відбулись електронні аукціони з продажу 373 об'єктів на загальну суму 613,3 млн грн., за стартовою ціною 425,6 млн грн. Фактичне надходження коштів до Державного бюджету України від приватизації об'єктів малої приватизації становить 537,8 млн грн. Скасували перелік підприємств що не підлягають приватизації (Закон України від 02.10.2019 №145-ІХ «Про визнання таким, що втратив чинність», Закону України «Про перелік об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації») [2].

Більша частина працюючих державних підприємств є тягарем для економіки України тому, що користуються доступом до фінансових ресурсів на пільгових умовах через державні банки та гарантії уряду, і близько половини з них є збитковими. Регулювання їх діяльності часто є майже неможливим через недосконалу і непрозору діяльність. Також державні підприємства часто є монополістами на ринках, що перешкоджає вступати приватним фірмам на ринки, де могла би бути життєздатна конкуренція.

Ефективна діяльність підприємства – це узагальнюючий показник, який характеризує її результативність. Ефективність характеризується відносними показниками, які розраховуються на основі результату діяльності та витрат задля досягнення результату.

На основі визначення терміну «ефективність» можна охарактеризувати її формулою (1):

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Ефект (Результат)}}{\text{Ресурси (Витрати)}} \quad (1)$$

Економічна ефективність може мати різні форми прояву:

- під час визначення економічної ефективності ресурси і результати можуть мати як вартісну, так і натуральну форму;
- ресурси і результати можуть братися як сукупні або ж як окремі елементи;
- в процесі розрахунку ефективності залежно від поставленої мети можливо використовувати різні види кінцевих результатів, які між собою відрізняються економічним змістом [3].

Фактори ефективності діяльності поділяються на загальні та специфічні. Загальні фактори мають місце у всіх сферах економіки, специфічні окремих галузях, або на конкретних підприємствах. Дана класифікація факторів допомагає більш повно врахувати особливості окремих підприємств і галузей, а також дати точну оцінку їх діяльності. Таким чином, щоб оцінити вплив факторів на ефективність діяльності підприємства, необхідно проведення економічного аналізу, за допомогою якого вивчаються і оцінюються факти і процеси комерційної діяльності.

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить також від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести: державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи); інституційні механізми (дослідні і навчальні центри, інститути, асоціації); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівлю); структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації).

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, виробі) та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [4].

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про фінансову реструктуризацію» // Електронний доступ: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-19>
2. Звіт про діяльність Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України за 2019 рік / Електронний доступ: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
3. Воронін О. Визначення показників економічної ефективності виробництва на основі модифікації ресурсного підходу // Економіка України / О. Воронін. 2007. № 10. С. 29-37.
4. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій / О. Г. Богданович. – 2012. – №1. – С. 45-58.

## **ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ РІЗНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ В РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ**

Істотно різняться ринки праці США, Європи та Японії. Американський ринок праці характеризується: високою конкурентоспроможністю і гнучкістю; значною свободою підприємств у наймі та звільненні працівників, мобільністю населення щодо зміни місця роботи, роду занять і проживання; слабким впливом профспілок, внаслідок чого ставки оплати праці можуть зростати і знижуватися досить вільно (не існує жодних обмежень, встановлених урядом або сильними профспілками).

У Європі, навпаки, утримується більш-менш стабільний рівень заробітної плати. В багатьох європейських країнах існує державне обмеження на мінімальний рівень оплати праці з тим, щоб запобігти зниженню доходів низькооплачуваних верств населення. Ринок праці в Японії відмінний від американського та європейського тим, що плинність кадрів на японських підприємствах не така висока, як, наприклад, у США. Робітники переважно працюють на одному підприємстві впродовж усього життя, а відданість компанії вважається позитивною рисою і всіляко заохочується.

Різний підхід до соціальної політики і політики зайнятості у США, Європі та Японії зумовив і різні рівні безробіття. У Сполучених Штатах безробіття перебуває на відносно низькому рівні завдяки високій конкурентоспроможності ринку праці. В Європі, навпаки, розцінки на некваліфіковану робочу силу встановлюються переважно урядом і профспілками. Якщо попит на неї знижується, підприємства наймають менше некваліфікованих робітників (зберігаючи таким чином рівень оплати праці), що призводить до зростання безробіття серед них [1, с.188]. В Японії також намітилася тенденція до зростання безробіття: система довічного найму обходиться японським підприємствам надто дорого, тому рівень безробіття тут невдовзі може зрівнятися з рівнем безробіття у США.

У США сформувався великий і динамічний ринок цінних паперів. Акції корпорацій продаються на біржі, і фондовий ринок нерідко використовується для поглинання одних підприємств іншими: коли справи компанії погіршуються, курс її акцій на біржі знижується, що дає змогу зовнішньому інвестору скупити контрольний пакет акцій, змінити керівництво підприємства, запровадити ефективніші методи управління й унаслідок підвищення курсу акцій підприємства отримати більший прибуток.

В Японії та більшості країн Західної Європи такий корпоративний контроль відсутній, оскільки великі пакети акцій однієї корпорації належать іншим корпораціям, а не фінансовим посередникам: взаємним фондам, пенсійним

фондам або страховим компаніям. Тому торгівля акціями здійснюється не так активно, як у США, що перешкоджає поглинанню, адже корпорації вважають за краще не продавати акції інших компаній, які їм належать, на відкритому ринку. В Японії «крос-холдинг» (ситуація, за якої дві компанії володіють акціями одна одною) реалізується в системі кейрецу – декілька компаній, які пов'язані тісними фінансовими зв'язками і певною мірою координують спільну стратегію діяльності. Фірми, що входять до кейрецу, забезпечують одна одній захист від стороннього покупця, так само, як у Західній Європі.

Промислова політика США, європейських країн і Японії має чотири спільні риси:

1) засоби виробництва в них майже повністю перебувають у приватній власності. Таким чином, йдеться про державну підтримку приватних підприємств;

2) ринкова конкуренція в цих країнах є визначальним фактором розширення виробництва та удосконалення технологій (в Україні деякі керівники державних підприємств переконані, нібито японські фірми захищені від конкуренції і що такий захист є джерелом їхнього тривалого успіху). Японські компанії діють в умовах жорсткої конкуренції, і багатьом не вдається уникнути банкрутства;

3) здійснення промислової політики в них обмежене рамками міжнародного права. Зокрема, за умовами СОТ заборонено використання експортних субсидій і спеціальних імпорتنих тарифів проти країн-учасниць;

4) стимулювання наукових досліджень і розробок на приватних підприємствах. Оскільки ринкова економіка не завжди забезпечує належний рівень науково-дослідницької діяльності та освіти, існує широкий простір для фінансової участі уряду. У США, Європі та Японії держава надає відчутну фінансову підтримку науковим дослідженням та освітній діяльності.

Особливості промислової політики Японії виявилися в тому, що японський уряд, головним чином, через Міністерство торгівлі та промисловості (МТП) сприяв розвитку одних промислових секторів і скороченню інших. Всупереч поширеному уявленню, таке сприяння було обмеженим, однак у деяких секторах економіки воно виявилось досить ефективним [2, с.189]. Проте не участь уряду була головним джерелом небувалого економічного зростання Японії, воно багато в чому залежало від внутрішніх особливостей японської системи. На сьогодні промислова політика в цій країні є не такою важливою, як після Другої Світової війни.

У повоєнній Японії вона почалася з радикальної демілітаризації економіки наприкінці Другої Світової війни. З ліквідацією військово-промислового комплексу промислові ресурси було спрямовано на виробництво споживчих товарів. Воно відіграло важливу роль у забезпеченні промисловості інформацією, її обізнаності зі становищем на світовому ринку й технологічними новаціями, координуванні (збільшенні чи зменшенні) інвестицій.

Ефективність діяльності МТП пояснюється тим, що воно було політично незалежним і не відчувало тиску різноманітних лоббі. За припущення, що українська промислова політика здійснювалася б за японським зразком, тиск промислового лоббі, виходячи з ситуації, що склалася, був би неминучим. Збиткові фірми за підтримки свого політичного лоббі значною мірою впливали

б на формування державної політики, і вона відображала б інтереси не нових динамічних структур, а структур віджилих але впливових.

Усе це дає підстави для таких висновків:

1) усі моделі ринкової економіки є ефективними і переважають економіку соціалістичного типу;

2) українські політики певною мірою впливають на появу ринкових інституцій. Однак цей вплив не є домінуючим, оскільки розвиток економіки визначають не лише законодавчі норми і наявність чи відсутність певних економічних інститутів, а й історичні передумови [3].

Зокрема, у повоєнній Японії окупаційна влада (США) допомагала реформуванню економічних інституцій через:

– ліквідацію системи великих підприємств, які сприяли посиленню військової сили Японії – дзайбацу (тісно пов'язані конгломерати компаній, якими переважно володіла й управляла одна сім'я) і продаж їхніх акцій у процесі масової приватизації;

– закладення підвалин соціальної злагоди шляхом поділу великих земельних володінь і передання невеликих земельних наділів у приватну власність селянам;

– створення ринкової економіки, заснованої на приватній власності на засоби виробництва, ринковій конкуренції та міжнародній торгівлі. З цією метою під тиском американців японський уряд прийняв законодавство американського зразка в галузі політики зайнятості, фінансових ринків і конкуренції, розробив жорстку програму фінансової стабілізації, основними елементами якої було скорочення бюджетного дефіциту і припинення субсидування промисловості.

Невдовзі ця політика дала відчутні результати, забезпечивши тривале економічне зростання. Саме вона визначила економічний зміст ринкових реформ, здійснюваних тепер у багатьох країнах світу, в тому числі й в Україні. Однак не менш важливим є й те, що американська промислова політика в Японії не породила капіталізму американського типу, хоч і базувалася на американських законах.

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – Кіровоград: «Пік», 2009. – 548 с. : іл.

2. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – [2-ге вид., випр.]. – Кіровоград : «КОД», 2010. – 548 с. : іл.

3. Яковенко Р.В. Особливості регулювання різних секторів економіки в розвинутих країнах [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=7497>. – Назва з титул. екрану.



*Бойко Я.І., магістрант  
(науковий керівник – Цимбалюк С. О., д.е.н., доц.)  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ*

## **МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

На сьогодні питання мотивації персоналу набувають особливої актуальності, оскільки вирішення завдань, які стоять перед підприємством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати працівників до ефективної діяльності. Проте в практиці вітчизняних підприємств переважають традиційні матеріальні стимули, має місце механічне перенесення елементів американських і західноєвропейських систем мотивації, що не дозволяє побудувати ефективні мотиваційні механізми. У зв'язку з цим, у сучасних умовах питання, пов'язані з розробленням ефективних систем мотивації персоналу, набувають особливої актуальності [1; 5].

Зарубіжні та вітчизняні вчені виокремлюють значну кількість мотиваційних чинників, а саме: матеріальна винагорода, кар'єрне зростання, успіх, визнання, самовираження та самореалізація. Безумовно, матеріальні чинники є найбільш очевидним і поширеним методом мотивації персоналу. З одного боку, вони є потужним засобом мотивації, а з іншого – у разі неналежного рівня можуть виступати чинником демотивації. На думку Ф. Герцберга, нестача грошей може спричиняти незадоволеність роботою, проте достатня їх кількість сама по собі не приносить тривалого задоволення. Це особливо актуально для людей, що отримують фіксований оклад. Такі люди можуть відчувати позитивні емоції, радість лише тимчасово. Проте відчуття ейфорії може швидко зникнути, якщо працівники не отримують задоволення від самого процесу праці та її змісту. Тому впровадження ефективного мотиваційного механізму на підприємстві повинно ґрунтуватися на можливості використання комплексу різноманітних мотиваційних чинників [2].

За результатами опитування актуальних тенденцій в управлінні персоналом, проведених Work.ua [6], складено прогнози для України та Європи. Під час дослідження були проведені круглі столи за участі понад 20 провідних експертів – директорів із управління персоналом. Також було опитано 4927 осіб в усіх регіонах України, з яких понад 600 керівників українських і міжнародних компаній. За результатами дослідження було виявлено, що більше ніж половина українців (56%) готові працювати удвічі ефективніше за наявності гідної оплати праці. Третина опитаних (31%) вважають, що високий оклад збільшить їх працездатність наполовину. Гідний рівень заробітної плати не вплине на ефективність праці 3% українців.

На думку різних експертів, в Україні залишається низькою ефективність праці, що обумовлено нестабільною соціально-економічною ситуацією. Ринок праці України програє в конкуренції з європейськими державами, що породжує

значні міграційні процеси. Наявні методи мотивації, які використовуються на вітчизняних підприємствах, не відповідають інтересам та потребам працівників, а в більшості випадків навіть суперечать їм. Для українських найманих працівників пріоритетними залишаються матеріальні мотиви. Проте крім матеріальної винагороди для персоналу важливими є методи нематеріальної мотивації, адже працівники зацікавлені брати участь у корпоративних святах, спортивних та культурно-розважальних заходах, а також потребують визнання власних заслуг. Лише за таких умов можна очікувати на лояльність, відповідальність та більшу віддачу в роботі [3; 4].

Існує безліч різних способів нематеріальної мотивації співробітників. Для працівників старших вікових груп важливим є відчуття стабільності та впевненості у майбутньому. Таких працівників мотивуватимуть заходи соціальної підтримки. Молодих працівників мотивують заходи, спрямовані на отримання додаткових знань та перспективи кар'єрного зростання. Не менш ефективною може виявитися звичайна подяка. У разі, якщо керівництво не забуває про внесок співробітників у результати діяльності, то можна досягти значного ефекту без суттєвих витрат [3].

Система мотивації повинна бути простою і зрозумілою для працівника, гнучкою, давати змогу відразу ж заохочувати кожен позитивний результат роботи. Розміри винагороди повинні бути економічно обґрунтованими. Система заохочення має формувати у працівників відчуття справедливості матеріальних винагород і сприяти підвищенню зацікавленості працівників у поліпшенні індивідуальних результатів праці та взаємовідносин з іншими співробітниками.

Важливе значення, на нашу думку, має усвідомлення та розуміння керівниками значущості питань, пов'язаних з підвищенням якості життя та створенням належних умов праці для людей, котрі безпосередньо створюють прибуток. У разі створення атмосфери взаємоповаги і взаємопідтримки та правильного використання різних мотиваційних заходів підприємство формує репутацію організації, в якій поважають працівників, цінують їх внесок у результати діяльності. У такому разі можна очікувати на задоволення працівників роботою, посилення мотивації й досягнення поставлених цілей.

Отже, підвищення мотивації персоналу на сьогодні є актуальним завданням керівників і фахівців з управління персоналом. Стабільний економічний розвиток підприємства, його конкурентоспроможність на ринку значною мірою залежить від зацікавленості персоналу в ефективній діяльності, від бажання досягати поставлених цілей, професійно розвиватися і робити внесок у розвиток та результати діяльності підприємства.

### Список використаних джерел

1. Никифорова В.Г. Управління персоналом : навч. пос. / В.Г. Никифорова 2-ге вид. – Одеса: Атлант, 2013. – 275 с.
2. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент : підруч. / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – Київ : КНЕУ, 2014. – 479 с.
3. Лещенко Л.О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва [Електронний ресурс] / Л.О. Лещенко // Ефективна економіка. – 2016. – № 4. – Режим доступу: [www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)

4. Кича Л.М. Особливості закордонного досвіду мотивації праці [Електронний ресурс] / Л.М. Кича. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/VPDTU\\_ek\\_2013\\_26\\_10.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/VPDTU_ek_2013_26_10.pdf).
5. Козаченко Г.В. Зарубіжний досвід мотивації праці [Електронний ресурс] / Г.В. Козаченко. – Режим доступу: [http://www.elitarium.ru/2014/10/22/zarubezhnyjj\\_opyt\\_motivacii\\_truda.html](http://www.elitarium.ru/2014/10/22/zarubezhnyjj_opyt_motivacii_truda.html)
6. Масштабне дослідження актуальних тенденцій в управлінні персоналом, прогнози для України та Європи. Результати дослідження work.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.work.ua/news/ukraine/490>

УДК 339.144

*Ванельчук Д.В., студент гр. ЕП-16  
(науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ТОВАРНIMI ЗАПАСАМИ**

Товарний запас являє собою масу товарів, призначену для подальшого продажу, що знаходяться в сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживача. Причиною утворення товарних запасів є забезпечення безперервності процесу реалізації товарів та обслуговування покупців. Так невідповідність ритму реалізації та виробництва товарів, сезонність споживання деяких товарів, нерівномірність розміщення районів споживання та виробництва призводять до утворення товарних запасів. Товарні запаси також можуть набувати різних форм: запаси готової продукції на складах підприємства, товари в дорозі, товарні запаси на складах оптової торгівлі та інших збутових посередників, запаси підприємств роздрібної торгівлі [1].

Трансформація товарних запасів в процесі переміщення від виробника до споживача проходить такі етапи: спочатку запаси готової продукції знаходяться на складах підприємств-виробників, потім ці товари транспортуються від виробника до оптової ланки та перебувають на складах оптової торгівлі та інших збутових посередників. Далі запаси готової продукції транспортують від оптової до роздрібної ланки торгівлі та знаходяться безпосередньо на складах підприємств роздрібної торгівлі та в торговельному залі.

Фактори, що визначають обсяг товарних запасів та їх оборотність поділяються на дві групи: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх належить кон'юнктура споживчого ринку, рівномірність та стійкість споживання, ритмічність виробництва окремих товарів, стан конкуренції ринку товарних ресурсів, добросовісність постачальників, стан дисципліни поставок, рівень інфляційних очікувань. До внутрішніх – місцезнаходження торговельного підприємства, обсяг товарообороту, спеціалізація підприємства та структура товарного обороту, організація та частота завозу товарів, площа торговельного залу та форма обслуговування покупців, стан складського господарства, фінансовий стан підприємства, організація комерційної роботи.

Показники стану товарних запасів розрізняють на абсолютні та відносні. До перших належать натуральні (кг, тони, одиниці тощо) та вартісні, що

виражаються у поточних або порівняльних цінах. До других відносять період обертання у днях обороту, швидкість обертання у кількості обороту та рівень товарних запасів у відсотках до обороту.

Приведемо узагальнену класифікацію товарних запасів в таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація товарних запасів

Ознака	Види
За призначенням запасів	запаси поточного зберігання
	запаси сезонного зберігання
	запаси попереднього (дострокового) завозу
	запаси цільового призначення
Залежно від місця формування	запаси роздрібної торгівлі
	запаси оптової торгівлі
	запаси товарів у дорозі
Залежно від асортиментної структури запасів	запаси за товарними групами
Залежно від моменту та характеру оцінки	початкові (вхідні) товарні залишки, що характеризують розміри товарних запасів, які фактично склалися на початок певного періоду
	вихідні, які характеризують розміри товарних запасів, що фактично склалися на кінець певного періоду
	середні товарні запаси, які характеризують розміри товарних запасів протягом певного періоду та розраховуються по середній арифметичній чи середній хронологічній
	планові (прогнознi) товарні запаси, які підприємство планує або очікує забезпечити на певну дату
За відношенням до зміни обсягу товарообігу (за чутливістю до зміни товарообігу)	умовно-змінна частина запасів (розмір обумовлюється розміром та динамікою товарообігу)
	умовно-постійна частина запасів (представницький асортиментний набір, що має постійно знаходитися в торговельній мережі підприємства, запаси цільового призначення)
Залежно від регулярності поповнення	запаси товарів регулярного поновлення та витрат
	запаси регулярного поновлення, але сезонного використання
	запаси сезонного формування та регулярного використання
	запаси періодичного поновлення
В залежності від попиту на споживчі товари	запаси, що відповідають параметрам попиту
	запаси, що не відповідають параметрам попиту (неходові товари, залежалі товари, товари, завезені понад норму)
Відповідно до нормативу	запаси у межах нормативу
	понаднормативні запаси
	запаси менше нормативу (призводить до порушення ритму продажу, неотримання належного обсягу товарообігу та прибутку, формування незадоволеного попиту населення)

Планування обсягу товарних запасів проводиться на основі розрахункових нормативів створення запасів поточного зберігання, а також, виходячи з умов та потреб формування інших видів запасів: сезонного зберігання, дострокового завою, цільового призначення.

Розрахунок суми товарних запасів у цілому на підприємстві та в розрізі окремих груп товарів проводиться шляхом множення нормативу запасів товарів поточного зберігання в днях обороту на одноденний обсяг реалізації товарів у плановому періоді плюс сума запасів товарів сезонного зберігання та дострокового завою, плюс сума запасів товарів цільового призначення. Ефективність розробленого плану формування товарних запасів оцінюється за допомогою системи показників ефективності, які були розглянуті вище. При суттєвому зниженні показників ефективності використання товарних запасів у плановому періоді в розрахунки обсягу товарних запасів вносяться потрібні корективи. В окремих випадках план товарних запасів має забезпечувати підвищення обіговості та рентабельності товарних запасів.

Оперативне управління товарними запасами на стадії формування запасів передбачає:

1. Організацію контролю за рівнем товарних запасів.
2. Визначення оптимального рівня товарних запасів та точки замовлення.
3. Вивчення обсягів та причин створення наднормативних запасів.
4. Розробку політики реалізації наднормативних запасів [2].

Отже, оперативне управління товарними запасами передбачає систематичне проведення роботи за спостереженням (моніторингом) стану товарних запасів, підтримку їх оптимального розміру, своєчасне поповнення та підтримку товарних запасів на рівні встановленого нормативу. Метою проведення цієї роботи є забезпечення безперервного та ритмічного продажу товарів, зокрема в умовах зміни споживчого попиту, мінімізації сукупних витрат з формування та зберігання запасів, недопущення втрат товарних та фінансових ресурсів підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Характеристика товарних запасів та основні етапи їх формування: Режим доступу – [https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika\\_tovarnih\\_zapasiv\\_osnovni\\_etapi\\_formuvannya](https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika_tovarnih_zapasiv_osnovni_etapi_formuvannya)
2. Планування обсягу товарних запасів: Режим доступу – [https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya\\_obsyagu\\_tovarnih\\_zapasiv\\_operativne\\_regulyuvannya\\_kontrol\\_utvorenniam\\_tovarnih\\_zapa](https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya_obsyagu_tovarnih_zapasiv_operativne_regulyuvannya_kontrol_utvorenniam_tovarnih_zapa)

## **ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Протягом тривалого історичного періоду відбувалось формування і перманентне удосконалення системи фінансової звітності у відповідності до зміни потреб користувачів. Отже, на сьогодні вигляд фінансової звітності є відповіддю розробників облікової методології на ці зміни. Поява ж нових форм, видів та форматів звітності є адекватною реакцією облікової системи на зміни стану суб'єктів, які впливають на неї, та забезпечують її функціонування.

Фінансова звітність має велике значення як єдина система даних про майновий та фінансовий стан підприємства, результати його діяльності та рух грошових коштів яка складається на підставі даних бухгалтерського обліку за встановленими формами. Цей вид звітності є основним джерелом інформації про господарську діяльність та фінансовий стан підприємства, яка дає реальну можливість здійснити правильну та достовірну оцінку його вартості.

В НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зазначено, що бухгалтерська звітність – звітність, що складається на підставі даних бухгалтерського обліку для задоволення потреб певних користувачів, фінансова – бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період. Проте, деякі науковці ототожнюють поняття «фінансова» та «бухгалтерська» звітність, при цьому визначають її як головне джерело інформації, необхідної для оцінки фінансового стану.

Сьогодні фінансова звітність господарюючих суб'єктів є основним засобом комунікації і найважливішим елементом інформаційного забезпечення управління. Формування інформаційної системи на підприємстві повинне враховувати всі аспекти його фінансово-господарської діяльності, забезпечувати оптимізацію взаємозв'язків і залежності між всіма основними функціями управління. У цьому напрямку широко використовується процесний підхід, відповідно до якого процес управління є системою загальних функцій. При цьому окремі стадії управлінського процесу логічно зв'язані у відповідному циклі, для якого характерний прямий та зворотній рух, що постійно повторюється. На основі економічних характеристик функцій управління можна виділити з них п'ять загальних: планування; організація; мотивація; облік; контроль. Вказані функції поєднані сполучними процесами: комунікації та рішення. При цьому під комунікацією слід розуміти процес обміну інформацією.

Для підвищення ефективності використання звітної інформації користувачами звітності, потрібен баланс між принципами бухгалтерського обліку, якісними характеристиками та вимогами до формування звітності. У НП(С)БО-1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зазначені якісні

характеристики фінансової звітності, які зумовлюють її корисність для прийняття управлінських рішень користувачами: зрозумілість (інформація, що відображена у звітності повинна бути зрозумілою і розрахованою на однозначне її тлумачення), доречність (впливає на прийняття рішень), достовірність (не містить помилок і викривлень), зіставність (можливість порівнювати фінансові звіти за різні періоди).

Роль і значення фінансової звітності в інформаційному забезпеченні підприємства визначається ступенем запитуваності інформації, яка формується системою управління. Загально визнано, що звітна інформація є основою для прийняття важливих управлінських рішень як у середині підприємства, так і поза його межами.

В сучасних умовах фінансова звітність є елементом інфраструктури ринкової економіки, реальним засобом комунікації, з допомогою якого менеджери різних рівнів мають змогу формувати стратегію і тактику розвитку підприємства. На підставі даних фінансової звітності можна оцінити майновий стан, результати діяльності та економічний потенціал суб'єкта господарювання, прогнозувати майбутні грошові потоки та визначати вектори його розвитку, приймати ефективні управлінські рішення.

Фінансова звітність є комплексною моделлю відображення оптимізованої комбінації інтересів суб'єктів ринку, яка динамічно розвивається і модифікується під впливом сучасних змін економічного середовища. Вона одночасно виступає предметом конфлікту між її укладачами та користувачами, також засобом його врегулювання.

Користувачі фінансової звітності прагнуть отримати максимально достовірну інформацію про підприємство, тому що високий рівень поінформованості про фінансово-майновий стан в ринкових умовах є суттєвим засобом конкурентної боротьби в глобальному світі.

В сучасних умовах фінансова безпека підприємства знаходиться під впливом різних загроз (внутрішніх і зовнішніх), які впливають негативно на фінансовий стан підприємства, що відображається у фінансовій звітності підприємства через фінансові показники діяльності. Визначальними факторами формування і забезпечення стабільності системи фінансової безпеки підприємства, окрім високого рівня капіталізації, диверсифікованості бізнесу, прибутковості підприємницької діяльності, наявності сформованого резервного капіталу, розвитку страхування як важливої складової зниження ризику, має бути наявність ефективної облікової політики щодо достовірної фінансової звітності.

Фінансова звітність – це єдина система даних про майновий та фінансовий стан підприємства, результати його діяльності та рух грошових коштів яка складається на підставі даних бухгалтерського обліку за встановленими формами, є основним джерелом інформації про господарську діяльність та фінансовий стан підприємства, яка дає реальну можливість здійснити правильну та достовірну оцінку його вартості. Мета фінансової звітності знаходиться на чолі концепції обліку та звітності і визначає методологію та методику формування даних, а тому удосконалення будь-якого з елементів методичного апарату бухгалтерського обліку повинно здійснюватися через призму інтересів користувачів звітності.

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЛАНЦЮГА ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН**

В умовах сучасного ринку при постійно зростаючій конкуренції, очевидно, що досягнення стійкого позитивного результату без залучення потенціалу, який дозволяє задіяти співпрацю між різними організаціями і підприємствами, практично неможливо, особливо з огляду на різноманіття форм такого роду відносин: міждержавне, національне та міжфірмове партнерство. Підприємства змушені розробляти стратегії розвитку, що дозволяють розвиватися, зберігати лідируючі позиції на ринку і більш повно задовольняти персоніфіковані і все більш складні потреби споживачів.

Все частіше спостерігається тенденція об'єднання компаній в бізнес-мережі, що дозволяє підприємствам більш впевнено почувати себе на ринку і легше задовольняти різноманітні потреби споживачів.

У разі виникнення комунікації, споживач послуг підприємства стає її постійним клієнтом протягом тривалого періоду часу. Тому до споживача необхідно ставитися як до постійного клієнта, навіть, якщо в поточний момент часу він нічого не купує у підприємства.

Існує різні рівні взаємовідносин, які характеризуються наявністю зобов'язань різного типу. На початковому рівні сторони підтримують відносини, тому що існує причина. Наступні рівні – це знайомство, співробітництво, поглиблення зв'язків, партнерство та емоційний зв'язок з підприємством [1, с. 29]. Мета маркетингу партнерських відносин – рух сходами взаємин до їх найвищої точки, нехай і не з усіма клієнтами. Як відомо, маркетинг партнерських відносин складається з таких елементів: культура і цінності; керівництво (лідерство); стратегія; структура; люди, технологія; знання і розуміння; процес. Для реалізації концепції маркетингу взаємин необхідно узгодження перерахованих елементів з обраними клієнтами.

Маркетинг партнерства заснований на співпраці, а сторони, залучені в процес створення споживчої цінності, розглядаються як рівні партнери. Одним з результатів маркетингу взаємин стає правильно сформована мережа взаємин всередині і поза підприємством, що приведе її до успіху. Актуальним завданням стратегічного управління і визначальним фактором успіху в досягненні конкурентної переваги в сучасній ринковому середовищі стає управління «портфелем відносин з клієнтом». Маркетингові рішення, спрямовані на досягнення такого результату, реалізуються в планах і програмах маркетингу партнерських відносин.

Відмінною особливістю моделі маркетингу партнерських відносин є більш широкий погляд на ринок, без фокусування лише на кінцевого споживача. Ідея



полягає в тому, щоб сформувати реальну споживчу цінність, важливо зрозуміти, які відносини повинні бути побудовані з різними важливими стратегічними клієнтами.

Необхідність розгляду як зовнішнього, так і внутрішнього ринків в інтегрованому ключі, а також досягнення більшої націленості на побудову довгострокових взаємин з клієнтами переконує в необхідності розробки плану маркетингу відносин, що включає плани розвитку відносин на всіх перерахованих ринках. Метою такого плану є гарантія інтеграції та взаємодія найважливіших ринків, які формують платформу для успішних партнерських відносин з клієнтами.

Маркетингове планування в рамках цієї нової парадигми підштовхує до розробки стратегій для процесів, які впливають на досягнення цілей по утриманню клієнтів. В даний час існує поширена думка, що маркетинг потрібно розглядати як процес, що охоплює весь бізнес, тобто процес, який має на меті створення вищої споживчої цінності. Метою всіх бізнес-процесів стає формування і підтримка взаємовигідних відносин через ланцюг, кінцевим пунктом в якому є збільшена споживча цінність. Щоб побудувати ефективний ланцюг взаємовідносин всередині організації потрібно звернути увагу на важливі аспекти, розташовані в логічній послідовності: визначення ціннісної пропозиції; виділення відповідних сегментів споживчої цінності; створення системи доставки цінності; управління і підтримка доставленого задоволення.

Таким чином, ми раніше запропонували трактувати маркетинг взаємодії як концепцію організаційної взаємодії, яка зорієнтована на максимально ефективне використання особливостей довготривалої співпраці підприємства з його основними бізнес-партнерами, за рахунок чого досягається їх взаємопов'язаний спільний розвиток, який забезпечує ефект ресурсної та/чи ринкової синергії для всіх учасників партнерства [2]. Ефективність вибудовування ланцюга партнерських відносин залежить від здатності менеджменту вибудовувати відносини з усіма зацікавленими сторонами. Традиційно, маркетингові плани концентрували увагу на клієнтах або споживачах, не усвідомлюючи, як правило, важливість розвитку відносин з постачальниками, ринком праці, джерелами поширення відгуків і сферами впливу.

Більш тісна робота з постачальниками як з партнерами, а не як з конкурентами, зазвичай приносить безліч переваг і спрямована на поліпшення якості товарів і послуг, зниження сукупних витрат за допомогою інтеграції ланцюга поставок і більш високий рівень зворотнього зв'язку. Важливість того, що правила набору персоналу можуть впливати на ефективність підприємства, дієвість передачі інформації «з уст в уста» широко визнана науковцями, хоча і недостатньо досліджена [3, с. 205]. Задоволені покупці можуть бути потужною силою прихильників товарів і послуг підприємства і через стимули мотивуватися на залучення для підприємства нових споживачів.

Кінцевий результат, до якого прагне маркетинг партнерських відносин, – формування унікального активу підприємства, так званої, маркетингової ділової мережі, яка включає в себе підприємство і всі інші зацікавлені в її роботі групи, з ким організація встановила взаємовигідні ділові відносини.

У процесі взаємовідносин між партнерами створюється додаткова цінність, яка стає частиною споживчої цінності кінцевого покупця. Результат процесу партнерства в мережі слід розглядати в двох основних видах: як результат у вигляді створеної споживчої цінності і як результат у вигляді створеної цінності взаємин бізнес-суб'єктів мережі. Метою управління мережею є збереження її ринкової стійкості, а метою управління ланцюжком попиту – створення споживчої цінності і досягнення максимальної задоволеності всіх учасників мережі.

Підсумовуючи вище сказане, відзначимо, що маркетинг взаємовідносин як філософія організації та стратегічного управління ланцюжком попиту приділяє основну увагу стратегії підприємства по формуванню стійких і довгострокових партнерських відносин з усіма партнерами, розвиток яких призводить до досягнення їх задоволеності від процесу взаємодії, спрямованого на створення кращої споживчої цінності. Тому, на ринку конкурують вже не стільки підприємства-виробники, скільки ділові мережі в цілому. У цьому випадку виграє та компанія, якій вдалося побудувати найбільш ефективну систему партнерських відносин.

#### Список використаних джерел

1. Stadnyk V., Sokoliuk G., Holovchuk J. Institutional component of competitiveness risks and development of socio-economic systems. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village: monograph. Ternopil. 2019, 514p. p.p. 28-40. available at: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29283/1/Monograph\\_BRCDGV%202019.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29283/1/Monograph_BRCDGV%202019.pdf)
2. Стадник В.В., Іжевський П.Г., Головчук Ю.О. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 2, available at: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1061>
3. Пчелянська Г.О. Маркетингові підходи до формування ринку агропродовольчих товарів. Бізнес Інформ. 2019. №2. С.202-208, available at: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-202-208>.

УДК 31:35

*Гріневич С.В., студент,  
Яковенко Р.В., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

#### ПУБЛІЧНІ ВИТРАТИ В СИСТЕМІ ДЕМОГРАФІЧНОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ

Соціальна політика та реальні заходи держави і приватного сектору в галузі ліквідації психологічної напруги у великих та малих соціальних групах через тимчасове поліпшення їх матеріального стану, мають короткостроковий характер. При цьому не враховуються існуючі демографічні тенденції та стратегічні напрямки розвитку соціуму, зокрема через сприяння позитивізації демографічних процесів.

Сучасна демографічна криза в Україні в своїй основі має дві пріоритетні передумови: недосконалість розвитку ринкових механізмів, що зумовлена,

зокрема, низьким рівнем розвитку продуктивних сил та обмеженістю сфери впливу соціальної політики [2]. Глибина розробки заходів та механізму реалізації соціальної політики в обов'язковому порядку повинна мати довгостроковий характер, чітко визначене цільове призначення та системне економічне забезпечення. Пріоритетним завданням сучасних заходів соціальної політики має бути сприяння підвищення якості та тривалості життя як головної, первинної ланки поліпшення демографічного стану суспільства.

У процесі визначення практичних аспектів впливу на демографічні процеси, особливо в умовах перехідної економіки, принципове значення мають публічні витрати (державні видатки), як складова соціальної політики та обов'язковий елемент економічної системи.

Збільшення державних видатків викликає зростання рівноважного ВВП, при цьому вплив державних видатків на рівноважний ВВП має мультиплікативний характер.

Характер такої дії зумовлює водночас декілька позитивних видів впливу: зростання реального обсягу внутрішнього виробництва, що за умов екологічної адекватності та демографічно обґрунтованої системи розподілу доходів сприяє поліпшенню рівня життя населення; цільове підвищення життєвих та соціальних стандартів. У той же час, зростання обсягу ВВП може обумовлюватись демографічним чинником: зростання чисельності населення (у довгостроковій перспективі) збільшує платоспроможний обсяг потреб, збільшуючи сукупний попит, і, у випадку повноцінної дії ринкового механізму, це призводить до зростання сукупної пропозиції (ВВП).

Держави з перехідною економікою надають перевагу цільовим трансфертам особам та домогосподарствам. У той же час країни з розвинутою економікою вирішують дилему співвідношення трансфертів домогосподарствам та субсидій і поточних трансфертів підприємствам, які власноруч визначають розміри допомоги і механізм її надання певним домогосподарствам. Безумовно, обидва елементи є обов'язковими. Перший – реалізує підтримку відносно «економічного пасивного» населення, зокрема того, що не продає на ринку ресурсів свою робочу силу; другий – не лише зміцнює демографічний потенціал, а й створює передумови для подальшого економічного зростання, як матеріального фундаменту реалізації майбутньої соціальної політики.

Практичним завданням подолання демографічної кризи через механізм ліквідації бідності як поширеного соціального явища полягає у наступних механізмах, діючих за відповідними принципами:

- формування довгострокових соціальних (в тому числі й регіональних) програм, з перспективою оптимізації тенденцій демографічного розвитку;
- визначення життєвих стандартів на основі адекватності та своєчасності реагування на зміни в рівні цін, зростання соціальних потреб та інших детермінант, диференційовано по різних соціальних і демографічних групах;
- ефективне поєднання механізмів ринкового та державного перерозподілу доходів у процесі визначення рівня впливу держави на економічні процеси;
- виокремлення демографічних груп, що потребують первинного державного соціального забезпечення, визначення його строківості;

– розробка заходів щодо стимулювання підвищення рівня економічної участі в суспільному житті верств населення, що знаходяться в «групах демографічного ризику» або потребують державної допомоги;

– розробка прозорого механізму нарахування та отримання цільових, демографічно спрямованих державних виплат за принципом унеможливлення корупції;

– формування відповідних мотиваційних механізмів та залучення недержавного й змішаного секторів економіки, та економічного сектору «закордон» до розробки, впровадження та матеріального забезпечення соціально-демографічних програм на макро- та мікрорівні.

У багатьох випадках інфраструктура виступає як чинник безпосереднього впливу на демографічні процеси: відстань до медичних закладів з наявністю доріг, транспорту та вартості перевезень; забезпечення населення якісною питною водою, опаленням тощо.

Як відомо, в Україні найнижчим є рівень інфраструктурного розвитку саме сільської місцевості, зрештою, як і рівень доходів. Не останню роль у цьому аспекті відіграє й недосконалість адміністративної будови країни, особливо в аспектах забезпечення побутових умов. Але, у випадку реалізації адміністративної реформи, необхідно провести детальний аналіз економічних витрат та демографічного ефекту від її впровадження.

Однією з економічних складових негативної дії соціальної інфраструктури, є невідповідність ціни комунальних послуг їх якості та рівню доходів населення. Це, в багатьох випадках, зумовлюється низьким рівнем управлінської підготовки робітників житлово-комунального господарства та формою його власності. Однак, необхідно зазначити, що недоцільним як з економічної, так і з демографічної точок зору є передача у довгострокову оренду комунальних структур без наявності громадського та антимонопольного контролю. Те саме стосується й здачі зазначених об'єктів у концесію.

Ефективним способом поліпшення дії інфраструктури може стати залучення громад до управління комунальною власністю. Прийняття колективних спільних рішень щодо розміру тарифів, інвестиційної політики у цю галузь тощо, є важелем не лише поліпшення демографічного стану на рівні регіону, а й соціальної згуртованості місцевих громад. Не менш доречним є залучення позик для розвитку інфраструктури з відповідним техніко-економічним обґрунтуванням та врахуванням кредитних ризиків. У такому випадку можна спостерігати явище перетворення кредитних ресурсів на демографічний потенціал, який може перетворитись на людський капітал.

Крім зазначеного, здійснювати вплив на демографічні процеси спроможні такі соціальні фактори:

– рівень освіти населення та рівень особистого/колективного економічного досвіду як спосіб підвищення добробуту;

– рівень інформатизації суспільства, зокрема щодо способів захисту свого життя та здоров'я (в першу чергу – рівень первинних медичних знань та знань в галузі охорони праці та безпеки життєдіяльності);

– формування та трансформація суспільної свідомості, зокрема поняття «соціальне забезпечення» має трансформуватись у категорію «соціальне партнерство» із формуванням ринкового світосприйняття на основі підвищення рівня та якості економічних знань населення.

Структура державних видатків має поєднувати в собі трансферти приватним особам та домогосподарствам, як способу тактичного реагування на соціально-економічні негаразди в суспільстві, та витрати на розвиток, відновлення та удосконалення інфраструктури, як стратегічний елемент політики позитивного впливу на демографічні процеси [1, с. 217]. Необхідність сьогодення полягає у включенні до структури публічних видатків витрат на розвиток інших соціальних факторів, дослідженні їх ролі та удосконаленні механізму їх дії.

Подальші дослідження в цьому напрямку спроможні створити ефективну методологічну базу для реалізації комплексної демографічної політики через соціально-економічний механізм.

#### **Список використаних джерел**

1. Яковенко Р.В. Соціально-інфраструктурні фактори впливу на демографічні процеси / Роман Яковенко // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць : в 4 т. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2006. – Вип. 217. – Т. I. – С. 212-218.

2. Яковенко Р.В. Державні видатки та соціальна політика як фактори впливу на демографічні процеси [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=4221>. – Назва з титул. екрану.

**УДК 65**

*Коваленко Н.О., к.пед.н., доц.  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

### **ЗАСТОСУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЦИВІЛЬНОЇ АВІАЦІЇ УКРАЇНИ**

Успішне управління сучасними великими організаціями неможливе без мережевих комп'ютерних інформаційних систем (ІС), складність яких обумовлюється необхідністю інтеграції даних за багатьма, на перший погляд, зовсім різними напрямками діяльності: фінанси, логістика, персонал, клієнти тощо. Але саме з інтеграцією всіх даних підприємства менеджмент переходить на більш високий рівень конкурентоспроможного управління.

Одним з ефективних напрямків удосконалення управління підприємством є розробка и впровадження сучасних інформаційно-управляючих систем і технологій. Нові інформаційні технології управління підприємством є важливим і необхідним засобом, який дозволяє:

– швидко, якісно і надійно виконувати отримання, облік, зберігання і обробку інформації;

- значно скоротити управлінський персонал підприємства, який займається роботою по збору, обліку, зберіганню і обробці інформації;
- забезпечити у потрібні терміни керівництво і управлінсько-технічний персонал підприємства якісною інформацією;
- своєчасно і якісно вести аналіз і прогнозування господарської діяльності підприємства; швидко і якісно приймати рішення по усіх питаннях управління підприємством.

Корпоративна інформаційна система (КІС) авіакомпанії – це інформаційна система, яка підтримує автоматизацію функцій управління на авіапідприємстві та його представництвах у інших регіонах або країнах і постачає інформацію для прийняття управлінських рішень. У ній реалізована управлінська ідеологія, яка об'єднує бізнес-стратегію авіакомпанії і прогресивні інформаційні технології.

Автоматизоване управління діяльністю авіакомпанії в умовах ЗЕД – це автоматизована інформаційна діяльність направлена на забезпечення ефективності виконання місії та цілей авіакомпанії із перевезення пасажирів, вантажу та пошти, як на території реєстрації, так і за її межами, відповідно до мережі перевезень та розкладу руху повітряних суден.

Ефективне управління діяльністю авіакомпанії з допомогою корпоративної інформаційної системи, дозволяє контролювати основні напрямки діяльності:

- кваліфікацію не тільки льотного, інженерно-технічного персоналу, але й управлінського персоналу (менеджерів);
- стан парку ПС;
- проводити гнучку тарифну політику з урахуванням сезонності та оптимізації класності обслуговування;
- здійснювати точний контроль за видатками і доходами;
- впроваджувати автоматизацію всіх виробничих процесів;
- інформувати та контролювати представництва авіакомпанії в інших регіонах та країнах.

Корпоративна інформаційна система управління діяльністю авіакомпанії це складна, взаємозалежна від багатьох зовнішніх і внутрішніх факторів система, неможлива без системного підходу, основним положенням якого є те, що система розглядається як єдине ціле з урахуванням взаємозв'язків її складових елементів.

Складність використання системного підходу до управління діяльністю авіакомпанії з використанням корпоративної інформаційної системи є наслідком двох обставин: першої – обмеженість формалізованого опису багатьох напрямків операційної діяльності, другої – досліджувана система знаходиться в динамічному стані під постійним впливом на неї зовнішніх і внутрішніх факторів. Запропонована концепція враховує основні критерії, які характеризують економічну ефективність діяльності авіакомпаній відповідно до рекомендацій ІСАО.

Системна ієрархія організації ефективної діяльності авіакомпанії передбачає виділення трьох рівнів контролю і прийняття управлінських рішень: рейс – авіалінія – авіакомпанія, в основі яких знаходиться первинна звітна польотна інформація про кожний конкретний рейс. У роботі запропоновано

методичні рекомендації з адаптації системи розрахунків основних показників комерційної діяльності до вимог ІСАО.

Різноманітність факторів, які впливають на ефективність операційної діяльності авіакомпанії, складності врахування частки впливу кожного з них на формування прибуткової і видаткової частин рейсів, неможливість точної оцінки дії деяких факторів при калькуляції окремих статей доходів і витрат, обумовлюють складність поставленої задачі і неможливість її вирішення без використання сучасної комп'ютерної техніки.

В умовах жорсткої конкуренції, для поліпшення фінансового положення національних авіакомпаній шляхом забезпечення ефективного управління діяльністю авіакомпанії з використанням КІС та зниження рівня конкурентної боротьби з закордонними авіакомпаніями, які працюють на українському ринку МПП, необхідно рекомендувати використовувати механізм зниження собівартості та витратної частини діяльності з метою приваблення пасажирів та клієнтів та підвищення рівня прибутковості.

Використання КІС в управлінні діяльністю авіакомпанії, як елемент загальної системи управління, значно впливає на ефективність її авіаційної діяльності, інтегруючи взаємодію підрозділів та її взаємозв'язки з постачальниками, споживачами та конкурентним середовищем, тому оцінка та підвищення ефективності операційного менеджменту є одним з таких завдань яке потребує науково обґрунтованого підходу до його вирішення.

Основою ефективного управління діяльністю авіакомпанії з використанням КІС є визначення ефективності її діяльності. Оцінка ефективності будується на основі єдиних методологічних принципів визначення ефективності діяльності.

Успішне функціонування системи управління діяльністю авіакомпанії багато в чому визначається ефективністю її організаційного забезпечення. Система організаційного забезпечення управління ефективністю діяльності авіакомпанії з впровадженням КІС складає автоматизовану взаємопов'язану сукупність її внутрішніх структурних служб і підрозділів, які забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень з окремих питань планування, формування, розподілу і використання прибутку і несуть відповідальність за результати цих рішень.

Інформаційне управління являє собою основну діяльність авіакомпанії, яка пов'язана з наданням авіаційних послуг із перевезення пасажирів, розробкою маршрутів та рейсів, вибору типу повітряного судна, класу перевезень, забезпечує основну частку доходу і є основним джерелом формування цінності. А отже, управління на базі КІС є пріоритетним напрямком роботи для менеджменту авіакомпанії.

Отже, повноцінна КІС повинна забезпечити інформаційну прозорість авіакомпанії, формувати єдиний інформаційний простір, який об'єднує інформаційні потоки, що йдуть від операційної діяльності до нього, з даними фінансово-господарських служб і видавати необхідні повідомлення для всіх рівнів управління авіакомпанією.

*Коваленко Я.С., магістрант гр. ООУД-18М-1.9,  
Гой Р.С., магістрант гр. ООУД-18М-1.9  
(науковий керівник – Пальчук О.В., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Податки, які сплачують суб'єкти господарювання України, прямо або опосередковано впливають на фінансові результати підприємств, установ, на яких, згідно діючого законодавства, покладено обов'язок сплачувати загальнодержавні та місцеві податки і збори. Тому неправильне нарахування і сплата податків, несвоєчасне складання податкової звітності, помилки при організації обліково-аналітичного забезпечення податкових платежів передбачають застосування фінансових санкцій, стягнення штрафів, нарахування і сплату пені з боку платників податків. У сучасних ринкових умовах особливо актуальною є роль інформаційного забезпечення податкового менеджменту, як невід'ємної частини системи управління діяльністю підприємства.

Податки займають найбільшу частку у структурі доходів державного бюджету, що характеризує їх як фіскальний інструмент фінансової політики держави. Серед податкових надходжень державного бюджету України значну питому вагу займає податок на прибуток.

На сьогодні система оподаткування прибутку підприємств в Україні не має стимулюючих важелів, які б зацікавлювали власників направляти їх обігові кошти на зростання прибутковості підприємств. Існуюча система оподаткування змушує підприємства до штучного збільшення власної витратної частини. Підприємство будь-яким шляхом намагається мінімізувати власний прибуток, приховати свої доходи та ухилитися від оподаткування, що є негативним.

Податок на прибуток є важливим як для підприємств, так і для держави, що обумовлює реалізацію фіскальної функції оподаткування при його стягненні. Цей податок є прямим та має відмінність в Україні порівняно з аналогічними податками економічно розвинутих країнах.

Податок на прибуток в системі оподаткування як в Україні так і більшості країн світу є базовим прямим податком, який притаманній системі оподаткування на усіх історичних етапах її розвитку.

Відповідно до прийнятої Україною податковою політикою можливими є варіанти формування прибутку оподаткування паралельно з фінансовим результатом у системі бухгалтерського обліку.

Серед теорій персоналістичного напрямку виділяється так звана податкова - фіскальна теорія. Її суть уособлює теза про те, що сума прибутку до оподаткування і є прибутком. Ця теорія трактує бухгалтерській облік як окремий випадок податкового права. Ця теорія має суттєві недоліки і є обмеженою, тому що при розкритті такої базової категорії економіки підприємства як прибуток, слід надавати пріоритет його економічній сутності як об'єкта управління, а



фіскальна функція відноситься до елемента обмеження витрат і господарських дій. В Україні з 2015 року скасовано розходження методології формування прибутку як показника фінансової звітності та прибутку з метою оподаткування, що є позитивним.

Ми вважаємо суперечливою позицію науковців стосовно напрямів удосконалення оподаткування в Україні стосовно зменшення фіскальної спрямованості податку на прибуток підприємств та розширення фіскального потенціалу податку на доходи фізичних осіб.

При формуванні інформації стосовно розрахунків з бюджетом з податку на прибуток використовується ряд документів, що регламентують загальні засади та принципи формування фінансової звітності.

Суть податкового аспекту формування облікової політики підприємства полягає в тому, що з визначених законодавством варіантів ведення обліку вибирають той, який має переваги перед іншими з погляду оптимізації податкових платежів або перенесення бази оподаткування на майбутні періоди. При формуванні облікової політики за податковим аспектом необхідно передбачити можливість контрольних процедур, що може бути викладено або у Положенні з внутрішнього контролю (аудиту) або у відповідному розділі з облікової політики.

НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає мету, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів, зокрема формування фінансових результатів що є базою для прибутку з метою оподаткування[1].

В бухгалтерському обліку типовим планом рахунків відображення нарахованого податку на прибуток передбачено за рахунком 641 «Розрахунки за податками» за відповідним аналітичним рахунком. Зобов'язання за нарахованим податком мають бути відображені в обліку відповідно до вимог ПСБО 11 «Зобов'язання» та ПСБО 17 «Податок на прибуток» [2;3]

Об'єкт оподаткування визначається на основі фінансового результату підприємства та проведення його коригування на суму різниць визначених Податковим кодексом.

### Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 17 «Податок на прибуток»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.12.2000 р. № 353 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.12.2000 р. № 353 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

## **ОБЛІК ВИТРАТ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ**

Бухгалтерський облік суб'єктів державного сектору має багато особливостей, пов'язаних із фінансуванням їхньої діяльності та витрачанням виділених коштів для виконання покладених на них функцій. Особливим об'єктом бухгалтерського обліку є витрати.

Визначення витрат наводиться у НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності»: витрати – це зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власником) [1]. Відповідно до специфіки діяльності суб'єктів державного сектору, витрати можна визначити як величина ресурсів, які використані у процесі господарської діяльності (виконання певних функцій держави, надання послуг та/або виробництво продукції) суб'єктом державного сектору.

Відповідно до Бюджетного кодексу України витратами визначено видатки бюджету, надання кредитів з бюджету, погашення боргу та розміщення бюджетних коштів на депозитах, придбання цінних паперів [2]. Тобто поняття «витрати бюджету» ширше, ніж «видатки бюджету». Зокрема, видатками бюджету є кошти, спрямовані на здійснення програм і заходів, передбачених відповідним бюджетом. До видатків бюджету не належать: погашення боргу; надання кредитів з бюджету; розміщення бюджетних коштів на депозитах; придбання цінних паперів; повернення надміру сплачених до бюджету сум податків і зборів (обов'язкових платежів) та інших доходів бюджету, проведення їх бюджетного відшкодування.

За результатами реформування системи бухгалтерського обліку в державному секторі змінився склад, умови визнання та відображення витрат у фінансовій звітності. Згідно Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати» витрати суб'єктів державного сектора поділяються за операціями обміну – за обмінними та не обмінними операціями [3].

Обмінною операцією визначено господарську операцію з продажу/придбання активів в обмін на грошові кошти, послуги (роботи), інші активи або погашення зобов'язань». Тобто, витратами за обмінними операціями визнається придбання установою основних засобів, нематеріальних активів, запасів, оплати послуг і робіт, проведення платежів, у тому числі податкових (за виключенням ПДВ), пов'язаних із виконанням установою належних їй функцій, в обмін на грошові кошти у вигляді бюджетних асигнувань і надходжень від надання платних послуг або в обмін на погашення зобов'язань, оскільки, ПДВ сплачується не за рахунок бюджетних асигнувань, а за рахунок надходжень від покупця продукції, робіт, послуг.

Методика обліку витрат передбачає застосування в бухгалтерському обліку в державному секторі касового методу та методу нарахування. Паралельне застосування цих методів потребує визнання видатків у бухгалтерському обліку бюджетних установ як у момент сплати грошових коштів так, і в момент їх фактичного виникнення, що обумовлює розподілення видатків залежно від етапу руху бюджетних коштів на касові та фактичні.

У бухгалтерському обліку бюджетних установ касові видатки фіксуються на підставі виписок з рахунків, відкритих на ім'я бюджетної установи в органах Державного казначейства України (установ банків), з доданими до них підтвердними документами (платіжними дорученнями тощо) за кредитом активних синтетичних рахунків 23 «Грошові кошти на рахунках» згідно Плану рахунків №1203 [4].

Бухгалтерський облік фактичних видатків розпорядників бюджетних коштів ведеться на активних рахунках 8 класу «Витрати».

Операції з обліку витрат систематизуються в облікових регістрах у розрізі кореспонденції субрахунків і кодів економічної класифікації видатків з відокремленим відображенням фактичних видатків за джерелами їх покриття: Накопичувальна відомість за розрахунками з іншими дебіторами (Меморіальний ордер №4); Зведення розрахункових відомостей із заробітної плати та стипендій (Меморіальний ордер №5); Накопичувальна відомість за розрахунками з іншими кредиторами (Меморіальний ордер №6); Накопичувальна відомість за розрахунками в порядку планових платежів (Меморіальний ордер №7); Накопичувальна відомість за розрахунками з підзвітними особами (Меморіальний ордер №8); Зведення накопичувальних відомостей про витрачання продуктів харчування (Меморіальний ордер №12); Накопичувальна відомість витрачання матеріалів (Меморіальний ордер №13).

Згідно НП(С)БОДС 101 «Подання фінансової звітності» [1] і Порядку заповнення форм фінансової звітності в державному секторі [5] розпорядники бюджетних коштів формують і подають фінансову звітність, яка складається з таких форм, як: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал, звіт про рух грошових коштів і примітки до звітів.

Інформація про витрати міститься у Звіті про фінансові результати (форма 2-дс), який включає інформацію про доходи та витрати за звітний період.

Ця форма складається із 4 розділів, а саме:

- I) Фінансовий результат діяльності;
- II) Витрати бюджету (кошторису) за функціональною класифікацією видатків та кредитування бюджету;
- III) Виконання бюджету (кошторису);
- IV) Елементи витрат за обмінними операціями.

Зокрема, витрати за обмінними та необмінними операціями узагальнюються у розділах I і IV. У першому розділі Звіту про фінансові результати (ф. 2-дс) спершу наведена інформація про витрати за обмінними операціями, що включає такі статті: витрати на виконання бюджетних програм; витрати на виготовлення продукції (надання послуг, виконання робіт); витрати з продажу активів; фінансові витрати; інші витрати за обмінними операціями.

Важливою складовою Звіту про фінансові результати є розділ IV. Елементи витрат за обмінними операціями. Заповнення даних цього розділу здійснюється на підставі даних бухгалтерського обліку за субрахунками витрат. Для цього потрібно підсумувати дані про витрати по загальному та спеціальному фондах (сальдо субрахунків у книзі «Журнал-головна»), дані про фактичні витрати, узагальнені в аналітичному обліку, що відображають фактичні витрати розпорядника бюджетних коштів.

Складання статей витрат Звіту про фінансові результати передбачає розрахунок обороту по витратам за обмінними та необмінними операціями класу 8. «Витрати» чинного Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, який затверджений наказом Мінфіну від 31.12.2013 р. № 1203 за звітний період.

Облік витрат є одним із основних напрямів бухгалтерського обліку установ державного сектору, що характеризує кінцевий результат діяльності – виконання кошторису доходів та видатків. Постійний контроль за відображенням витрат в обліку та звітності установи сприяє якісному, цільовому виконанню кошторису доходів та видатків установи, ефективному використанню бюджетних коштів загального та спеціального фонду.

#### **Список використаних джерел**

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності» від 28.12.2009 № 1541 – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11>
2. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 № 2456-УІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати» від 18.05.2012 № 568 – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12>
4. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі»: 31.12.2013 № 1203 – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>
5. Порядок заповнення форм фінансової звітності в державному секторі від 28.02.2017 № 307 – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17>

**УДК 657**

*Костенко В.Г., асистент,  
Луцевят Я.Ю., магістрант каф. бухгалтерського обліку  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

#### **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ**

Складання консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами регламентується МСБО 1 «Подання фінансової звітності» та МСФЗ 10 «Консолідована фінансова звітність» [1, 2].

Особливості складання консолідованої фінансової звітності за національними стандартами регламентуються НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» та НП(С)БО 2 «Консолідована фінансова звітність» [3, 4].

Консолідовані фінансові звіти (згідно з МСФЗ 10) – це фінансова звітність групи, в якій активи, зобов'язання, капітал, дохід, витрати і потоки грошових коштів материнського підприємства та його дочірніх підприємств представлені як активи, зобов'язання, капітал, дохід, витрати і потоки грошових коштів єдиного суб'єкта економічної діяльності [2].

Консолідована фінансова звітність (НП(С)БО 1) – звітність, яка відображає фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів юридичної особи та її дочірніх підприємств як єдиної економічної одиниці [3].

В Україні принципи складання консолідованої фінансової звітності розкрито в НП(С)БО 2, який визначає порядок складання звітності та загальні вимоги до розкриття інформації щодо неї [4].

Згідно з МСФЗ 10 материнське підприємство – це підприємство, яке контролює одне чи декілька підприємств, а дочірнє підприємство – суб'єкт господарювання, зокрема некорпоративний суб'єкт господарювання, наприклад партнерство, яке контролює інший суб'єкт господарювання (відомий як материнське підприємство) [2].

Національні стандарти, в свою чергу, дають такі визначення материнського та дочірнього підприємства: материнське (холдингове) підприємство (П(С)БО 19) – це підприємство, яке здійснює контроль дочірніх підприємств, а дочірнє підприємство – підприємство, яке перебуває під контролем материнського (холдингового) підприємства [5].

Консолідовану фінансову звітність надає материнська компанія шляхом включення до неї показників дочірніх підприємств.

Повна консолідація виходить із того, що група є єдиним економічним утворенням, при цьому консолідації підлягають всі чисті активи дочірніх компаній (пріоритет контролю над володінням), а права меншості відображаються в пасиві консолідованого балансового звіту. Використовується для дочірніх підприємств, що утворилися в результаті придбання або злиття.

Пропорційна консолідація є загальноприйнятим методом формування консолідованої фінансової звітності для спільної діяльності. Її відмінність від повної консолідації полягає в тому, що консоліднуються не контрольовані активи, а тільки ті, якими учасник спільного проекту реально володіє. В цьому разі частка меншості в консолідованій звітності не присутня. Участь у спільній діяльності (активи, пасиви, доходи, витрати) може показуватися в звітності учасника або разом з іншими аналогічними активами, пасивами, прибутками і витратами, або як окремі позиції.

Метод пайової участі застосовується для обліку інвестицій в асоційовані компанії. Такі інвестиції спочатку (у момент інвестування) відображаються за номінальною вартістю, при цьому виникає гудвіл як різниця між номіналом інвестицій і часткою інвестора в чистих активах асоційованої компанії. Надалі зміна частки інвестора в чистих активах, а також знецінення гудвілу відображаються у консолідованому балансі кореспонденції з рахунками

прибутків і збитків. Слід зазначити, що асоційована компанія не є частиною групи, тому елімінування внутрішньогрупових операцій не застосовується, а частка групи в прибутку асоційованої компанії, накопиченої з моменту інвестування, показується окремо від накопиченого капіталу групи.

Методика складання консолідованої фінансової звітності є доволі складною, оскільки пов'язана з необхідністю елімінування статей, тобто наслідки реалізації угод між членами корпоративної групи не включають у консолідовану звітність – показують тільки активи та зобов'язання, доходи і витрати від операцій із третіми особами. Для отримання достовірної інформації про діяльність групи потрібно впровадити єдині облікові та контрольні процедури для цілей консолідації на рівні групи.

Консолідація не зводиться до простого додавання аналогічних статей активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат. Процес консолідації передбачає цілу низку спеціальних розрахунків і його може бути подано у вигляді багатокрокової процедури консолідації.

Консолідація фінансової звітності проходить у декілька етапів.

Етап 1. Підготовка окремих фінансових звітів підприємств, які входять до складу групи, до процесу консолідації.

Етап 2. Консолідація гудвілу.

Етап 3. Консолідація накопиченого капіталу.

Етап 4. Визначити та відокремити частку меншості в чистих активах і чистому прибутку (збитку) дочірніх підприємств.

Етап 5. Безпосереднє складання консолідованої фінансової звітності: постатейне підсумовування показників фінансової звітності дочірніх підприємств із аналогічними показниками фінансової звітності материнського підприємства.

В системі бухгалтерського обліку України підприємства мають можливість складати консолідовану фінансову звітність за національними стандартами та міжнародними стандартами.

За цими стандартами консолідована фінансова звітність дає характеристику загального фінансового стану та спільного фінансового результату, що поряд із фінансовою звітністю суб'єктів групи (окремої фінансової звітності) дає чітке уявлення як про перспективи інвестування в таку групу, так і про її внесок у економічний розвиток країни.

Тому консолідована фінансова звітність є атрибутом високорозвиненої ринкової економіки, що забезпечує збалансування інтересів користувачів. Для України це позитивне явище, яке поступово починає адаптуватися до практичних умов господарювання.

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» метою ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [6].

Таким чином, метою складання фінансової звітності взагалі та консолідованої фінансової звітності зокрема є її використання як

інформаційного ресурсу під час обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Фінансова звітність відображає фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів головного (материнського) підприємства та його дочірніх підприємств як єдиної економічної одиниці.

З огляду на складність самих процесів консолідації даних та правового статусу суб'єктів групи підприємств система нормативно-правового регулювання консолідованої фінансової звітності є також складною.

### Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://minfin.gov.ua/control/publish/artide/main?art\\_id=92410&cat\\_id=92408](http://minfin.gov.ua/control/publish/artide/main?art_id=92410&cat_id=92408).
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 10 «Консолідована фінансова звітність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://minfin.gov.ua/control/publish/artide/main?art\\_id=92410&cat\\_id=92408](http://minfin.gov.ua/control/publish/artide/main?art_id=92410&cat_id=92408).
3. Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
4. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 628 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13/print1433833106794962>.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» від 07.07.1999 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>
6. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-ХІУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

УДК 657

*Костенко В.Г., асистент,  
Курмаз К.К, магістрант каф. бухгалтерського обліку  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### ПРОЦЕДУРА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Звітність – це система показників у формі таблиці, які відображають обсяг і результати діяльності підприємства. Її складання завершальний етап облікової роботи. Фінансова звітність визначена НП(С)БО 1 як бухгалтерська звітність і відображає фінансовий стан підприємства та результати його діяльності за звітний період [1]. Метою такої звітності є забезпечення загальних інформаційних потреб широкого кола користувачів, які покладаються на неї як на основне джерело фінансової інформації під час прийняття економічних рішень.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2] фінансова звітність – це бухгалтерська звітність, яка дає

інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Організація складання фінансової звітності регламентується низкою нормативних документів, у яких визначаються перелік та зразки форм, методика і техніка складання, терміни подання тощо. Порядок подання фінансової звітності затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2000 р. № 419 (із змінами і доповненнями) [3].

Відповідно до п. 12 Порядку подання фінансової звітності [3] перед складанням річної фінансової звітності підприємства зобов'язані проводити інвентаризацію активів та зобов'язань.

У процесі інвентаризації, яка відбувається шляхом обов'язкового підрахунку, зважування та обмірювання, визначають фактичну наявність об'єктів інвентаризації, дані про які заносять в інвентаризаційний опис. Інвентаризаційний опис підписують усі члени комісії.

У випадках, якщо матеріально відповідальні особи після інвентаризації виявляють помилки в описах, вони повинні негайно (до відкриття складу, комори, секції тощо) заявити про це голові інвентаризаційної комісії. Інвентаризаційна комісія здійснює перевірку зазначених фактів і у випадку їх підтвердження проводить виправлення виявлених помилок відповідно до вимог Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку № 88 [4].

Виявлені розбіжності відображаються як документально, так і на рахунках бухгалтерського обліку. Після оформлення інвентаризаційні описи передаються до бухгалтерії для складання порівняльної відомості результатів інвентаризації.

На підприємствах визначають відповідальних осіб за складання звітності, конкретні терміни завершення складання та узгодження інформації (у межах термінів, затверджених нормативними документами України), подання за призначенням і оформляють внутрішнім нормативним документом (окремий наказ, розпорядження або виділяють розділ щодо звітності в Наказі про облікову політику).

Внутрішні нормативні документи з організації складання та подання звітності за призначенням готує до затвердження, як правило, головний бухгалтер з участю інших функціональних підрозділів.

Зовнішня фінансова звітність підлягає обов'язковій формальній і арифметичній перевірці та перевірці за суттю. Мета формальної перевірки – виявлення повноти даних та відповідності звітності затвердженим формам, у тому числі повного заповнення необхідних реквізитів та своєчасності її подання. При арифметичній перевірці вивіряють взаємну ув'язку даних, вірність підсумків, порівняння з іншими даними. Перевірка за суттю передбачає перевірку взаємної ув'язки показників між формами звітності, достовірності даних.

Підготовка та складання річного фінансового звіту має свої етапи, що зумовлено тривалістю облікового періоду і складністю виконуваних робіт. Перш за все необхідно: перевірити повноту відображення в поточному обліку господарських операцій, оформлених відповідними первинними документами, і завершити облікові записи; уточнити розподіл витрат і доходів між суміжними



звітними періодами; перевірити стан розрахунків з дебіторами і кредиторами, зокрема розрахунків з бюджетом, у необхідних випадках відрегулювати їх; визначити обсяги доходів і витрат.

Наступним кроком формування фінансової звітності є закриття рахунків доходів і витрат.

Не пізніше 31 грудня або на останній день іншого періоду підприємство закриває всі рахунки, відкриті у поточному періоді. За виняткових обставин може бути визначений інший термін закриття рахунків, який повинен настати не пізніше як через п'ять робочих днів після закінчення періоду. Таким чином, відповідні суми списуються на фінансові результати і рахунки закриваються. Наслідком цієї процедури є визначення чистого прибутку (збитку), його розподіл чи погашення.

У кінці звітного періоду рахунок чистий фінансовий результат списується на відповідні субрахунки рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», залежно від отриманого результату. Підприємство розподіляє прибуток на різні необхідні напрямки.

Завершальним етапом формування фінансової звітності є безпосередньо складання основних форм фінансової звітності, тобто узагальнення і систематизація інформації, отриманої за звітний період, та перенесення її зі зведених документів, таких як Головна книга та Оборотно-сальдова відомість.

Після складання фінансової звітності головний бухгалтер і керівник детально аналізують дані форм фінансової звітності та підписують їх.

У встановлені законодавством терміни підприємство подає фінансову звітність наступним користувачам: учасникам, засновникам – відповідно до вимог установчих документів; трудовим колективам (на їхню вимогу); органу, до сфери управління якого воно належить; органу державної статистики; фінансовому органу – у випадках одержання асигнувань з бюджету; іншим адресатам.

Підприємства, що мають дочірні підприємства, крім фінансових звітів про власні господарські операції, подають консолідовану фінансову звітність власникам (засновникам) у визначені ними терміни, але не пізніше ніж 45 днів після закінчення звітного кварталу та не пізніше від 15 квітня наступного за звітним року.

Таким чином, підготовка та складання річної фінансової звітності є тривалим і складним в організаційному та методичному сенсі обліковим процесом. На етапі формування фінансової звітності бухгалтеру необхідно забезпечити здійснення низки організаційних та методичних процедур, а саме: визначити залишки на рахунках обліку; провести річну інвентаризацію; закрити рахунки доходів і витрат; визначити чистий прибуток (збиток) підприємства тощо.

Щодо вимог до фінансової звітності, то вона характеризується обов'язковістю подання, можливістю порівнювати показники, державним регламентуванням, простотою та ясністю, доречністю інформації, доступністю та гласністю, достовірністю, раціональністю, економічністю та своєчасністю подання.

Забезпечення означених вимог можливе при належній організації процесу формування фінансової звітності на основі дотримання методики та порядку визначених в обліковій політиці підприємства процедур.

#### Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 7.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : закон України від 16 липня 1999 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/>
3. Порядок подання фінансової звітності : постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. №419 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF/ed20140101>
4. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку : Наказ Міністерства фінансів України від 24.05.95 р. № 88 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95>.

УДК 331

*Літинська В.А., доц.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

### **ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРНИМ ПРОСУВАННЯМ ПЕРСОНАЛУ**

Управління кар'єрою персоналу підприємства виражає професійний розвиток працівників підприємства незалежно від його форми власності та господарювання. Саме тому, управління кар'єрою персоналу підприємства є найбільш рухливим механізмом управління персоналом підприємства, який динамічно змінюється під впливом певних економічних, політичних, правових, соціальних та інших явищ. Все це створює об'єктивну необхідність визначення науково-теоретичних та методичних підходів щодо розробки ефективної системи управління кар'єрою персоналу підприємства.

Керуючись вищезазначеним, можна стверджувати, що необхідним заходом є дослідження минулого та доволі різноманітного досвіду управління кар'єрою персоналу підприємства, що дозволить визначити негативні та позитивні сторони в управлінні кар'єрним розвитком персоналу та запропонувати оптимальний напрямок подальшого вдосконалення управління кар'єрою персоналу підприємств.

Аналіз розвитку управління кар'єрою свідчить, що в її історії чітко простежується п'ять історичних періодів: період древньої кар'єри, період середньовічної кар'єри, період буржуазної кар'єри XVII – XVIII ст. н. е., період «бюрократичної» кар'єри та період «масової» кар'єри (таблиця 1) [1, с. 97].

Першим періодом розвитку кар'єри є розвиток економічної думки Стародавнього світу.

Літературними джерелами того періоду були буддійські і брахманістські релігійні трактати. Економічні погляди формувалися під впливом релігії. Основне питання, яке турбувало людей, – це станова ієрархія. Рабство є певною перешкодою для досягнення стану нірвани, тобто кінцевого спасіння [2, с. 82].

Саме на першому етапі розвитку кар'єри відбувається поділ людей на два класи: керуючих та керованих. Разом із тим, було проведено поділ праці на розумову та фізичну. Розумову працю повинні виконувати вільні люди. Ця праця пов'язана з функціями нагляду і управління. Фізичну працю повинні виконувати раби.

Таблиця 1

Етапи розвитку кар'єри

Етапи розвитку кар'єри	Характеристика розвитку кар'єри
1. Період древньої кар'єри (IV ст. до н.е. – початок V ст. н.е.)	Відбувається зародження такого поняття як «кар'єра». Створюється додатковий продукт. Даний період завершується, коли відбувається поділ праці на розумову та фізичну.
2. Період середньовічної кар'єри (середина V – початок XVII ст. н.е.)	Відчутна соціальна нерівність між людьми. Дана ситуація пояснюється пануванням релігії. Кар'єра доступна лише привілейованим. Відбувається поява простих кооперацій.
3. Період буржуазної кар'єри (30-ті роки XVII – XVIII ст. н.е.)	Відбувається поява найманих працівників, які не є власниками. Створюються умови для розширення суспільного поділу праці. Окремо виділяється управління від виробництва і капіталу. Підприємець визначається як четвертий фактор виробництва. Завершується даний період тоді, коли відбувається поява професійних менеджерів.
4. Період «бюрократичної» кар'єри (XIX – початок XX ст. н.е.)	Відбувається поділ кар'єри. Виділяють управлінську, фінансову та виробничу кар'єру. Центральне місце в управлінні належить бюрократизації управлінського апарату.
5. Період «масової» кар'єри (середина XX ст. – сьогодення)	Вступає в дію закон рівності всіх людей. Всі люди мають рівні можливості для розвитку своєї кар'єри.

Другим періодом розвитку кар'єри є період середньовічної кар'єри, який розпочинається з середини V століття. Розвиток економічної думки відбувався під керівництвом християнської церкви.

Якщо розглядати економіку періоду середньовічної кар'єри, слід зазначити, що вона носила аграрний характер, тобто основна увага була зосереджена на натуральному господарстві. Що ж стосується поглядів людини, то вони носили теологічний характер. Життя общин того періоду було описано у «Салічній правді».

Період середньовічної кар'єри передбачає розвиток ідей [3, с. 98]:

- про рівність людей, тобто всі люди рівні перед єдиним Богом;
- про працю, адже вона була єдиним засобом для існування;
- про доцільність допомагати бідним, адже бути багатим на той час означало не бути справжнім християнином.

Третій період розвитку кар'єри є період буржуазного розвитку кар'єри людей, який передбачав стрімкий розвиток промисловості, наукових досліджень у математиці, фізиці, філософії, механіці.

Основним здобутком буржуазного періоду розвитку кар'єри людини є те, що науковці даного періоду крім розробки теоретичних поглядів здійснили ряд їх практичних застосувань, тобто відбувся перехід від процесу обігу до процесу виробництва. Тому класиків, на відмінну від своїх попередників, можна вважати засновниками нової економічної думки.

Четвертим періодом розвитку кар'єри працівника є період бюрократичної кар'єри, який охоплює XIX – початок XX ст. н.е. Період характеризується занепадом дрібного виробництва, зубожінням багатьох людей та майновим розшаруванням. Від початку XIX ст. і до середини XX ст. виникає досить значна кількість наукових шкіл та ідей вчених – дослідників. Це такі як: соціалісти, соціалісти – утопісти, марксистська економічна теорія, німецька економічна теорія, маржиналізм, теорії російських вчених, теорії українських дослідників.

Так, основними ідеями того часу, які пов'язані із розвитком трудової діяльності людей, були [2, с. 97]:

- проголошення протилежності інтересів бідних і багатих;
- розмежування власності і праці;
- необхідність створення «Народного банку»;
- панування трудящих – четвертого стану людей;
- доцільність створення виробничих асоціацій;
- припинення використання «залізного закону» заробітної плати робітників;
- формування асоціацій, яке буде відбуватись за рахунок створення промислових утворень. Це своєрідні об'єднання торговців, промисловців, фермерів, робітників, вчених та банкірів. Управляли асоціаціями вчені та підприємці;

– господарська система суспільства повинна складатися з окремих одиниць – простих кооперацій, які передбачають поділ праці, спеціалізацію та являють собою своєрідні акціонерні товариства;

– необхідність рівності між людьми, тобто кожна людина має право на працю, отримувати певну винагороду для забезпечення своїх потреб;

- підвищення трудової дисципліни і продуктивності праці;
- покращення організації виробництва, умов праці та життя робітників;
- створення умов для ліквідації безробіття;
- утворення виробничої кооперації та кооперації із збуту і обміну продукції.

П'ятий період розвитку кар'єри – це період масової кар'єри персоналу підприємств, який бере свій початок у середині XX ст. і до сьогоднішнього дня. За даний період виникають різноманітні течії, які сприяють стрімкому розвитку кар'єри людей у трудовій діяльності. Значної уваги потребує кейнсіанство (некейнсіанська теорія, посткейнсіанство), неокласична теорія, неолібералізм (паризька, чиказька, лондонська, фрейбурзька школи), теорії та погляди сучасних дослідників.

Таким чином, дослідження еволюції теорії та практики управління кар'єрою персоналу підприємств показало, що найбільшого розвитку еволюція управління кар'єри відбулось на останньому етапі.

## Список використаних джерел

1. Еськов А.Л. Управление деловой карьерой / А.Л. Еськов, В.С. Савельева. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 176 с.
2. Еськов О.Л. Система мотивації персоналу, орієнтована на цілі та результати його роботи / О.Л. Еськов, Н.Д. Дарченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 194-98.
3. Єршова Ю.О. Управление деловой карьерой / Ю.О. Єршова // Новый персонал. – 2005. – № 6. – С. 25-27.
4. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу : навч. посібник / В.А. Савченко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 351 с.

УДК 331

*Монич-Мілімук Ю.О., студент  
каф. управління персоналом і економіки праці,  
Чернушкіна О. О., к.е.н., доц.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## СУЧАСНІ УМОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

У сучасному світі велике значення має аналіз теорії та засвоєння практичних засад стратегічного управління. Через нестабільність зовнішнього середовища в даний час, пристосованість до гнучкої та швидкої реакції допомагає організації досягти економічної ефективності. Таким чином, організація використовує стратегічне управління для досягнення успіху в майбутньому, передбачаючи зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Дослідженню даної теми багато уваги приділяли такі вчені, як Л.В. Балабанова, Р. Хорварт, В.М. Кобелева, Л.В. Батченко, Є.А. Бельтюков, Д.П. Богиня, В.М. Гончаров, Т.С. Максимов, В. Співак, В.Г. Щербак, В. Верхоглядова, Ю. Лисенко, А.В. Шегда, Г. Кіндрацька, Г. Десслер, М. Армстронг та ін. Проте, потребують додаткового розгляду концепції та етапи стратегічного управління людськими ресурсами.

Метою дослідження є визначення особливостей стратегічного управління людськими ресурсами в сучасності.

Стратегію управління персоналом В.Г. Щербак визначає як пріоритетний якісно і кількісно визначений напрям дій у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, необхідний для досягнення довгострокових цілей зі створення високопрофесійного, відповідального і згуртованого колективу з урахуванням стратегічних цілей розвитку підприємства і його ресурсних можливостей [1].

Припущення, підбір, обґрунтування, реалізація довгострокових цілей організації – усе це виступає орієнтиром стратегій організації. Принципи стратегічного управління людськими ресурсами зображені на рисунку 1.

Основними характеристиками стратегічного управління персоналом є: довгостроковий характер, що пояснюється її спрямованістю на розроблення і зміну психологічних установок, мотивації, структури персоналу, всієї системи управління персоналом або її окремих елементів; цілі стратегічного управління персоналом мають відповідати загальній стратегії розвитку підприємства; вони мають бути спрямовані на досягнення цілей економічного розвитку підприємства, а не суперечити їм; стратегічне управління персоналом повинне враховувати дію чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, що може викликати необхідність коректування загальної стратегії розвитку підприємства, а відповідно і змін структури та чисельності персоналу, його навичок і кваліфікації, стилю і методів управління персоналом [2].

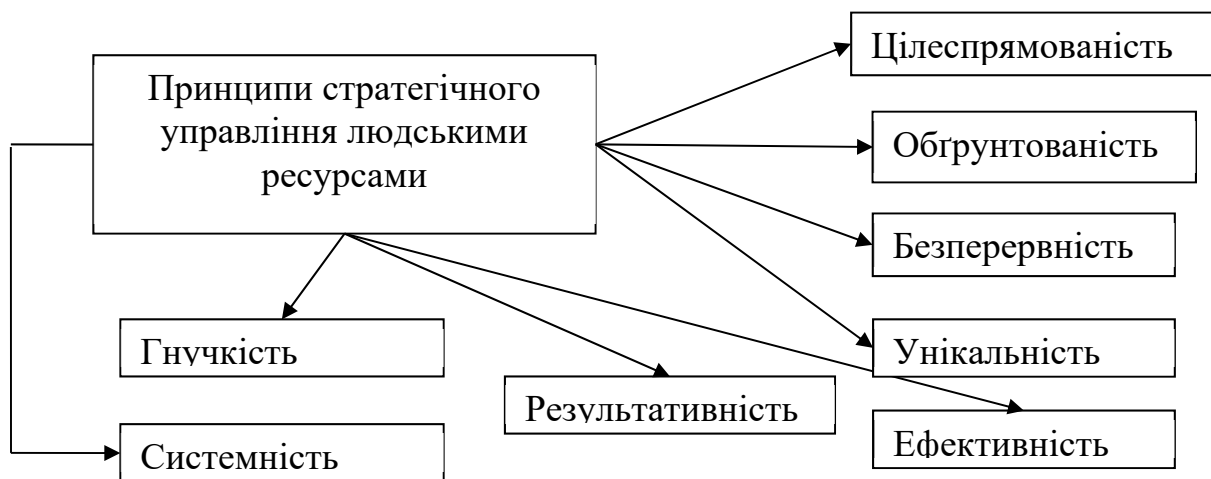


Рис. 1. Принципи стратегічного управління людськими ресурсами

До розробки і втілення стратегії пред'являються наступні вимоги:

- визначення пріоритетних внутрішніх процесів забезпечення успішної реалізації стратегії;
- втілення у реальність цілей внутрішніх процесів через створення вартості, управління;
- чітке формулювання і поінформованість співробітників;
- приведення у відповідність з виробленими стратегіями ресурсів підприємства з метою;
- отримання найбільшої віддачі;
- визначення і вирішення проблем реалізації стратегії [3].

Отже, у сучасних умовах ринкових відносин стратегічне управління людськими ресурсами є рушійною силою організацій, так як людський капітал та потенціал є цінною категорією конкурентоспроможності та компетенції праці.

Система стратегій уособлює цілісність керівників та персоналу в визначенні загальних цілей організації. Її ефективність включає множину принципів, потреб, економічних аспектів, ідеологій роботи людських ресурсів.

#### Список використаних джерел

1. Щербак, В.Г. Управління персоналом підприємства / В.Г. Щербак. – Харків : Вид-во ХНЕУ, 2005. – 220 с.

2. Балабанова, Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – Донецьк : [Дон НУЕТ], 2010. – 238 с.
3. Шегда, А.В. Менеджмент : [навч. посібник] / А.В. Шегда. – Київ : Т-во «Знання», КОО, 2002. – 583с.

УДК 004

*Оришака О. В., к.т.н., доц.,  
Марченко К. М., к.т.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ПІДГОТОВКА ДОКУМЕНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ СВОБОДНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Під «Свободним» програмним забезпеченням (ПЗ) в цій статті розуміється таке ПЗ, користувачі якого мають права на його необмежену установку, запуск, Свободне використання, вивчення, поширення і зміна, а також поширення копій і результатів зміни.

Під визначенням «документи» в цій статті йдеться насамперед про текстові документи: статті, книги, web-публікації, etc.

У нашій країні для підготовки документів найчастіше використовується текстовий процесор MS Word. Однак, такий підхід має свої переваги і недоліки. До переваг можна віднести: де-факто стала вельми поширеною на персональних комп'ютерах (ПК) і відносна простота використання.

Про недоліки використання MS Word можна говорити довго, практично нескінченно. Серед яких хотілося б згадати такі: платність, закритий сирцевий код (як наслідок комерційного підходу), відсутність повноцінної міжплатформовості (cross-platform), бінарний формат файлів, низька безпека і надійність (особливо в складних документах, обсягом понад 100 сторінок, як містять таблиці, графіку та ін.).

Під визначенням «низька надійність» в цій статті маються на увазі є некоректне відображення тексту (символів кирилиці), причому спонтанно, хаотично за часом. Це настільки часте явище, що виникли навіть терміни «БНОПНЯ» і «кракозябри», які характеризують таку ситуацію (такий випадок).

Наприклад, через 3 місяці замість осмисленого тексту в документі MS Word Ви бачите «БНОПНЯ», або інші безглузді «кракозябри».

Ряд фахівців вважають, що найчастіше «кракозябри» утворюються на виведенні програм через неправильно налаштованої кодування символів, а також з-за використання невідповідного шрифту.

В цьому випадку можна втратити весь документ. Засмучує, що зазвичай через «низької надійності» MS Word губляться об'ємні і складні документи, так як ймовірність виникнення такого випадку зростає з ростом складності і обсягу документа.

Документ MS Word може містити велику кількість стилів і інших параметрів форматування, які не виражені явно, можуть суперечити один одному, таким

чином збільшуючи обсяг файлу і зменшуючи надійність документа, тобто збільшуючи ймовірність збою.

Яке ж саме Свободне програмне забезпечення можна використовувати для підготовки документів? З широкого набору програм, які розповсюджуються під Свободною ліцензійною угодою (GNU-General Public License), хотілося б виділити два набору ПЗ, а саме: Tex + LaTeX і HTML (XHTML, XML) + CSS (плюс, за бажанням, будь-яке ПЗ для зручності роботи з цими мовами).

Результатом застосування цих обох вищезазначених наборів ПЗ є простий текстовий файл (не бінарний), який, відповідно, не має недоліків бінарного, зокрема, низької надійності. Більш того, такий файл практично непорушний і його можна використовувати як для друку документів, так і для web-публікацій.

Прикладом такого файлу може служити список наукових та навчально-методичних робіт Оришакі О.В., опублікованих за адресою: <http://www.vvv96.narod.ru/mat/spis.html>

При цьому файл документа (в розглянутому прикладі це файл spis.html) містить опис стилів CSS, яке розміщене у теґі style.

За допомогою стилю CSS є можливість вказувати різні властивості одного і того ж документа в різних умовах, наприклад, вид документа на екрані комп'ютера і мобільного телефону, вид при друк стилів CSS інтелектуальної розбивки на сторінки, вид при виведенні на друк (інтелектуальна розбивка на сторінки та ін.) і т. д.

Вищезгаданий файл документа може з успіхом застосовуватися в самих різних сферах, починаючи від автоматичного озвучення тексту за допомогою відповідного програмного забезпечення і закінчуючи конвертацією (експортом) в pdf, jpg, etc.

Таким чином підготовка документів за допомогою Вільного програмного забезпечення є гідною і актуальною альтернативою MS Word.

УДК 657

*Пальчук О.В., к.е.н., доц.,  
Іванченко Ю.С., магістрант гр. ООУД-18М-1.9  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ**

Традиційним об'єктом управління підприємства є витрати, тому що їх рівень та доцільність здійснення безпосередньо впливають на результативність господарської діяльності. В Україні триває процес трансформації облікової системи, що впливає і на інформаційне забезпечення управління витратами. Із введенням облікових стандартів, що ґрунтуються на засадах МСФЗ докорінно змінилися підходи до визначення витрат, розрахунку собівартості, оптимальних баз розподілу витрат, формування витрат діяльності. Однак, у практиці господарювання, витрати діяльності залишаються другорядним об'єктом



менеджменту та в умовах високого рівня тіньової економіки спостерігаються, особливо на малих підприємствах, спрощені підходи до інформаційного забезпечення управління та орієнтація економічної роботи на підприємствах лише на задоволення потреб складання фінансової та податкової звітності. Необхідність поглибленого вивчення фактів і умов, що впливають на рівень витрат діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання та необхідність вироблення методів інформаційного забезпечення управління ними є актуальною.

На сьогодні існують фундаментальні розробки з питань інформаційного забезпечення управління витратами виробництва, складу, визначення впливу їх на економічні показники діяльності підприємства.

Відповідно, питання оптимізації витрат виробництва завжди перебували у полі зору науковців та практиків, причому у економічних дослідженнях інтерес до цієї проблематики періодично посилювався, особливо у період загострення кризових явищ і пошуків резервів економії при обмеженні масштабів виробництва та реалізації продукції.

Наявність різних суб'єктів впливу у сфері управління витратами (власники, менеджмент, контролюючі органи) обумовлює різну цільову спрямованість інформаційного забезпечення процесів управління витратами. Виходячи із логіки цільової спрямованості інформаційного забезпечення процесів управління витратами, кожен із суб'єктів впливу на процеси управління витратами має свої вимоги і цілі, що обумовлює наявність значних відмінностей у їх інформаційних потребах.

На підставі узагальнення фахової літератури з'ясовано, що існують фактори, які обумовлюють формування інформаційного впливу у сфері управління витратами підприємства, вони поділяються на зовнішні і внутрішні та мають свої специфічні особливості.

До зовнішніх доцільно віднести такі:

- економічна політика держави;
- фіскальна політика держави;
- облікова політика держави;
- кон'юнктура ринків;
- специфіка функціонування галузі;
- особливості регіонального розвитку.

До внутрішніх факторів доцільно віднести:

- вид діяльності;
- специфіка діяльності;
- ресурсне забезпечення;
- система менеджменту.

Зроблено висновок про те, що не саме інформаційне середовище, а застосування відповідного аналітичного інструментарію дозволяє генерувати позитивні зміни у загальній системі управління витратами.

Проведений аналіз теоретичних основ використання різних методів управління витратами у вітчизняній та світовій практиці управління, дозволив

сформулювати положення щодо наявності суперечностей між основними суб'єктами управлінського процесу щодо вибору методів управління витратами. Безпосередній вибір методичних підходів до управління ними може спровокувати суттєві розбіжності між основними суб'єктами управління при оцінці отриманих результатів і прогнозуванні майбутніх подій, що потребує гармонізації інтересів зацікавлених осіб і оптимізації загальної системи управління витратами промислового підприємства, у тому числі і за рахунок удосконалення інформаційного забезпечення цих процесів.

Формування інформаційних потоків для ефективного управління витратами не забезпечує автоматично відповідних кінцевих результатів, оскільки при неналежному виборі інструментарію та недостатньому розумінні його специфіки найкращий інструмент буде давати збої і працювати з проблемами. Тому аналітичне забезпечення управління витратами, особливо позиції управлінського підходу, є однією з передумов налагодження ефективної системи управління підприємством в цілому.

УДК 338

*Пчелянська Г.О., к.е.н., доц.  
Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Вінниця*

## **МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ РИНКУ**

Перманентний та комплексний вплив різноманітних факторів маркетингового середовища на діяльність підприємств вказують на необхідність пошуку дієвих механізмів для підтримки та підвищення ефективності їх діяльності. Вагомим інструментом для успішного функціонування суб'єкта ринку є впровадження маркетингового підходу до управління в господарську діяльність, тобто підпорядкування всієї діяльності філософії маркетингу. Проте зазначені тенденції розвитку глобальної економіки потребують використання концепції не традиційного маркетингу, а більш сучасних концепцій маркетингу.

Сучасна концепція маркетингу (або ж холістичний маркетинг) має характеризуватися такими складовими елементами як: соціальна відповідальність, «зелений маркетинг», маркетинг партнерських стосунків, інтегрованість маркетингової діяльності та приносити значні переваги для споживачів, суспільства та партнерів суб'єктів ринку [1].

Вважаємо, що однією з сучасних концепцій маркетингу, яку підприємствам необхідно запроваджувати в свою діяльність, є маркетинг збалансованого розвитку. Тобто діяльність підприємств – суб'єктів ринку, починаючи від задуму товару чи послуги, закінчуючи його пропонуванням (збутом) кінцевому покупцю, має орієнтуватися на споживача та його потреби, при цьому мають обов'язково враховуватися екологічні аспекти виробництва та споживання.

Досягнення бажаних результатів діяльності, які задовольняють інтереси власників підприємства, повинно супроводжуватися реалізацією пріоритетів сталого розвитку, оскільки [2]:

а) досягнення пріоритетів сталого розвитку підприємства сприятиме розвитку підприємства в довгостроковій перспективі;

б) досягнення пріоритетів сталого розвитку підприємства сприятиме сталому розвитку суспільства. Управлінські рішення, які приймаються, повинні представляти певний компроміс між інтересами власників і досягненням пріоритетів сталого розвитку підприємства (як у фінансово-господарської діяльності, так і в соціальної та екологічної сфері).

Розробка та запровадження концепції сталого розвитку в діяльність підприємства вимагає від менеджменту значної уваги до соціальної підсистеми та організації та впливу зовнішніх соціально-культурних факторів середовища. До них можна віднести: умови життя різних соціальних груп, соціальна напруженість у суспільстві, рівень пропозиції на ринку робочої сили, соціальні і релігійні традиції, рух на захист прав споживачів, активність професійних спілок на захист прав трудящих, організації соціального плану, їхня роль і вплив, суспільні цінності, установки, мораль, смертність та народжуваність, дохід населення, коефіцієнти інтенсивності еміграції та імміграції, стандарти освіти [3].

Концепція стійкого розвитку також передбачає баланс економіки і екології, а також збалансованість економічної та соціальної сфери, що означає таке використання наявних ресурсів, що забезпечить економічний розвиток існуючого покоління і при цьому враховуються потреби майбутніх поколінь на використання цих ресурсів. Тобто захист навколишнього середовища та соціальних захист в суспільстві мають стати для підприємств пріоритетними. Проте це викликає суперечності, пов'язані з тим, що будь яка підприємницька діяльність має на меті в першу чергу отримання прибутку. А на розмір підприємницького прибутку та на швидкість його отримання матиме негативний вплив дотримання концепції сталого розвитку. Поєднати ці суперечності дозволяє маркетинг збалансованого розвитку.

Таким чином, маркетинг збалансованого розвитку – це управлінський та соціальний процес спрямований на здійснення маркетингової діяльності підприємства на ринку через задоволення потреб споживачів і базується на принципах стійкого споживання і використання етичних маркетингових інструментів стосовно всіх учасників обміну та навколишнього середовища.

В аспекті такої концепції маркетингу велике значення має держава, зокрема, вона має [4]:

- забезпечити баланс інтересів між громадянським суспільством і бізнесом;
- почати формувати поняття про сталий розвиток планети та згубність необмежених потреб в умовах обмеженості ресурсів в учнів шкіл та молоді, формувати прогресивну філософію мінімалізму та дбайливого природокористування під час задоволення потреб в умах громадян;

- розробити державні програми підтримки підприємств, що здійснюють маркетингову діяльність, піклуючись про соціально-економічний розвиток, конкурентоспроможність країни, її екологічну та енергетичну безпеку;

– запропонувати податкові пільги для підприємств, які дотримуються етичних, екологічних та соціальних стандартів розвитку.

### Список використаних джерел

1. Пчелянська Г.О. Маркетингові підходи до формування ринку агропродовольчих товарів. Бізнес Інформ. 2019. №2. С.202-208. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-202-208>. (дата звернення: 21.03.2020).
2. Мелушова І.Ю., Кот О.В. Визначення цілей управління результативністю маркетингу на засадах сталого розвитку підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2018. Вип. 2. С. 200-211. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2018\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2018_2_19). (дата звернення: 30.03.2020).
3. Головчук Ю.О., Довгань Ю.В. Врахування ефекту невизначеності при формуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7475> (дата звернення: 01.04.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.53
4. Карабаза І.А. Трансформація концепції маркетингу в умовах глобалізації. Економіка і суспільство. 2017. Вип.10. С. 79-82.

УДК 331

*Сайко А.М., студент каф. управління персоналом і економіки праці,  
Чернушкіна О. О., к.е.н., доц.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Економічні відносини сучасного ринкового господарства зумовлюють необхідність розробки якісно нових підходів до розуміння ролі ресурсів нематеріального характеру. Ступінь впливу нематеріальних факторів на функціонування підприємств та їх економічну ефективність неухильно зростає. Підприємства, успішна діяльність яких визначалася переважно ефективним використанням матеріальних та фінансових ресурсів, поступово витісняються підприємствами нового типу, що усвідомлюють провідну роль ресурсів нематеріальної природи. В умовах динамічного ринкового середовища та стрімкого розвитку високих технологій конкурентоспроможність та ефективна діяльність забезпечується за рахунок інтелектуальних активів.

Проблемам формування, оцінювання та розвитку корпоративної культури значна увага приділена у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Т.Е. Діл, Р.С. Геллегер, К.С. Камерон, В.А. Співак, А.Е. Воронкова та інші. Проте, актуальності набуває сучасне трактування поняття корпоративної культури та теоретико-методичне обґрунтування напрямів її розвитку.

Метою дослідження є розкриття сутності терміну «корпоративна культура» та теоретико-методичне обґрунтування напрямів розвитку корпоративної культури.

Сам термін «корпоративна культура» виник вперше у США у зв'язку з детальним вивченням вченими показників діяльності американських корпорацій, що дозволяють виявити можливості досягнення успіху на національному і зовнішніх ринках та економічного процвітання [1, с. 27]. Йдеться в першу чергу про результати діяльності американських найбільших транснаціональних корпорацій, кожна з яких розміщувалася спочатку в іншому регіоні, а потім і в іншій країні зі своєю сформованою специфікою господарювання. Усе це сприяло формуванню власної культури в кожному структурному підрозділі корпорації і виникненню, внаслідок цього культури корпоративної, тобто культури саме корпорації. На сучасному етапі розвитку господарських взаємовідносин поняття «корпоративна культура» набуло широкого розповсюдження і нових якостей, розширивши свою сутність. В основі формування корпоративної культури лежить відповідність ідеалів, цілей, цінностей з персональною культурою керівника та співробітників, бо культура – це, насамперед, конкретна людина, її внутрішній світ і повага до цінностей світу іншого.

Персональна культура – це єдність і тісний зв'язок внутрішньої і зовнішньої культури, внутрішнього світу (духовне багатство особистості, знання і почуття) і зовнішньої поведінки (ступінь реалізації внутрішньої культури в повсякденній діяльності) [2].

Другим аспектом в адекватній персональній культурі працівника, що має бути орієнтиром для удосконалення персональної культури, є управлінська культура, яка розглядається як «комплексна, узагальнювальна характеристика управлінської роботи, яка відображає його якісні риси та особливості», притаманні як психоемоційним та інтелектуальним властивостям людей, що відносяться до управлінського персоналу, так і певним етичним та естетичним характеристикам. Тому термін «управлінська культура» також часто вживається «для характеристики організаційно-технічних умов і традицій управління, професійного та етичного розвитку менеджера».

Організаційна культура, на відміну від управлінської, відображає систему взаємин співробітників усього персоналу між собою або між окремими його групами на основі положень кодексу етики чи основ задекларованого ділового протоколу або ж прийнятого в усній формі. Управлінську культуру потрібно розглядати, в більшості своїй, як особисту культуру менеджера, яка охоплює культуру праці та утримання власного робочого місця (відноситься до частини більш розширеної корпоративної культури), культуру мови, культуру поведінки у взаєминах із підлеглими, соратниками та однодумцями (складова організаційної культури) і сторонніми відвідувачами (складова суто управлінської культури) [3, с. 59].

Корпоративна культура – це один із найважливіших ресурсів, здатних істотно впливати на результативність функціонування підприємств, це важлива складова її соціального капіталу. У ситуації мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища увага до культурного потенціалу спроможна забезпечити економічним суб'єктам досягнення більшої стабільності, інноваційної привабливості, здатності до постійного розвитку [4, с. 232].

Корпоративна культура як система найбільш загальних і стабільних цінностей, принципів та правил поведінки, які сприймаються, сприяє також

більш ефективній адаптації до зовнішнього середовища, налагодженню стійких та сприятливих зв'язків, а також служить дієвим механізмом інтеграції внутрішніх організаційних процесів. Уміле управління корпоративним культурним потенціалом має всі шанси перетворити його в унікальну конкурентну перевагу, тим самим підсилити конкурентні позиції на ринку.

Поширення наукової думки стосовно поняття корпоративної культури відбулося лише наприкінці 70-х років ХХ століття. Незважаючи на вагомий пласт зарубіжних праць на цю тему, вивчати це поняття українські та російські вчені почали тільки з 90-х років ХХ століття. Лише на початку ХХІ століття з'являється значна кількість досліджень з цієї теми. Це є зрозумілішим, тому що саме вказаний період характеризується розвитком ринкової економіки, посиленням багатосторонніх взаємовідносин з іноземними партнерами та з'являється розуміння того, що не лише економічні та фінансові засади можуть визначати успіх окремих підприємств.

Поряд з розумінням корпоративної культури як культури якоїсь великої комерційної компанії виник новий підхід до розгляду суті корпорації «як об'єднання, спільноти у всіх формах організації бізнесу (підприємство, фірма, компанія тощо) з певними нормами, принципами, становищем у суспільстві і специфічними цілями та інтересами» [5, с. 37].

Отже, корпоративна культура – це правила і норми поведінки, що базуються на матеріальних і духовних цінностях, культурних, етичних та соціальних потребах працівників для досягнення цілей підприємств. Це один із ключових інструментів управління персоналом. Завдяки формуванню корпоративної культури управлінці зможуть вивести діяльність корпорацій на найвищий ступінь розвитку, а саме: підвищити конкурентоспроможність, ступінь довіри до корпоративних прав, забезпечити захист власників, підвищити якість продукції та задовольнити вимоги споживачів. Слід зосереджувати увагу на корпоративній культурі, а саме: першочергово не на отриманні прибутку, а на максимальному задоволенні потреб та цінностей працівників, менеджерів, власників, партнерів та клієнтів, оскільки тільки так можливо досягти високої ефективності діяльності. Корпоративна культура надає перевагу ефективності користування об'єктами інтелектуальної власності.

Незважаючи на існування великої різноманітності типів корпоративної культури, треба звернути увагу на те, що на жодному підприємстві не має єдиного типу корпоративної культури. Як правило, існуючі корпоративні культури на підприємствах є оригінальним поєднанням наведених вище типів. Успішне функціонування підприємства багато в чому залежить від типу та якості сформованої корпоративної культури, яка займає ключове місце в ієрархічній системі бізнес-культур (корпоративна культура – організаційна – управлінська культура – персональна культура людини), що відрізняються за своїми внутрішніми (суб'єктивними) та зовнішніми (об'єктивними) характеристиками. Особливий вплив на корпоративну культуру також має внутрішнє та зовнішнє середовище, на які має неабиякий вплив національна економічна культура.

## Список використаних джерел

1. Калиниченко, Т.И. Формирование и развитие организационной культуры агропромышленных предприятий : дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.04 «Экономика и управление предприятиями» / Т.И. Калиниченко. – Запорожье : Классический приватный университет, 2010. – 192 с.
2. Ушакова, Д. Корпоративная культура как инструмент тонкого управления / Д. Ушакова // Менеджмент и менеджер. – 2006. – № 4. – С. 27-29.
3. Щур Д.Л. Кадровые решения в кризисных условиях / Д.Л. Щур. – М. : Финпресс, 2009. – 144 с.
4. Копець, Г.Р. Роль корпоративної культури у мотивації персоналу / Г.Р. Копець, М.Р. Лиськів // Проблеми економіки та управління. – 2006. – № 554. – С. 232-239.
5. Люльов, О.В. Формування стратегій розвитку підприємства в умовах незбалансованої економіки : дис. на здоб. наук. ст. канд. экон. наук : 08.00.04 / О.В. Люльов. – Суми, 2011. – 191 с.

УДК 657

*Смірнова І.В., к.е.н., доц.  
Непорожнєва Л.Б., магістрант  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ**

В умовах реформування бухгалтерського обліку бюджетної сфери та наближення її до міжнародних стандартів, основним елементом діяльності бюджетних установ виступає налагоджена система бухгалтерського обліку.

Для забезпечення достовірності облікової інформації і складання якісної звітності установа обирає облікову політику, тобто складається наказ (розпорядження) про облікову політику.

Організація бухгалтерського обліку у бюджетних установах, які належать до суб'єктів державного сектору економіки, розпочинається із формування облікової політики тому, що вона є основою ведення бухгалтерського обліку в установі. Слід зазначити, що формування облікової політики має відбуватися з урахуванням особливостей діяльності бюджетних установ. Бюджетні установи функціонують на правах державної форми власності та надають послуги громадянам від імені держави, їх діяльність регламентована і це зумовлює певні складності у формуванні облікової політики установ.

Облікова політика відповідно до норм Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначена як сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

Проте облікову політику в бюджетних установах вітчизняні фахівці пояснюють по різному.

Канєва Т.В. стверджує, що бюджетні установи проводять облікову політику, спрямовану на врахування доходів і видатків у процесі здійснення своєї

господарсько-фінансової діяльності. Така політика має свої особливості, що полягають перш за все у формі ведення бухгалтерського обліку, яка є меморіально-ордерною.

У своїх працях Джога Р.Т. зазначає, що «бюджетні установи мають замкнену систему обліку і ведуть облікову політику, спрямовану не на зіставлення витрат і результатів праці та отримання прибутку, а на облік видатків у процесі надання нематеріальних послуг». Дане ствердження підкреслює відмінності бухгалтерського обліку бюджетних установ від бухгалтерського обліку приватних підприємств різних форм власності, але не розкриває особливості складових облікової політики бюджетних установ з урахуванням того, що надання ними послуг охоплює різні сфери життя громадян (освіта, виховання, лікування, оздоровлення, наука і інше).

На думку Свірко С.В. «...керівництво фінансовим обліком, суб'єкти державного сектору реалізують через права і завдання у формі вироблення облікової політики». Необхідно зазначити формальну реалізацію прав суб'єкта у формуванні облікової політики та підкреслити обмеженість права вибору чітким переліком нормативних документів, що регулюють облік у бюджетних установах.

У будь-якому випадку ефективна облікова політика бюджетних установ повинна забезпечувати:

- повне відображення в бухгалтерському обліку всіх фактів господарської діяльності, виходячи не лише з правових норм, а й з економічного змісту;
- незмінність протягом звітного року прийнятої методології відображення господарських операцій та оцінки активів;
- правильність відображення доходів та витрат у відповідному звітному періоді, розподіл витрат на поточні та капітальні;
- ідентичність даних аналітичного, синтетичного обліку, фінансової звітності;
- раціональне ведення бухгалтерського обліку, відповідно до умов діяльності та особливостей суб'єкта господарювання.

При цьому, чітка організація бухгалтерського обліку дозволяє:

- підвищувати оперативність бухгалтерського обліку;
- дотримуватися чіткості та точності аналітичного та синтетичного обліку;
- постійно удосконалювати документообіг в установі;
- раціонально використовувати робочий час облікових працівників;
- здійснювати точний та своєчасний облік при найменших витратах на його ведення;
- своєчасно отримувати облікову інформацію для прийняття рішень щодо подальшої діяльності установи.

В свою чергу, доцільно виділити основні завдання облікової політики в процесі організації бухгалтерського обліку бюджетної установи:

- повне відображення в бухгалтерському обліку всіх операцій, що відбуваються в установі;
- своєчасне відображення фактів діяльності в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності;



– дотримання вимог бюджетного законодавства про економне та ефективне витрачання бюджетних коштів.

Серед науковців не існує єдиного підходу щодо виділення структурних складових облікової політики підприємства. Найчастіше облікову політику формують за такими складовими, які виділяють як вітчизняні, так і зарубіжні науковці і практики, як організаційна, методична та технічна.

Отже, формування облікової політики бюджетної установи має базуватися на дотриманні вимог єдиних підходів до облікової політики за відповідними об'єктами.

УДК 65:33

*Соколенко О.С., курсант 6-го курсу, гр. 951  
(науковий керівник – Середа Н.М., к.е.н., доц.)  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## **УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ЗЕД**

Сучасна глобальна, високо конкурентна економіка диктує підприємствам застосування сучасних методів, інформаційних технологій, маркетингових інструментів, які допомагають визначити стратегічний вектор в діяльності підприємств на конкурентоспроможному ринку.

На сьогодні проблема формування товарної політики на підприємствах різних галузей економіки все частіше стає сферою пошуків нових можливостей, а також шансів зростання цінностей, результатів і ефектів, пов'язаних із діяльністю підприємств на динамічному конкурентному ринку.

Товарна політика є складовою частиною маркетингової політики підприємства. Вона включає в себе дослідження ринку, споживачів, конкурентів; розробку програми дії фірми в галузі виробництва; прогнозування життєвого циклу товару, а також його аналіз. Таким чином, за допомогою даної політики вирішуються питання і завдання створення нового продукту, розробляється маркетинг, що дозволяє керівництву уникнути багатьох помилок даного етапу, що значно може підвищити ефективність фірми [1].

Сутність маркетингової товарної політики на підприємствах в умовах ЗЕД ототожнюється з визначенням і підтриманням оптимальної структури продукції, що виробляється та реалізується для досягнення поточних і довгострокових господарських та інших цілей підприємства як на внутрішньому ринку так і зовнішньому. Товарна політика передбачає визначення оптимальної номенклатури товарів і постійне її поновлення [2].

Важливою умовою підтримання оптимальної маркетингової товарної політики є додержання процедури аналізу та прийняття остаточних рішень. З цим, як правило, пов'язують такі дії:

- 1) чітке визначення та окреслення мети виробництва й збуту на перспективу;

- 2) наявність стратегії виробничо-збутової діяльності підприємства;
- 3) знання умов ринку та його вимог;
- 4) аналіз власних дослідницьких, науково-технічних, виробничих, збутових можливостей і ресурсів нині та в майбутньому.

Основними складовими товарної політики є:

- інновації (створення нових товарів або оновлення існуючих);
- забезпечення якості і конкурентоспроможності товарів;
- створення та оптимізація товарного асортименту;
- питання про товарні марках (розробка і здійснення стратегій);
- створення ефективної упаковки (для відповідних видів продукції);
- аналіз життєвого циклу товару і управлінням ним;
- позиціонування товарів на ринку [1].

Основні напрямки та принципи розробки товарної політики безпосередньо залежать від чітко визначеної генеральної стратегії підприємства. Для правильного ефективного формування товарної політики необхідне забезпечення таких умов: наявність довгострокової генеральної стратегії; чітке уявлення про цілі виробництва і збуту продукції на перспективу; досконале знання конкурентного ринку; адекватна оцінка своїх можливостей і ресурсів.

Більшість проблем товарної політики підприємств є неструктурованими, невизначеними і заздалегідь не прогнозованими. Крім того, досить часто вони передбачають кілька варіантів розв'язання. Тому важливим є високопрофесійний аналіз даних і оперативна розробка альтернативних рішень проблем. Вірно визначена товарна політика не тільки дозволяє оптимізувати процес формування та оновлення асортименту, але й виступає для керівництва підприємства своєрідним орієнтиром загального напрямку дій [3].

Перш ніж вирішити вийти на світовий ринок, підприємству необхідно багато чого дізнатись, досконало розібратися в особливостях внутрішнього й зовнішнього середовища. Важливе місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким, як правило, розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних.

Зовнішні ринки пред'являють вищі вимоги до пропонованих на них товарів, їх упаковки, сервісу, рекламі і так далі це пояснюється гострою конкуренції між підприємствами – виробниками товару і переважанням «ринку покупця», тобто помітним перевищенням пропозиції над попитом. Вихід підприємств на зовнішні ринки зазвичай є тривалим еволюційним процесом.

Для отримання доступу на закордонні ринки підприємство повинне пройти декілька етапів, кожен з яких має свої особливості:

1. Етап пробного експорту. Односторонні спроби підприємства продати закордонному покупцю стандартну вітчизняну продукцію. Успішні продажі на окремому зарубіжному ринку підприємство намагається повторити і на інших ринках. Як наслідок – багатообіцяючі окремі продажі без повторних замовлень, невеликі доходи при досить значних витратах.

2. Етап екстенсивного експорту. Охоплення незначної кількості ринків без їх сегментації. Експортний асортимент представлений традиційним для даного підприємства набором товарів.

3. Етап інтенсивного експорту. Обмеження асортименту найбільш вигідною продукцією по кожному ринку з використанням всіх методів активного маркетингу. Закордонна торговельна мережа експортера отримує значний розвиток, зовнішньоекономічні зв'язки стали більш ефективними, але все ще залишаються додатком внутрішньо економічних відносин.

4. Етап експортного маркетингу. Продукція все більш пристосовується до вимог зовнішнього ринку. Підприємство розвиває двосторонні відносини із зовнішніми ринками, збираючи й обробляючи відповідну інформацію. Маркетингові комунікації набувають міжнародних ознак.

5. Етап міжнародного маркетингу. Закордонні ринки починають грати домінуючу роль у формуванні маркетингової концепції даного підприємства.

6. Етап глобального маркетингу. Підприємство більш не орієнтується на внутрішній ринок, а переймається задоволенням потреб, характерних для споживачів усього світу [3].

Процес формування маркетингової товарної політики повинен бути заснований на стратегічному підході, який припускає розробку довгострокового, перспективного курсу й передбачає вирішення наступних принципів завдань:

- оптимізація й відновлення товарного асортименту з урахуванням життєвого циклу товару та співвідношення нових і «старих» товарів в асортиментній програмі;

- цілеспрямована адаптація товарного асортименту до вимог цільового ринку й споживачів;

- забезпечення конкурентоспроможності товарів;

- освоєння нових ринків; керування процесом розробки й виведення на ринок нових видів продукції;

- стратегічне позиціонування товарів на ринку;

- планування процесу вилучення з виробничої або збутової програми товарів, що втрачають ринкові позиції [2].

Отже, управління товарною політикою на підприємстві в умовах ЗЕД є важливим аспектом діяльності підприємства. При виході на зовнішній ринок підприємство потрапляє в умови жорсткої міжнародної конкуренції. У цих умовах можна успішно працювати, лише застосовуючи сучасні методи управління. Адже, власне, саме тут споживач визнає, або не визнає всі дії підприємства корисними і потрібними для себе, і, відповідно, купує чи не купує її продукцію або послуги.

### Список використаних джерел

1. Рижмань, Л.Д. Товарна політика комерційних підприємств: навч. посіб. / Л.Д. Рижмань, Д.І. Рижмань. – Київ: Аграрна освіта, 2014. – 405 с.

2. Сумець, О.М. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. / О.М. Сумець, Є.М. Ігнатова. – К.: «Хай-Тек Прес», 2010. – 368 с.

3. Тюха, І.В. Основні напрями підвищення товарної політики підприємства при виході на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / І.В. Тюха, В.В. Ковальська // Національний університет харчових технологій. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://knowledge.allbest.ru>

*Фрадинський О.А., к.е.н., доц., старш. наук. співроб.  
Науково-дослідний інститут фіскальної політики  
Університет державної фіскальної служби України  
м. Ірпінь, Київська обл.*

## **РЕАЛІЗАЦІЯ СТАТУСУ АВТОРИЗОВАНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ОПЕРАТОРА ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

2 жовтня 2019 року Верховною Радою України (ВРУ) було прийнято закон №141-IX «Про внесення змін до Митного кодексу України щодо деяких питань функціонування авторизованих економічних операторів», який, після підписання його Президентом, набув чинності з 7 листопада 2019 року.

Цей законопроект було розроблено за ініціативи голови комітету ВРУ з питань фінансів, податкової та митної політики Д.О. Гетманцева та мав на меті поступове наближення, на основі принципу найкращих зусиль, вітчизняного нормативно-правового поля до митного законодавства ЄС, відповідно до статті 84 Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.

Реалізація на практиці цього законопроекту запроваджувала у вітчизняній митній практиці інститут авторизованого економічного оператора (АЕО), аналогічного тому що функціонує в Європейському Союзі (ЄС), з перспективою подальшого взаємного визнання та стала одним із основних базисів митного співробітництва між Україною та ЄС. Визнання статусу національних АЕО митними органами країн ЄС забезпечить участь українських АЕО у формуванні, так званих, безпечних ланцюгів постачання товарів та підвищить їх конкурентоспроможність на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Інститут АЕО було запроваджено Всесвітньою митною організацією у 2005 році шляхом ухвалення Рамкових стандартів безпеки і полегшення світової торгівлі. На сьогодні, програми авторизованого економічного оператора вже реалізовано у 83 країнах світу, ще 19 країн перебувають у стадії їх активного впровадження. Відразу слід зауважити, що подібний статус в українській митній практиці знайшов свою реалізацію у Митному кодексі України (МКУ) в редакції 2012 року, де однією із революційних новацій стало запровадження статусу уповноваженого економічного оператора (глава 2, статті 12-18). Тому законодавчі зміни 2019 року – це подальший етап розвитку і реалізації цього інституту на практиці.

Статус АЕО підтверджує найвищий ступінь довіри митниці до підприємства і, як наслідок, дає можливість застосовувати найбільший перелік спеціальних спрощень та користуватися перевагами під час здійснення митних формальностей щодо товарів, які переміщуються такими підприємствами.

Що ж приховано за поняттям АЕО, які вимоги ставляться для отримання цього статусу та які переваги отримують підприємства, що набудуть цього статусу?

Статус авторизованого економічного оператора отримує підприємство-резидент, що виконує будь-яку роль в міжнародному ланцюзі постачання товарів (виробник, експортер, імпортер, митний представник, перевізник, експедитор, утримувач складу) та отримало авторизацію відповідно до вимог законодавства.

Авторизація АЕО може бути таких типів:

- про надання права на застосування спеціальних спрощень (далі – АЕО-С);
- про підтвердження безпеки та надійності (далі – АЕО-Б).

Підприємство може самостійно обирає тип авторизації та може одночасно мати авторизації обох типів. Авторизація АЕО визнається на всій території України. Визнання митними адміністраціями іноземних держав авторизації АЕО, отриманої підприємствами-резидентами, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України.

Для надання авторизації АЕО застосовуються такі критерії (критерії АЕО):

1. дотримання вимог митного та податкового законодавства України, а також відсутність фактів притягнення до кримінальної відповідальності;
2. належна система ведення бухгалтерського обліку, комерційної та транспортної документації;
3. стійкий фінансовий стан;
4. забезпечення практичних стандартів компетенції або професійної кваліфікації відповідальної посадової особи підприємства;
5. дотримання стандартів безпеки та надійності.

Авторизація АЕО-С надається за умови підтвердження відповідності підприємства критеріям, вищенаведеним пунктами 1-4. Авторизація АЕО-Б надається за умови підтвердження відповідності підприємства критеріям, вищенаведеним пунктами 1-3 та 5. Авторизація АЕО надається безоплатно та діє безстроково. Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну митну політику, веде Єдиний державний реєстр авторизованих економічних операторів та забезпечує його оприлюднення на своєму офіційному веб-сайті.

Підприємство, яке отримало авторизацію АЕО-С, має право у порядку та на умовах, визначених МКУ, застосовувати такі спеціальні спрощення: загальна фінансова гарантія; самостійне накладення пломб спеціального типу; процедура спрощеного декларування; процедура випуску за місцезнаходженням.

Підприємство, яке отримало авторизацію АЕО-С, користується такими перевагами:

- виконання митних формальностей щодо товарів, транспортних засобів комерційного призначення в першочерговому порядку;
- зниження автоматизованою системою митного оформлення ступеня ризику для визначення переліку митних формальностей під час здійснення митного оформлення товарів, транспортних засобів комерційного призначення;
- використання спеціально визначеної (за наявності) смуги руху в пункті пропуску через державний кордон України для переміщення автомобільних транспортних засобів комерційного призначення;
- використання національного логотипа АЕО.

Підприємство, яке отримало авторизацію АЕО-Б, має право у порядку та на умовах, визначених МКУ, застосовувати спеціальне спрощення «самостійне

накладення пломб спеціального типу». Підприємство, яке отримало авторизацію АЕО-Б, користується такими перевагами:

- отримання повідомлення органу доходів і зборів про те, що відповідні товари і транспортні засоби комерційного призначення на основі результатів аналізу ризиків за загальною декларацією прибуття обрано для проведення митного огляду в пункті пропуску (пункті контролю) через державний кордон України до моменту їх переміщення через митний кордон України;

- виконання митних формальностей щодо товарів, транспортних засобів комерційного призначення в першочерговому порядку;

- зниження автоматизованою системою митного оформлення ступеня ризику для визначення переліку митних формальностей під час здійснення митного оформлення товарів, транспортних засобів комерційного призначення;

- використання спеціально визначеної (за наявності) смуги руху в пункті пропуску через державний кордон України для переміщення автомобільних транспортних засобів комерційного призначення;

- використання національного логотипа АЕО.

Підприємства-нерезиденти мають право користуватися перевагами, вище визначеними перевагами, відповідно до міжнародних договорів України, що передбачають взаємне визнання підприємств, яким надано авторизацію АЕО, та підприємств, що виконують вимоги законодавства країни їх реєстрації, еквівалентні вимогам для надання авторизації АЕО згідно з МКУ.

На практиці, реалізація статусу АЕО для підприємств означатиме економія витрат, пришвидшення проходження митних процедур, підвищення сервісу надання митних послуг, передбачуваність ведення бізнесу та встановлення прозорих правил як для суб'єкта ЗЕД так і для контролюючого органу.

#### **Список використаних джерел**

1. Про внесення змін до Митного кодексу України щодо деяких питань функціонування авторизованих економічних операторів: Закон України від 02.10.2019 № 141-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/141-20-14> (дата звернення: 10.03.2020).

2. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 10.03.2020).

**УДК 331:65**

*Фролова Н.Є., доц.  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон*

### **СТАН ТА ДИНАМІКА КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

Сучасні умов функціонування вітчизняних підприємств, які характеризуються нестабільністю економічної та політичної ситуації, підвищеною мінливістю зовнішнього середовища, підвищеною конкуренцією та

підвищеними вимогами до якості виробництва, продукції, послуг, потребують дослідження питань кадрового забезпечення підприємницької діяльності як найважливішого чинника ефективного виробництва.

Актуальність питання кадрового забезпечення підприємств готельного господарства визначається тим, що в умовах нестійких економічних відносин, в умовах високої міграції населення і, відповідно, нестачі робочої сили, її невідповідності реальній вартості, наявності нерегламентованої зайнятості важливого значення набуває дослідження стану, динаміки кадрового забезпечення галузі та виявлення резервів підвищення ефективності використання зайнятого персоналу.

Основи кадрового забезпечення відображені в працях вітчизняних науковців: Д. Богині, М. Гавкалової, А. Колота, Т. Костишеної, А. Турило та інших. На рівні підприємств готельного господарства проблеми кадрового забезпечення були представлені в роботах М. Бойко, Н. Бунтової, А. Мазаракі, Т. Ткаченко та ін. Недостатня розробленість проблеми та її значущість для підвищення ефективності підприємств готельного господарства визначили тему та мету дослідження.

Метою дослідження є уточнення сутності поняття «кадрове забезпечення», оцінка стану та динаміки кадрового забезпечення підприємств готельного господарства України, визначення наявних проблем формування кадрового забезпечення.

Туризм є однією з високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світової економіки, розвиток якого має великий вплив на такі галузі національної економіки, як зв'язок, транспорт, сільське господарство, будівництво, готельне і ресторанне виробництво, виробництво товарів народного споживання. Чисельність туристів миру з 2000 по 2018 рік зросла з 680 млн осіб до 1401 млн осіб (у 2,060 разів, або на 106,0%) [1]. В Україні за 2015-2018рр. спостерігаються позитивні тенденції в розвитку туризму: кількість в'їзного (іноземного) туристичного потоку зросла з 15159 до 75945 осіб (на 60786 осіб, або на 401%), кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами зросла на 125,7% і досягла 4,557 млн осіб у 2018 році [2]. Тобто індустрія туризму виступає одним із ефективних напрямів структурної перебудови економіки України.

Готельне господарство – основна складова індустрії туризму. Станом на 2018 рік в Україні функціонує 4115 колективних засобів розміщення (КЗР), у тому числі 2474 готелів та аналогічних засобів розміщення, з них 1704 – готелів [2]. За прогнозами науковців до 2022 року в Україні планується збільшити у 2,5 разів кількість робочих місць в сфері туризму.

Дослідження, проведене університетом Cornell (Великобританія) серед 243 керівників вищої та середньої ланок підприємств готельного господарства в різних країнах світу, дозволило виявити п'ять основних факторів, що викликають занепокоєння у представників галузі: 1) кадри, 2) загальна економічна ситуація, 3) зростання витрат, 4) рівень сервісу, 5) конкуренція. Важливо, що кадрові проблеми посідають перше місце серед перерахованих факторів [3].

Кадрове забезпечення – це комплекс дій, направлених на пошук, оцінку і встановлення заздалегідь передбачених стосунків з робочою силою як в самій

компанії для подальшого просування по кар'єрній драбині, так і поза її межами для нового найму тимчасових або постійних робітників [4].

В результаті опрацювання наукової літератури позиції науковців щодо трактування поняття «кадрове забезпечення» можна виділяти за двома основними підходами – широкому та вузькому. Згідно широкого підходу «кадрове забезпечення» розуміється як кадри підприємства, сукупність постійно працюючих працівників, які мають необхідну професійну підготовку, практичний досвід, навички роботи. Вузький підхід, розглядає кадрове забезпечення у розрізі індивідуальних трудових потенціалів окремих працівників. При цьому розуміння кадрового забезпечення за цим підходом різняться відповідно до функціонального та якісного наповнення персоналу [5].

Кадрове забезпечення підприємницької діяльності є одним з найважливіших чинників виробництва. Раціональне кадрове забезпечення підприємства відіграє важливу роль у підвищенні ефективності виробництва та рівня життя населення. Тому від того, наскільки раціонально воно сформоване, багато в чому залежить економічний потенціал кожного виду економічної діяльності, темпи його розвитку.

Середньооблікова чисельність працюючих у сфері готельного господарства України з 2011 р. поступово зменшувалась у КЗР з 129091 до 68338 осіб, що відповідає 47,06%, відповідно у готелях та аналогічних засобах розміщення зменшення складало 23,91%, у готелях – 17,3%. На підприємствах юридичних осіб зменшення чисельності відповідно складало 49,8%, 30,3%, 23,7%, а чисельність працюючих на підприємствах фізичних осіб зростала відповідно на 50,7%, 43,3%, 75,8%. Фізичні особи-підприємці в загальній чисельності зайнятого персоналу підприємств готельного господарства складають незначну частку: в 2011 році- 2,83%, в 2017 році – 8,50% в КЗР, в готелях та аналогічних засобах розміщення відповідно 8,68% та 16,35%, у готелях 6,46% та 13,74%. У 2017 році зростає частка фізичних осіб-підприємців у загальній чисельності персоналу підприємств готельного господарства України.

Чисельність зайнятих працівників на одне підприємство у юридичних осіб складає у КЗР 30,5 осіб, у готелях та аналогічних засобах розміщення – 22,9 осіб, у готелях – 27,3 особи; у фізичних осіб-підприємців відповідно 2,6 осіб, 2,8 особи та 3,2 особи. Тобто, показник кадрового забезпечення за досліджуємий період значно не змінюється та залежить від форми власності підприємства: у юридичних осіб середня чисельність зменшується (у КЗР – на 11,8%, у готелях та аналогічних засобах розміщення – на 7,2%, у готелях – на 16,9%), та навпаки, на підприємствах фізичних осіб середня чисельність зростає відповідно на 65,2%, 17,0%, 9,2%.

Європейські показники зайнятості населення в готельному господарстві [5] загалом складають від 2 до понад 6 відсотків працездатного населення кожної країни. За показником зайнятості населення в даній сфері Україна є аутсайдером. Сучасні дослідження показують, що на підприємствах готельного господарства України спостерігається значна невідповідність наявного кадрового потенціалу рівню розвитку галузі. Подальший розвиток сфери послуг висуває якісно нові вимоги до кадрового забезпечення готельного господарства, потребує нових підходів і значних інвестицій у формування кадрового потенціалу.



## Список використаних джерел

1. UNWTO Tourism Highlights: 2018. Edition [Електронний ресурс]: Інтернет портал. – Madrid: UNWTO, 2019. – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>.
2. Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України: [викон. Вержанська В.Л.] – К.: ДП «Інформ-вид. Державної служби України», 2018. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Федулин, А.А. Подготовка кадров для туризма: проблемы и задачи / А.А. Федулин // «Бюджет». – 2009. – № 4. – [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://bujet.ru/article/55618.php>
4. Ілюшина О.Н. Теоретико-методологічні основи кадрового забезпечення курортно-туристичного регіону: сутність, структура, особливості [Електронний ресурс]. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/1072.pdf>.
5. Кагановська Т.Є. Сутність та завдання кадрового забезпечення як засобу сприяння функціонуванню держави та її органів / Т.Є. Кагановська // Форум права. -2008. -№ 1. – С. 215-220 [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/2008-1/08ktetio.pdf>.

УДК 33:65

*Шурпа С.Я., к.е.н., доц.  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника»  
м. Івано-Франківськ*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

До основних тенденцій маркетингу відноситься вплив мобільного та супутньої техніки на комунікацію брендів, збільшення ролі відео і віртуальної реальності. В майбутньому неодмінно збільшиться кількість нових маркетингових методів і значно скоротиться процес розробки продуктів в маркетинговому ланцюжку. Основні типи маркетингових тенденцій, що вплинуть на ефективність ринкової діяльності підприємства.

### **1. Стратегія цифрового маркетингу та тенденції планування.**

Основним напрямком розвитку загальної цифрової стратегії є незмінна популяризація програм цифрових перетворень. Це підтверджується опитуваннями учасників веб-семінарів щодо цифрових перетворень. Проведене опитування продемонструвало бажання багатьох компаній працювати з програмами цифрових перетворень.

В даний час особливий інтерес викликає розробка інтегрованої цифрової маркетингової стратегії по декількох каналах. Експерти рекомендують використовувати маркетингові ходи, орієнтовані на покупця, щоб вони проходили аудит протягом всього життєвого циклу. Важливою тенденцією сучасного маркетингу є перехід від цифрового до багатоканального універсального маркетингу.

Цей напрямок у розвитку маркетингу полягає в широкому застосуванні «всеосяжних комунікацій», які орієнтовані на клієнтів. Надзвичайно важливо

досягти взаємодії з клієнтами через сенсорні точки по всіх каналах. Багатоканальний маркетинг дозволяє клієнтам здійснювати транзакції в кожному каналі. Стратегія Omnichannel організовує роботу з клієнтами по всіх каналах, щоб маркетинг був інтегрованим і послідовним. Такий підхід дозволяє клієнтам почати роботу в одному каналі і перейти до іншого, поки ціль буде досягнута. Виконання цих складних операцій між каналами має бути доступна клієнтам.

## 2. Маркетингова стратегія і планування.

Для вдосконалення цифрової тактики, необхідно розробити маркетингову стратегію та брендинг, які стимулюють розвиток бізнесу. Якщо не виконати ці умови, значить, всі ваші старання щодо вдосконалення цифрової тактики будуть марними. Основна тенденція маркетингової стратегії полягає в тому, які можливості можуть використовувати цифрові технології і засоби масової інформації для цифрового збою. Цифровий маркетинг не завжди використовують для цих цілей, найчастіше його застосовують для проникнення на ринок.

Слід зазначити, що мобільні адаптивні веб-сайти для домінуючого використання смартфонів це вже застарілі технології. Експерти прогнозують, що в результаті стрімкого розвитку мобільних технологій відбудеться, так звана, персоналізація зв'язку між брендом і людиною. Інноваційні технології значно покращать проникливість діалогового користувацького інтерфейсу.

Успіху досягнуть ті компанії, які створять і будуть працювати над вдосконаленням персоналізованого контенту для клієнтів. В даний час користувачі можуть висловлюватися свої вподобання в соціальних медіа, в результаті чого брендинг поступово набуває форми ненав'язливої бесіди. Поведінка покупців в режимі онлайн допоможе маркетингологам компаній дізнатися більше про переваги своїх клієнтів. Купівельний попит завжди буде впливати на контент бренду.

## 3. Пошук маркетингових тенденцій.

Відомо, що пошукова система «Google» має великий вплив на розвиток маркетингу. У 2019 році були внесені великі зміни в систему пошуку «Google». Вони повністю будуть впроваджені до кінця 2020 року. Передбачається запуснути платформу «Google Marketing Platform». Це допоможе пошуковиків змінити зважування алгоритму. Таким чином, можна буде зробити істотний вплив на повільні сайти.

## 4. Тенденції в соціальних мережах.

Кращим джерелом збору інформаційного матеріалу про використання будь-яких інтернет-ресурсів є огляд ринку комунікацій. Експерти досліджують зміни основних споживчих мережах. За їхніми відомостями, в 2019 році в мережі Facebook вікова група людей старше 35 років є найбільшою групою користувачів. Мережа Instagram використовується всіма віковими групами, найбільша з яких-користувачі у віці від 16 до 35 років. Використання цільових рекламних оголошень і Messenger для розмов в соціальних мережах є важливою тенденцією розвитку маркетингу.

## 5. Аналітика та звітність.

Відомо про те, що маркетинг ґрунтується на даних цифрової аналітики. Системи Google Analytics і Adobe Analytics, відносно статичні з точки зору функціональності. Основною тенденцією в цьому випадку є зворотний зв'язок з клієнтами. Зацікавленість представляють бренди, які використовують спільноти клієнтів для зворотного зв'язку. Системи для збору неструктурованого зворотного зв'язку від клієнтів також зростають в популярності у більш великих брендів.

## 6. Контент-маркетинг.

Аналізуючи дані по виявленню інноваційних тенденції у контент-маркетингу, слід зазначити основні напрями:

- 1) якість контенту, заснована на більш глибокому розумінні потреб клієнтів;
- 2) нова структура для підтримки діяльності контент-маркетингу зі збільшенням інвестицій;
- 3) поліпшений результат вимірювання ефективності контент-маркетингу.

Впроваджуючи інноваційні напрями в маркетингу, підприємство неодмінно досягне певного успіху. Від якості маркетингу залежить якість продажів. Ви зможете змусити рекламу товарів працювати на вас. Використовуючи у своїй роботі інноваційні маркетингові технології, ви неодмінно станете переможцем.

УДК 338

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент,  
Волчкова Г.К., к.е.н., ст. викл.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ВИБІР МОДЕЛІ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Сформовані економічні системи розвинутих країн удосконалюються у процесі їх розвитку. Одні країни надають перевагу лібералізації підприємництва (зокрема, США), інші – зростанню ролі держави в регулюванні ринку (наприклад, Японія). Кожна з цих країн має низку переваг, які можуть бути запозичені іншими країнами. У країнах Західної Європи також не вщухають дискусії з приводу вибору моделі ринкової економіки: шведської, німецької чи іншої. Актуальною ця проблема є і для України.

При виборі моделі ринкової економіки для України слід урахувати три важливі аспекти:

1) характер її економічної системи визначається не лише законодавчою базою, а й особливостями української історії, культури, ресурсів і політики. Промовистим щодо цього прикладом є Японія, яка після Другої світової війни запозичила чимало із законодавства США, однак створила економічну систему, значною мірою відмінну від американської;

2) ринкові системи розвинутих країн мають набагато більше спільних рис, ніж відмінностей. Тому для України не є принциповим вибір моделі, наприклад

шведської чи американської, оскільки в будь-якому разі він починається з правових та економічних реформ: стабілізації, приватизації, лібералізації та ін.;

3) країни з ринковою економікою розвиваються та удосконалюються швидкими темпами. З огляду на це важко, наприклад, наслідувати шведську модель економіки, коли уряд країни заявляє, що вона вичерпала себе. Важливо розкрити сутність перетворень, що здійснюються у провідних країнах світу.

У формуванні національної ринкової економіки України доцільно спиратися на досвід розвинутих країн, у яких ринкова економіка має тривалу історію, в оцінці: спільних рис ринкових інституцій, відмінностей ринкових систем, змін у фінансових інституціях [1, с. 14]. Це дасть змогу уникнути багатьох помилок і втрат на шляху до ринку.

Усі національні ринкові економіки мають такі спільні риси:

1. Приватна власність як рушій економічного зростання. В розвинутих країнах домінує приватна власність у різних формах. У державній власності перебувають, як правило, залізниці, енергетичні компанії, поштові перевезення, телефонні компанії та авіалінії. У США та країнах Західної Європи триває широкомасштабна приватизація державних транспортних і комунікаційних компаній. Приватний сектор у цих країнах виробляє понад 80% валового продукту. Навіть у країнах Південно-Східної Азії (Південна Корея і Японія), в яких держава відіграє суттєву роль в економіці, майже вся продукція виробляється на приватних підприємствах.

2. Стабільна конвертована валюта. Створення ефективною ринковою системи неможливе за нестійкої і неконвертованою національною валютою. За відсутності стабільної валюти підприємства не можуть планувати виробництво і капіталовкладення, населення перестає тримати гроші в банках, найпростіші комерційні операції є непередбачуваними. Для стабілізації важливо забезпечити зменшення інфляції до 5–7% на рік, оскільки незначне затримання платежу може завдати відчутних збитків певним суб'єктам. Це змушує підприємства вдаватися до бартеру, але така примітивна система товарообміну неспроможна забезпечити належний рівень життя. За неконвертованості національної валюти у валюті інших країн ускладнюється зовнішньоекономічна діяльність, і країна втрачає вигоди від міжнародного економічного співробітництва.

3. Розвинуте комерційне право, яке регулює процеси виробництва та обміну. Провідні країни мають подібні закони про корпорації, контракти, торгівлю і банківські операції. Незалежна судова система неупереджено, з розумними витратами забезпечує виконання контрактних зобов'язань. З поширенням світових економічних та інтеграційних процесів, торговельні законодавства розвинутих країн уніфікують.

4. Вільний рух товарів і капіталовкладень забезпечує активну зовнішньоекономічну діяльність. Розвинуті країни є членами Світової організації торгівлі (СОТ), вони дотримуються загальних принципів збереження низьких митних тарифів і обмеження торговельних квот [2, с. 15]. Ще ніколи в історії людства торгівля між цими країнами не здійснювалася в такому обсязі й на такій вільній основі. Розширення міжнародної торгівлі сприяє зростанню ефективності світової економіки, і сьогодні жодна країна не може дозволити собі залишатися за межами світової торговельної системи.

5. Тісні економічні зв'язки між суб'єктами господарювання визначають закономірності розвитку та формування передбачених перспектив ринкової співпраці в межах певних економічних секторів, забезпечують економічне зростання, розвиток нових форм міжвиробничої кооперації. Руйнування економічних зв'язків між країнами колишнього СРСР завдало суттєвої шкоди більшості пострадянських підприємств. Формування нових сталих економічних відносин формується за умови появи довіри та усвідомлення вимог морально-етичного обґрунтування управлінських рішень у підприємницькій площині.

6. Загальний територіальний та економічний простір (законодавство, грошова система тощо) визначають принципи концентрації виробничих ресурсів, їх мобільність та ефективність використання. Не менше значення при цьому відіграють інституціональні засади національно-економічного розвитку, зокрема правова база, яка враховує суспільно-психологічні та національно-ментальні особливості.

7. Єдиний економічний регулюючий центр формує економічні пріоритети національного розвитку та спрямовує свої зусилля на захист національних економічних інтересів. Саме він визначає ступінь державного втручання в економічні процеси у відповідності до наявних економічних проблем, їх глибини та причин виникнення.

8. Територіальна цілісність є ознакою будь-якої держави, захист якої забезпечується ефективністю державного управління та нормами міжнародного права.

Крім спільних рис, кожна країна має національні особливості реалізації ринкових принципів організації виробництва, розподілу, обміну і споживання. Ці особливості забезпечують у кожній із них досягнення однієї з найважливіших цілей – високопродуктивного і високоефективного функціонування праці та капіталу, що дає змогу виробляти потрібну кількість національного продукту, забезпечувати його соціально справедливий розподіл, здійснювати потрібні капіталовкладення і утримувати темпи економічного зростання на рівні національно-економічної самодостатності.

Отже, національно-психологічний чинник є чи не найважливішим для формування ринкової економіки [3]. Україні при виборі моделі ринкової економіки необхідно врахувати історичне колоніальне минуле, яке не могло не позначитись на психології українців: вони добрі виконавці, але не завжди ініціативні в управлінні. Очевидно, європейська чи японська моделі були б для неї прийнятнішими, але в такому разі виникає проблема з самоуправлінням, про що свідчить гальмування радикальних ринкових перетворень, тінізація економіки, значні розкрадання коштів і ресурсів, домінування уряду в промисловій політиці, розбалансованість банківської системи, затягування демократизації, бюрократизація організації підприємництва та ін.

Відмінності національних ринкових економік стосуються не суті ринкової системи, а, головним чином, специфіки її рис, зокрема ролі держави в економіці та організації фінансових ринків. Кожна з трьох основних моделей (типів) ринкової економіки – американська, європейська, японська – побудована на пріоритеті вимог економічних законів з урахуванням традицій національного, політичного, економічного, релігійного та культурного мислення. Їхні

відмінності пов'язані передусім із лібералізацією, ринком праці, корпораціями і фінансовими ринками.

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – Кіровоград: «Пік», 2009. – 548 с. : іл.
2. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – [2-ге вид., випр.]. – Кіровоград : «КОД», 2010. – 548 с. : іл.
3. Яковенко Р.В. Підходи до вибору моделі ринкової економіки України [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=5686>. – Назва з титул. екрану.

УДК 33:35

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,  
Зайченко В.В., к.держ.упр., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАВДАНЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Влада та владні структури України формуються не за принципом освіченості та моральності, а родинності та згоди виконання різноманітних рішень задля отримання певного в тому числі й матеріально-грошового зиску. Тому система державного управління в більшості випадків керується не патріотичними, а меркантильними інтересами.

В деяких зарубіжних ділових колах вважають, що стиль ділової поведінки в Україні відрізняється необов'язковістю і неакуратністю, відсутністю звички тримати слово, з вічним намаганням що-небудь «виклянчити» для себе в іноземних партнерів [4, с. 8]. У першоджерелі, з якого наводиться це цитування, наголошується на поведінці приватних підприємців, як на загальній тенденції. Однак сфера державного управління визначила стратегією свого існування і тактикою державного управління (оскільки перебування при владі – явище тимчасове) особисте збагачення та системне запозичення коштів у іноземних кредиторів без розрахунків термінів та джерел повернення цих позик.

Німецько-американський філософ і соціолог Герберт Маркузе (1898-1979 рр.) наводив таку характеристику індустріальної стадії людської цивілізації: «під впливом технології культура, політика та економіка зливаються у всеосяжну систему, котра поглинає або відкидає всі альтернативи. Продуктивність і зростаючий потенціал цієї системи стабілізують суспільство і утримують технічний прогрес у межах свого панування [2, с. 93]». Така система діє і в сучасній Україні, хоча назвати її індустріальною не можна, враховуючи тенденції щодо оновлення основного капіталу більшості існуючих підприємств та вивезення суттєвої частки промислового потенціалу з Донецької та Луганської областей російськими загарбниками. Ця система діє на принципі абсолютної

взаємної інтеграції великих капіталів, політичного укладу та механізму державного управління. При цьому цей «Голіаф» знищує всі можливі альтернативи, крім особистого збагачення будь-якими шляхами. Домінування такого мотиву своєї діяльності визначає індустріальну стадію людської цивілізації, на якій сформувались транснаціональні корпорації та банки. При цьому право і закон, як сфери контролю за державним управлінням не діють, оскільки самі є елементом системи і здійснюють нагляд лише за нижчими щаблями суспільства.

Головним політичним фактом другої половини ХХ століття було розширення економік, керованих державою (state-directed economies) [1, с. 269]. В останній чверті ХХ століття ми рухаємося до суспільств, керованих державою (state-managed societies) [1, с. 269]. Але ХХІ століття визначається зміною як пануючої системи управління економікою, так і формуванням нового постіндустріального суспільства у розвинутих країнах. При цьому визначальним фактором виробництва стає інформація, а головним мотивом праці стає не нагромадження матеріально-грошових цінностей, а самореалізація та визнання (це обумовлено поширенням в структурі зайнятості творчої і інтелектуальної праці).

Деякі російські дослідники вважають первинним фактором виробництва в постіндустріальній цивілізації знання та досвід людини, в той час, як інформація ними розглядається як ключова технологія [7, с. 59]. Ця теза прекрасно усвідомлена представниками системи державного управління України. Але використовується вона лише на половину. Інформацію вони застосовують для особистого збагачення, а не для поліпшення життя суспільства чи отримання творчих результатів. Відтак, зокрема, засоби масової інформації кожного дня намагаються формувати у мешканців нашої країни думку, що погіршення їх добробуту – це прямий шлях до покращення їх життя. Тобто, за методикою, визначеною Дж. Оруеллом, «свобода – це рабство»...

Напрошується висновок: світ ілюзій, в якому живе більшість людей, – це результат роботи ЗМІ, реклами, інтернету, результат тієї «виховної» роботи, яку проводить державна влада свідомо, постійно, цілеспрямовано [5, с. 28-29]. Однак таке ставлення до визначального інструментарію постіндустріального суспільства не може не створити систему суперечностей, коли однією наведення певних інформаційних посилів спроможне знищити всю систему державного управління, яке застосовує інформаційні важелі для формування феодальної системи влади на місцях [8].

На практиці існують неповнота інформації, коли економічні суб'єкти володіють лише частковим обсягом інформації, і асиметричність інформації – нерівномірність її розповсюдження [3, с. 203]. Незнання та нерозуміння цієї інформаційної функції ринку збочує всю систему відносин між громадянами і державною та місцевою владою. Відтак, формується спроба впливати на свідомість людей, ставлячись до них як до кормової бази, несвідомої маси, позбавленої власної думки та волі [8].

Вочевидь, Україна використовує надзвичайно важливі надбання постіндустріалізму (комп'ютеризація, інформаційно-комунікаційні технології, інтернет, мобільний зв'язок та ін.), але це часткові процеси, вони не змінюють

індустріальної суті нашої економіки [6, с. 18]. Тобто можна говорити лише про проникнення у структуру суспільних відносин інформаційних важелів, які не спроможні спричинити вплив на стрижень економічного розвитку, але впевнено ведуть до руйнування системи та принципів державного управління.

Вже зараз можна спостерігати часткову дематеріалізацію виробництва та зростання питомої ваги дематеріалізованих товарів. Маємо на увазі зменшення частки сировини у вироблених товарах, зміну їх сутності. В першу чергу йдеться про підприємництво у сфері інформаційних технологій (ІТ), з яким державна влада системно пробує вести бойові дії, які вона ж системно програє (!). Це абсолютно не дивно, оскільки це протистояння між корумпованим аграрно-торговельно-промисловим минулим у сфері державного управління та сучасною постіндустріальною ІТ-цивілізацією.

Найтипівіше цю проблему можна проілюструвати на прикладі формування цін на комунальні послуги в Україні. Відбувається фундаментальна зміна структури собівартості, головним елементом якої в умовах як аграрної, так і промислової цивілізації виступають безпосередні витрати виробництва, тобто праця і матеріали, витрачені на створення чи вирощення продукції. За сучасних умов та активного застосування інформаційних важелів, головними стають витрати на формування суспільної думки щодо ціни, цінності та споживання цього товару населенням. До суб'єктів такої діяльності належать: представники відповідних міністерств, відомств, служб та структур, народні депутати різних рівнів, громадські активісти, журналісти, прес-секретарі, публіцисти тощо.

Тобто до структури створення товару залучаються особи, що не створюють товару (не здійснюють ні конкретної, ні абстрактної праці за К. Марксом), а отримують доходи, невластиві їх безпосередній діяльності. Це формує штучне завищення тарифів, які й без цього визначаються граничною платоспроможністю населення.

Такі тенденції є набагато небезпечнішими, ніж відривання фінансового ринку від сфери виробництва: створення «інформаційних бульбашок», які не базуються навіть на відносинах грошового капіталу, відображають лише прагнення до безмежного збагачення олігархічно-чиновницької братії [8]. Отже застосування інформаційних важелів для реалізації грошових інтересів системи державного управління у зазначених формах є неефективним, бездумним та суперечить логіці світового цивілізаційного поступу.

### Список використаних джерел

1. Белл Д. Культурні суперечності капіталізму / Деніел Белл // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія : навч. посіб. / упоряд. : Віталій Лях. – К. : Либідь, 1996. – С. 251-274.
2. Маркузе Г. Одновимірна людина. Дослідження ідеології розвинутого індустріального суспільства / Герберт Маркузе // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія : навч. посіб. / упоряд. : Віталій Лях. – К. : Либідь, 1996. – С. 87-134.
3. Павленко І.М. Мікроекономіка : навч. посіб. / І.М. Павленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 288 с.
4. Палеха Ю.І. Етика ділових стосунків : навч.-метод. посіб. / Ю.І. Палеха, Ю.В. Водерацький. – К. : Вид-во Укр.-фін. ін-ту менеджм. і бізнесу, 1999. – 138 с. – Бібліограф. в кінці кн.
5. Пыхтин В.Я. О рынке, «рыночном человеке» и морали. (Наблюдения, размышления, выводы) / Василий Пыхтин. – Кировоград : КНТУ, 2011. – 76 с.



6. Чухно А.А. Економічна теорія : [у 2-х т.] / А.А. Чухно. – К. : ДНУ АФУ, 2010. – Т. 1. – 512 с.
7. Шукшунов В.Е. Взгляд в XXI век / Шукшунов В.Е., Взятыхшев В.Ф., Романкова В.И. // Высшее образование в России. – 1993. – № 4. – С. 55-68.
8. Яковенко Р.В. Інформація в системі державного управління як ціновий фактор / Р.В. Яковенко, В.В. Зайченко // Ефективна економіка. – К., 2019. – № 2. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6901>. – Назва з титул. екрана. – Дата перегляду : 1.03.2019.

УДК 339:331

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,  
Корсун Л.В., студент  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ**

Розвиток інтеграційних процесів та подальше посилення глобалізації в системі економічної взаємодії не залишають осторонь Україну. Прагнення до активних конкурентних позицій України на світовому ринку супроводжується негативними тенденціями в структурі відтворення населення, його низьким рівнем освіти та професійної підготовки, відсутністю адекватного ринкового мислення тощо.

Найяскравіше проблеми територіального розвитку видно в сучасних дедалі більш глобалізованих умовах функціонування систем економічної взаємодії, до яких, в якості економічних мотиваторів, додаються ментальні особливості та національні інтереси. Однією з найактуальніших проблем у цьому розрізі є дотримання загальнолюдських гуманістичних цінностей і недопущення застосування системи подвійних стандартів для країн, які мають менший досвід міжнародної співпраці.

У 2000 році на засіданні Генеральної Асамблеї ООН була прийнята Декларація Тисячоліття, у якій були визначені Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ), затверджені 189 країнами-членами ООН, й Україною зокрема [2, с. 240]. У Декларації викладено 8 конкретних цілей, а саме: подолання крайньої бідності та голоду; надання всім дітям початкової освіти; сприяння рівності жінок та чоловіків; зниження рівня дитячої смертності; покращення стану здоров'я матерів; боротьба з ВІЛ/СНІД, малярією та іншими тяжкими хворобами; забезпечення стабільного розвитку довкілля; поглиблення глобальної співпраці задля розвитку [1].

Взаємоузгодження економічних інтересів світової спільноти та молодій українській державі має в обов'язковому порядку враховувати негативні тенденції в структурі відтворення людського потенціалу України [5]. Паритетні напрямки економічного співробітництва визначаються: достатнім рівнем кількісного та якісного забезпечення внутрішнього виробництва трудовими ресурсами, рівнем диверсифікації демографічних ризиків на всіх рівнях та

стадіях фінансово-господарської діяльності, рівнем соціалізації економічних досягнень та рівнем наукової обґрунтованості соціально-демографічних перспектив та пріоритетів.

Одним зі стратегічних завдань європейської інтеграції України є ліквідація причин смертності, яких не існує в розвинутих європейських країнах. Вони, зокрема, викликаються недостатнім рівнем організаційно-економічних відносин та рівнем розвитку соціально-інфраструктурного сектору. До таких причин автори відносять:

1) смертність, травматизм, каліцтво та професійні захворювання на виробництві, зумовлені недостатнім рівнем охорони праці та ступенем оновлення основних та оборотних фондів;

2) високий рівень дитячої смертності, зумовлений недостатністю фінансування системи державної охорони здоров'я;

3) високий рівень смертності серед громадян, що мають низький рівень доходів, недостатній для реалізації потреб у своєчасних профілактичних та діагностичних заходах, повноцінному якісному лікуванні;

4) смертність, зумовлену недостатнім рівнем розвитку соціальної інфраструктури (відстань до лікарні чи травм пункту, наявність засобів комунікації, якість доріг, якість та безпека комунальних послуг тощо);

5) смертність, що викликається інтегрованими передумовами чотирьох попередніх причин.

Так, доречним є використання досвіду міжнародних організацій стосовно людського розвитку, розширення їх кількості та напрямів їх діяльності стосовно України, обмін досвідом стосовно підвищення рівня, тривалості та якості життя, інформаційних технологій освіти та професійної підготовки [4, с. 9].

Міграційні процеси, їх тенденції, обсяги та якість (рівень фізичного здоров'я та професійно-інтелектуальний рівень) – є тими чинниками, що здійснюють безпосередній вплив на рівень інвестиційної привабливості певної території з боку територіально-адміністративних одиниць, що її оточують [3, с. 108]. Це рівною мірою стосується й країн Євросоюзу та інших розвинутих країн, але у протилежному розрізі – стосовно обмеження обсягів небажаної міграції. В Україні ж гостро стоїть проблема втрат інтелектуаломісткої частки людського потенціалу, в тому числі й через відповідну митно-міграційну політику вищезазначених країн.

В умовах визначення пріоритетів внутрішньої державної економічної політики України не можна ігнорувати існуючі світові тенденції, як не можна ігнорувати й ті вигоди, які дає міжнародна економічна співпраця. Відтворення людського потенціалу, як головний чинник національного розвитку України має враховувати надбання міжнародних економічних організацій та досвід міжнародної взаємодії з метою гуманізації фінансово-господарських процесів всередині України та в світі.

#### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ООН (Декларація тисячоліття) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org/millenniumgoals/> -.

2. Відякіна М. Місце та роль міжнародної міграції у досягненні Цілей розвитку тисячоліття / М. Відякіна // Шевченківська весна : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – 2006. – Вип. IV : У 3-х част., Ч.1. – С. 240-241.
3. Яковенко Р.В. Регіональні аспекти соціально-економічного впливу на міграційні процеси / Р.В. Яковенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : Збірник наук. праць. – 2007. – Вип. 66. ч. I. – С. 108-111.
4. Яковенко Р.В. Використання досвіду міжнародних організацій в процесі регулювання розвитку людського потенціалу / Р.В. Яковенко // Розвиток економічної думки : зб. наук. праць. – Кіровоград: «Поліграф-сервіс». – 2008. – Вип. 1. – С. 6-10.
5. Яковенко Р.В. Використання досвіду міжнародних організацій в процесі регулювання розвитку людського потенціалу [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <https://surmasite.wordpress.com/2017/12/06/використання-досвіду-міжнародних-ор/>. – Назва з титул. екрану.

## СЕКЦІЯ «ПРОБЛЕМИ ПРІОРИТЕТНОГО РОЗВИТКУ ОСВІТИ І НАУКИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ЗАВДАНЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ»

УДК 37: 35

*Банар А., студент гр. 226  
(науковий керівник – Мустеца І.В., к.е.н., доц.)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Згідно статті 19 Конституції України та Закону України «Про освіту» кожна дитина має право на освіту, в тому числі на повну загальну середню освіту [1], [2]. Цими законами держава гарантує доступність і безоплатність, в тому числі повної загальної середньої освіти. На даному етапі відбувається зміна політики у сфері освіти. У Середньостроковому плані пріоритетних дій уряду до 2020 року зазначено напрямок розвитку людського капіталу, в рамках якого передбачено і розпочато здійснення масштабної реформи середньої освіти. Ця реформа отримала назву «Нова українська школа» (НУШ), яка має бути проведена до 2029 року [3]. Повномасштабний старт реформа отримала у вересні 2018 року. Основними завданнями цієї реформи визначено: підвищити кваліфікацію педагогів; провести технічну модернізацію для забезпечення якості освіти; створити нові системи управління та фінансування; розбудувати нове освітнє середовище. Для успішного проведення реформи необхідне адекватне фінансове забезпечення, а в умовах нестабільної економіки і обмеженості фінансових ресурсів ефективне виконання реформи залежить від ефективності використання бюджетних коштів та пошуку перспектив фінансування.

Значний внесок у дослідження тенденцій фінансування шкільної освіти в Україні та перспектив розвитку внесли: Л. Гриневич, О. Елькін, С. Калашнікова, І. Коберник, В. Ковтунець та ін. [3]. Проте наведені науково-практичні дослідження потребують більш поглибленого вивчення з метою детального аналізу тенденцій фінансування шкільної освіти в Україні та перспектив розвитку.

Метою даного дослідження є аналіз проведеного фінансування закладів загальної середньої освіти за 2014-2018 роки та пошуку перспектив розвитку.

Аналіз фінансування шкільної освіти в Україні проводимо на основі даних офіційного сайту Державної казначейської служби України [4] та сформуємо таблицю (таблиця 1).

Проаналізувавши склад видатків зведеного бюджету України на загальну середню освіту за 2014-2018 роки можна зробити такий аналітичний висновок:

Таблиця 1

**Склад видатків зведеного бюджету України на загальну середню освіту (ЗСО) за 2014-2018 роки**

( млн грн.)

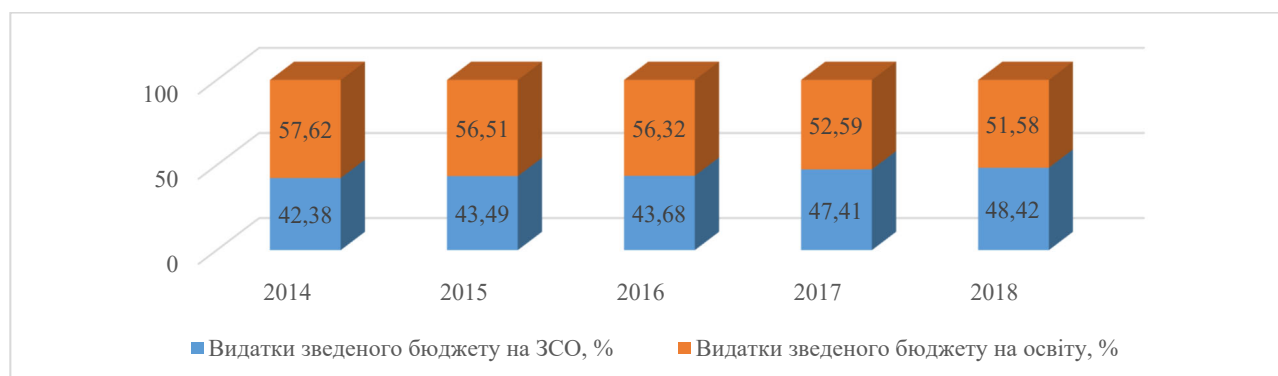
Роки	Державний бюджет на ЗСО	%	Місцевий бюджет на ЗСО	%	Зведений бюджет на ЗСО	Зведений бюджет на освіту	% зведеного бюджету на ЗСО у освітньому бюджеті
2014	193,7	0,46	42 228,4	99,54	42 422,1	100 109,5	42,38
2015	187,7	0,38	49 480,6	99,62	49 668,3	114 193,5	43,49
2016	196,9	0,35	56 335,2	99,65	56 532,1	129 437,7	43,68
2017	284,0	0,34	84 062,4	99,66	84 346,4	177 915,8	47,41
2018	402,0	0,40	101 288,6	99,60	101 690,6	210 032,3	48,42

1) Спостерігається тенденція до збільшення фінансування закладів загальної середньої освіти майже у 2,5 рази з 42 422,1 млн грн. у 2014 році до 101 690,6 млн грн. у 2018 році. Це є позитивним явищем, але треба розуміти, що девальвація гривні суттєво скорочує ефект збільшеного фінансування.

2) Переважну більшість коштів на фінансування закладів загальної середньої освіти проводиться через місцеві бюджети за рахунок державних субвенцій і складає приблизно 99% від зведеного бюджету. Це є характерне явище для бюджетної системи України, так як держава делегує місцевим бюджетам виконання видаткової частини бюджету на соціально-культурну сферу. Розподіл обсягу освітньої субвенції між місцевими бюджетами здійснюються на підставі [5]: контингенту учнів усіх типів закладів загальної середньої освіти станом на 5 вересня року, що передуює поточному бюджетному періоду; навчальному плану; з/п вчителя; показника фінансового нормативу бюджетної забезпеченості.

3) Відсоток зведеного бюджету на загальну середню освіту займає значну частину у освітньому бюджеті і має тенденцію до збільшення. Так у 2014 році видатки на ЗСО склали 42,38%, а у 2018 році зросли до 48,42%.

За результатами розрахунків відсотку видатків зведеного бюджету України на загальну середню освіту (ЗСО) у освітньому бюджеті за 2014-2018 роки створено діаграму (рис. 1).



**Рис. 1. Видатки зведеного бюджету України на ЗСО у освітньому бюджеті за 2014-2018 роки**

Починаючи з 2016 року, у рамках НУШ, була запроваджена освітня субвенція, яка поділяється на 2 види:

1) На зарплату педагогічному персоналу для стимулювання, залучення кадрів шляхом збільшення заробітної плати вчителів. Так в 2016 році її обсяг склав 44,8 млрд. грн., у 2017 – 52,6 млрд. грн., у 2018 – 60,4 млрд. грн.

2) Інша субвенція спрямована на модернізацію та оновлення матеріально-технічної бази в розмірі 1083 млн грн. у 2018 році (на закупку сучасних меблів, комп'ютерного обладнання, мультимедійного контенту для початкових класів), на надання державної підтримки особам з особливими освітніми потребами в розмірі 209,5 млн грн. у 2017 році та 504,4 млн грн. у 2018 році [5].

До перспектив розвитку фінансування видатків на загальну середню освіту можна віднести: вирішення питання додаткового фінансування з державного бюджету України для покращення матеріально-технічної бази, а саме закупівля шкільних автобусів для опорних шкіл у новостворених ОТГ для перевезення школярів, розширення мережі опорних шкіл для оптимізації мережі закладів освіти і покращення якості освіти, для видання нових електронних підручників і посібників згідно програми НУШ, покращення санітарних умов у районних і сільських школах; отримання і використання статистичних даних поточного року для більш детального формування економічно-обґрунтованого бюджету на наступний рік, зокрема реальний контингент учнів, кількість годин навчання згідно плану, фактичні потреби шкіл в різних регіонах; залучення розширеного фінансування місцевими бюджетами мережі шкіл, що стало можливим разом із переходом до місцевої влади додаткових повноважень в рамках процесу децентралізації і можливості отримання більших надходжень за рахунок місцевих податків і зборів у рамках законодавства.

### Список використаних джерел

1. Конституція України [Електронний ресурс]: Верховна Рада від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/> (із змінами та доповненнями).
2. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]: Верховна Рада від 16.01.2020 № 463-ІХ. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Концепція «Нова українська школа» (НУШ) [Електронний ресурс]: Міністерство освіти і науки України. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>.
4. Державна казначейська служба України (звітність). – Режим доступу: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu>.
5. Деякі питання надання освітньої субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 14.01.2015 № 6. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/6-2015-п>.

*Дудко С.В., к.е.н.,  
Мельнік А.В., аспірант  
(науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький*

## **БЕЗПЕРЕРВНИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ**

Найважливішим джерелом конкурентоспроможності країни (регіону) є людський капітал високої якості. Усвідомлюючи це, уряди високорозвинених країн прагнуть постійно інвестувати в здоров'я, освіту, безперервний професійний розвиток зайнятого населення.

Узагальнюючи наукову думку, пропонуємо розуміти під якістю людського капіталу країни (регіону) якісні характеристики працездатного населення (стан здоров'я, рівень освіти, кваліфікація, компетентності, трудова та інноваційна активність, мобільність, мотивованість), які розширюють можливості працевлаштування та отримання більшого доходу. Для України проблематика підвищення якості людського капіталу є вельми актуальною з урахуванням хронічного недоінвестування в людину на різних економічних рівнях.

Зосередимо увагу на ролі безперервного професійного розвитку зайнятого населення у підвищенні якості людського капіталу. Такий розвиток відображає комплекс заходів, що забезпечує безперервне оновлення професійних знань та навичок працівників підприємств та організацій, їх адаптацію до зростаючих професійних вимог, зацікавленість у професійному зростанні в інтересах активізації інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємств і країни (регіону) загалом.

Варто підкреслити, що в країнах ЄС охоплення працівників підприємств різноманітними формами професійного розвитку є масовим (воно охоплює понад 80% кількості штатних працівників) і має тенденцію до зростання.

На відміну від ЄС, в Україні лише кожен 10-11-й працівник охоплений формами професійного розвитку на підприємстві, при цьому не забезпечується безперервність процесу оновлення знань працівників, не зважаючи на їх швидке старіння.

На етапі руху України у напрямі євроінтеграції працівникам вітчизняних підприємств вкрай складно виявляти свою конкурентоспроможність, оскільки є помітним відставання за багатьма освітньо-професійними складовими людського капіталу, що передусім відображають знання нових технологій виробництва, іноземних мов, наявність професійних компетентностей, інноваційну активність, що користуються підвищеним попитом на ринках праці ЄС.

Причина такої ситуації полягає не тільки у техніко-технологічному та інноваційному відставанні українських підприємств, а й в тому, що обсяги та якість професійного навчання персоналу українських підприємств відстають від зростаючих вимог ринків праці Євросоюзу. Навчанням новим професіям на

українських підприємствах охоплено менше 2% штатних працівників, підвищенням кваліфікації – менше 10%. Не охоплено ніякими організованими формами безперервного навчання майже 90% персоналу (в країнах ЄС аналогічний показник становить 14% і менше). Координація професійного розвитку – міжгалузєва, міжрегіональна, міжсекторна – в Україні відсутня. Взаємодія соціальних партнерів є більш формальною, ніж реальною.

З метою проведення поглибленого аналізу на основі регіональної статистики запропоновано методичний підхід до оцінювання стану професійного розвитку зайнятого населення, що ґрунтується на розрахунку індексу стану професійного розвитку:

$$ІСПР = \frac{КННП + КПДК}{ЗКПР} \cdot 100, \quad (1)$$

де ІСПР – індекс стану професійного розвитку, %;

КННП – кількість працівників, навчених новим професіям, осіб;

КПДК – кількість працівників, які підвищили кваліфікацію, осіб;

ЗКПР – загальна кількість штатних працівників, осіб.

Різниця між індексами стану професійного розвитку у поточному та попередньому роках дозволяє робити висновок про позитивну або негативну динаміку показника, отже, виявляти прогресивність (регресивність) професійного розвитку. Апробація зазначеного підходу підтвердила, що для більшості регіонів України притаманний регресивний професійний розвиток зайнятого населення (рис. 1).

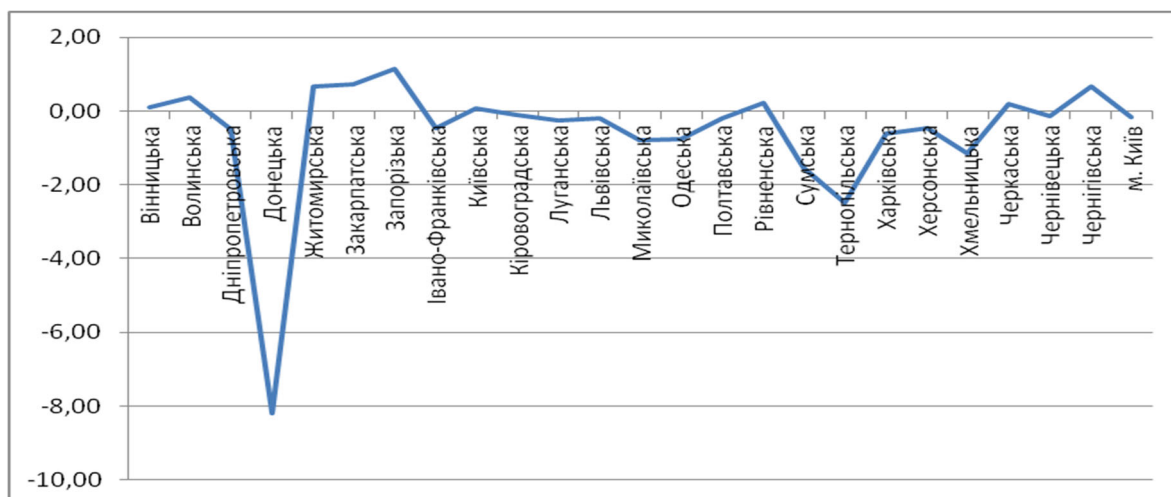


Рис. 1. Динаміка значень індексу професійного розвитку зайнятого населення у регіонах України (%)\*

\*Джерело: побудовано з використанням останніх даних (2013-2014 рр.), опублікованих Державною службою статистики України, що стосуються професійного навчання та підвищення кваліфікації працівників.

Вважаємо, що регресивний професійний розвиток зайнятого населення в Україні несе загрози для підвищення якості людського капіталу країни, перспектив економічного зростання та інноваційного розвитку.



Комплексна оцінка на різних економічних рівнях довела, що відставання українських підприємств у сфері професійного розвитку персоналу порівняно з підприємствами в країнах ЄС є наслідком дії сукупності чинників, серед яких: недосконала структура економіки, орієнтованої на використання дешевої робочої сили, техніко-технологічна відсталість підприємств, слабкі темпи інноваційних зрушень, деформації у взаємодії ринку праці і ринку освітніх послуг, хронічне недоінвестування у розвиток людського потенціалу, що несе ризики подальшого зниження конкурентоспроможності підприємств і країни.

На нашу думку, потребує зламу ситуація, коли українські роботодавці у своїй більшості не налаштовані інвестувати у професійний розвиток працівників, забезпечувати дієве матеріальне стимулювання такого розвитку. Зрозуміло, що це має місце за умов довготривалого існування моделі економіки, орієнтованої на використання дешевої робочої сили та збереження значної кількості технологічно застарілих робочих місць. У зв'язку з цим, найближчим часом важко очікувати позитивних змін у професійних якостях людського капіталу, що суперечить курсу на побудову конкурентоспроможної економіки.

#### Список використаних джерел

1. Савченко В.А. Розвиток персоналу / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2015. – 505 с.
2. Семикіна М.В. Економічна мотивація інвестування в розвиток людського капіталу підприємства / М.В. Семикіна // Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України: Кол. монографія / Кириченко О.А., Єрохін С.А. та ін.; За ред. О.А. Кириченко. – К.: Національна академія управління, 2008. – С. 245-251.
3. Семикіна М.В. Якість людського капіталу і корпоративна культура: аспекти взаємозв'язку в системі соціально-трудових відносин / М.В. Семикіна, Т.О. Беляк // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв : НУК, 2015. – № 3 (459). – С. 118-125.
4. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
5. Eurostat. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn\\_mw\\_cur&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_mw_cur&lang=en)

УДК 378

*Кононенко С.О., к.пед.н., доц.,  
Андронатій П.І., викл.,  
Медведєв В.О., магістрант  
Центральноукраїнський державний педагогічний університет  
імені Володимира Винниченка  
м. Кропивницький*

#### **ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ ЗНАНЬ У ВИПУСКНИКІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

В умовах економіки знань знання стають окремим значущим економічним ресурсом поряд із працею, землею, капіталом і підприємницькими здібностями.

Ще А. Сміт відзначав роль знань. При цьому він зазначав, що у деяких видах діяльності поділ праці сильніше, ніж в інших [3]. А К. Маркс досліджував

категорію «знання» у зв'язку з відтворенням основного капіталу і саме він зазначав, що «розвиток основного капіталу є показником того, до якої міри суспільне знання перетворюється на безпосередню продуктивну силу». А. Маршалл зазначав, що «значну частину капіталу становлять знання... Знання – це наш найпотужніший двигун виробництва». При цьому він розглядав знання як необхідний фактор здійснення підприємницької діяльності. Найважливішим фактором економічного прогресу вважав знання і К. Менгер. Й. Шумпетер, Ф. Хайєк і Г. Саймон зазначали, що знання є необхідною умовою і рушійною силою економічного розвитку [2]. С. Кузнець зазначав, що основу сучасного економічного зростання становлять корисні знання та розширення сфер їх застосування. Цікавим, на нашу думку, є підхід академіка В. Макарова, який зазначив, що «виробництво знань є джерелом економічного росту». П. Друкер ще у середині 50-х років ХХ ст. розглядав знання як головний ресурс бізнесу. Е. Тоффлер зазначав, що знання володіють потужним творчим потенціалом і з урахуванням існуючих тенденцій, що спостерігаються у боротьбі за володіння інформацією, цілком може замінити собою матеріальні ресурси.

На нашу думку, знання можуть бути прирівняні до матеріальних ресурсів, але можливість «цілком замінити їх собою» є спірною.

Фундаментом для формування знань людиною є освіта. Саме вона сприяє формуванню світогляду, забезпечує коригування професійних здібностей населення. Проте, навчальні заклади студенту надають «інформацію», яка у процесі отримання освіти повинна перетворюватися на «знання». Слід зазначити, що сьогодні серед науковців не існує одностайної думки щодо тотожності цих категорій. На нашу думку, категорії «інформація» та «знання» дещо різняться. Так, Бусарева Т.Г. слушно зазначає, що основна відмінність знання від інформації – ступінь організованості й свідомості первинних даних [1]. Проте, ми вважаємо, що основна відмінність полягає не лише у ступені організованості й свідомості первинних даних, а і у їх спрямованості. Так, інформація – це «сировина» для формування знання, основний ресурс, послуга, а отже товар. Цей товар знаходиться на ринку і, як будь який інший товар, підлягає купівлі – продажу (або безоплатній передачі). Знання, на нашу думку, це систематизована, структурована інформація, якою володіє індивідуум. Тобто знання є якістю індивідуума. Проте, постійно відбувається трансформація знання у інформацію і навпаки: інформація – знання – інформація.

Інформація задовольняє потребу певного суб'єкта у ній, формує у індивідуума нові знання, на підставі яких він або створює і передає (продає) нову (або отриману) інформацію. Між інформацією і знаннями відбувається постійний та безперервний процес трансформації.

У сучасних умовах формування знань відбувається у навчальних закладах шляхом отримання освіти. На сучасному етапі все більшого значення отримує саме фахова освіта. Вона стає необхідною умовою та базою для науки й ефективного функціонування різних суб'єктів господарювання, установ і організацій. Випускники навчальних закладів складають поточну пропозицію на ринку праці. При цьому основу їх конкурентоспроможності складають отримані під час навчання знання та вміння їх використовувати у процесі своєї діяльності.

Крім того слід зазначити, що сучасні наукові напрями характеризуються процесами диференціації та інтеграції, які мають об'єктивний характер.

Фундаментом для отримання знань людиною є освіта. У процесі навчання заклади освіти надають студенту «інформацію», яка у процесі навчання перетворюється на «знання». Ці «знання» змінюють індивідуума, який починає ними володіти. Процес набуття знань у вищих навчальних закладах достатньо складний. Саме інтегративний підхід до процесу формування фахових знань дозволить випускнику вищого навчального закладу мати конкурентні переваги на ринку праці в умовах економіки знань. Крім того, сформовані інтегровані знання дозволяють випускнику вищого навчального закладу на протязі всього свого життя оновлювати як отримані знання, так і формувати нові. Перспективи подальших досліджень у даному напрямі пов'язані із побудовою системи параметрів знань та їх зв'язків із метою цілісного підходу до формування фахових компетентностей випускників вищих навчальних закладів.

### Список використаних джерел

1. Бусарева Т.Г. Специфічні риси формування світового ринку знань. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2019. Вип. 34. С. 7-12. L: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2019\\_34\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_34_3) (дата звернення: 08.02.2019).
2. Карл Менгер. Основания политической экономии. URL: [http://www.libertarium.ru/lib\\_mbv\\_menger](http://www.libertarium.ru/lib_mbv_menger) (дата звернення: 22.02.2019).
3. Сміт А. Історія економічних учень. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-1376.html> (дата звернення: 22.02.2019).

УДК 37:33

*Корсун Л.В., студент,  
Яковенко Р.В., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ВИВЧЕННЯ І ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Теорія національної економіки – наука, яка обґрунтовує розвиток економічної системи окремої країни, як єдиного цілого на основі пізнання дії об'єктивних економічних законів і дотримання їх вимог при організації виробництва, розподілу, обміну і споживання національного продукту.

Кожна країна світу свого часу опиняється перед необхідністю формування і оптимізації теорії та методології національної економіки [1, с. 20]. Особливо гостро постає ця проблема у кризові періоди, коли за незначний проміжок часу відбувається принципово якісний прорив як у координатах економічного мислення, так і в реальному бутті економічних об'єктів та систем. Наприклад, помітний крок уперед зробила теорія макроекономіки в період великої світової економічної кризи 1929-1932 рр. І це невдовзі стало відчутним на практиці:

країни, які ефективно використали новітні на той час напрацювання макроекономіки, досягли високих темпів і рівня економічного зростання.

Методологія національної економіки, будучи вкоріненою в теорію загальної макроекономіки, пропонує аналіз концепції побудови національної економічної системи, національно зорієнтованих економічного мислення, макроекономічної політики держави тощо. Якщо теорія загальної макроекономіки обґрунтовує причинно-наслідкові зв'язки економічних і соціальних процесів загалом, то методологія національної економіки розкриває рівень усвідомлення суб'єктами державного і господарського управління дії об'єктивних економічних законів, а також відповідності прийнятих ними рішень цим законам. Глибоке пізнання економічних законів, широкий діапазон економічного мислення – суттєві передумови ефективної господарської діяльності.

Методологія національної економіки досліджує об'єктивні закономірності функціонування та розвитку виробництва, сфери послуг, відтворюваність одних і невідтворюваність інших виробничих ресурсів, чинники, що зумовлюють спеціалізацію регіонів, тенденції розвитку в минулому і напрями розвитку на перспективу тощо.

Завдання національної економіки впливають із предмета вивчення реального стану елементів продуктивних сил і наслідків їх функціонування.

Теорія національної економіки дає прикладні знання про реальний стан економічного потенціалу країни, механізм функціонування продуктивних сил, товарного виробництва тощо [3]. Вона налаштовує на аналіз причинно-наслідкових зв'язків, узагальнення закономірностей соціально-економічних процесів, вироблення висновків, пропозицій, прогнозів.

У своїх оцінках, прогнозах ця галузь науки виходить з того, що головним завданням для країни має бути створення максимально можливого обсягу національного продукту – джерела національного багатства і добробуту людей, враховуючи, що економічні результати тісно пов'язані з рівнем інтелекту, способом мислення суб'єктів управління і виробництва.

Ринкова економіка кардинально змінює систему організації виробництва й управління. Головним її суб'єктом стає «продуктивна людина» (яка не завжди є синонімом «людини економічної» А. Сміта), яка володіє капіталом, свободою вибору підприємницької діяльності, здатністю та готовністю до праці. Суб'єкт управління й суб'єкт виробництва співпрацюють з метою створення необхідного національного продукту, який за обсягом і структурою задовольнятиме потреби, сприятиме зростанню добробуту суспільства.

Отже, головним чинником ринкової економіки є економічно, творчо мисляча, економічно і політично вільна продуктивна людина [2, с. 21]. Це особливо актуально для України, оскільки вона успадкувала неадекватний вимогам об'єктивних економічних законів спосіб мислення суб'єктів державного і господарського управління економікою. Реальним підтвердженням є стан економіки і рівень життя людей на межі ХХ-ХХІ ст.

Усе це зумовлює необхідність формувати принципово інший тип мислення, в основі якого мають бути такі засади:

– пріоритет економічної свободи людини, економічної незалежності нації, забезпечених приватною власністю на капітал, національною власністю на природні ресурси і на створений національний продукт;

– усвідомлення значущості державно-політичного суверенітету, який забезпечується створенням і розбудовою національної державності.

До методів вивчення національної економіки відносять загальні методи діалектичної філософії (категорії кількість і якість, одиничне й ціле, сутність і явище, зміст і форма, поєднання матеріальних і нематеріальних чинників), індукцію і дедукцію, синтез і аналіз, економіко-математичне моделювання, статистичні розрахунки, принципи історизму, системності, комплексності, кумулятивний метод нагромадження та застосування надбань різних шкіл та концепцій економічної думки, поєднання формаційного і цивілізаційного підходів.

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – Кіровоград : «Пік», 2009. – 548 с. : іл.
2. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – [2-ге вид., випр.]. – Кіровоград : «КОД», 2010. – 548 с. : іл.
3. Яковенко Р.В. Методологія вивчення і дослідження національної економіки [Електронний ресурс] / Р. В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=5265>. – Назва з титул. екрану.

УДК 37

*Костишина Т.А., д.е.н., проф.,  
Вітюнін В.О.*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»  
м. Полтава*

## ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В економіці України значення вищої освіти як найважливішого чинника формування не тільки конкурентоспроможної економіки, а й нової якості суспільства у цілому постійно зростає. Тому проблема підтримки розвитку освіти і науки є глибоко соціальною і належить до пріоритетних завдань суспільного розвитку, що безпосередньо пов'язано з системою національних інтересів, підвищенням якості життя та національної безпеки. При цьому вища освіта не повинна бути дзеркалом суспільних та економічних негараздів, а швидше інструментом їх усунення, вікном у майбутнє.

Посилення в умовах глобалізації ролі інноваційних складових економічного розвитку країн, нерозривно пов'язаних з розвитком інформаційних технологій, обумовлюють необхідність підготовки висококваліфікованих спеціалістів, робоча сила яких характеризується превалюванням у складі її функцій елементів більш високого, творчого порядку. Передусім, це стосується забезпечення підготовки робочої сили, здатної не тільки адекватно сприймати нагромаджений попередніми поколіннями обсяг емпіричних і теоретичних знань, засвоювати їх,

але й систематично підвищувати рівень конкурентоспроможності, намагаючись застосовувати творчий підхід до використання системи отриманих знань.

Сучасні загальноцивілізаційні тенденції розвитку мають системоутворюючий вплив на реформування освіти в Україні. Першою тенденцією є посилення процесу глобалізації економіки, взаємозв'язку й взаємозалежності держав світу. Глибинні процеси цієї тенденції обумовлені розвитком науки, технології, виробництва, що призводить до формування загального світового економічного простору і планетарного інформаційного поля, інтенсивного обміну результатами матеріального і духовного виробництва. Друга тенденція спричинена формуванням позитивних умов для індивідуального розвитку людини, її самореалізації у цьому світі. Саме ці тенденції значною мірою обумовлюють реформування системи освіти незалежної України.

Водночас забезпечення доступу до світових досягнень освіти та науки, розвитку ринку освітніх послуг посилює конкуренцію між вузами як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, оскільки ті, що не забезпечують достатню якість освіти, не витримають конкуренції. Досвід свідчить, що конкуренція – це дієвий чинник розвитку системи освіти, який обумовлює необхідність реалізації комплексу заходів з метою подолання недоліків та наслідків самоізоляції, піднесення системи освіти на рівень сучасних вимог, здійснення її інформатизації, впровадження інноваційних технологій у практику, розробки нових методів та критеріїв оцінки знань, подолання суперечності між внутрішньодержавним та світовим рівнем освіти, забезпечення входження вітчизняної системи освіти у світовий освітянський простір.

Перехід до постіндустріального суспільства обумовлює необхідність перегляду не тільки технологій освіти, але й безпосередньо її змісту, уточнення оптимальної структури знань для усіх вікових груп населення. Необхідним вважається забезпечення систематичного оновлення знань із прискоренням процесів технологічних змін з метою запобігання швидкому застарінню найменш мобільної частини змісту освіти. Розвинені країни приділяють значну увагу зростанню освітньої складової людського капіталу, оскільки роботодавці зацікавлені у підготовці кваліфікованих та освічених спеціалістів для високотехнологічного виробництва. Саме тому вони допомагають фінансуванню навчальним закладам, виплачують стипендії найбільш талановитим студентам, забезпечують навчання безпосередньо на робочих місцях. Вкладення так званих «інвестицій» в молодих спеціалістів, яке здійснює роботодавець, означає, що він потенційно зацікавлений у закріпленні цього спеціаліста на виробництві.

Інвестиції в освіту за змістовною ознакою розділяють на формальні і неформальні [1, с. 406-410].

Формальні інвестиції – це отримання середньої, спеціальної вищої освіти, а також отримання іншої освіти, професійна підготовка на виробництві, різні курси, навчання в магістратурі, аспірантурі, докторантурі й інші. Неформальні – це самоосвіта індивіда: читання розвиваючої літератури, вдосконалення в різних видах мистецтва, професійне заняття спортом тощо.

На нашу думку, необхідно враховувати домінуючий вплив освітнього чинника на дієвість процесу формування конкурентного середовища на ринку

праці, конкурентоспроможної системи оплати праці та людського розвитку. Саме ступінь адаптованості системи освіти та професійної підготовки до динамічних змін кон'юнктури попиту та пропозиції на ринку праці, забезпечення підготовки робочої сили, професійно-кваліфікаційні параметри якої відповідають потребам соціально-економічного розвитку суспільства, виступають визначальними факторами росту конкурентоспроможності людських ресурсів. Функціональними особливостями освіти в умовах формування інноваційного суспільства виступає не тільки «...здатність надавати тим, хто навчається, нагромаджений в попередні роки обсяг знань та навичок, але й підвищувати здатність до сприйняття та використання на практиці нових наукових ідей, технічних інструментів та методів виробництва, формувати в працівниках новаторські здібності, ініціативу та підприємливість...»

Необхідно зазначити, що на початкових етапах трансформаційних змін пріоритетного значення набувала матеріальна мотивація, при якій робота розглядалася, у першу чергу, як джерело отримання засобів до існування, тобто як об'єктивна економічна необхідність. При цьому соціально-статусна мотивація, згідно з якою робота сприймається випускниками як засіб забезпечення всебічного розвитку особистості та досягнення, в перспективі, пріоритетних позицій у соціальній структурі суспільства; установка на професійно-особистісну самореалізацію, яка передбачає домінування у структурі мотивації прагнення розвинути власні здібності в аспекті своєї майбутньої діяльності; комунікативна мотивація, при якій пріоритетною виступає можливість активно спілкуватися з іншими членами трудового колективу, заслуговуючи їх повагу, поступово відступали на другий план. Разом з тим, в останній час відбувається поступова трансформація мотиваційних чинників у напрямку підвищення ролі соціально-статусної та професійно-особистісної мотивації, поряд з матеріальною.

### Список використаних джерел

1. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навч. посібн. під ред. д.ф.н., проф. В.Г. Воронкової. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 576 с.
2. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ. – 2014. – 479 с.
3. Семикіна М.В. Мотивація праці: нова парадигма в умовах конкурентного середовища / М.В. Семикіна // Чернігівський науковий часопис. Серія 1, Економіка і управління. 2011. – № 2 (2). – С.118-126. <http://www.chasopis.geci.cn.ua/nomer/2011/2/economics/11smvuks.pdf>
4. Семикіна М.В. Оцінка пріоритетів у мотивації професійного розвитку робітників / М.В. Семикіна, А.А. Орлова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 1. – С. 85-92.
5. Костишина Т.А. Стратегічні пріоритети регулювання оплати праці / Т.А. Костишина, С.М. Лебедева, Л.В. Міснікова // Управління персоналом: теоретичні аспекти та стратегії розвитку: монографія / Т.А. Костишина, В.П. Писаренко, О.О. Нестуля / За ред. Т.А. Костишиної. – Полтава: ПУЕТ, 2014. – С. 203 – 256.

## ВИКЛАДАННЯ ДИСЦИПЛІН МЕНЕДЖЕРСЬКОГО КОЛА У VUCA-СВІТІ

В останнє десятиліття людям як на Заході, так і в Україні стає все більш очевидним, що сучасний світ в цілому і кожна людина зокрема при існуючому технологічному прогресі стає більш і більш уразливим. Складні інтелектуальні комунікаційні та інформаційні системи роблять образ життя мільйонів, особливо тих, що живуть у великих містах, дуже комфортним, вимагаючи усе менше чисто фізичних навантажень. Для позначення динамічних процесів, що відбуваються зараз у світі, в кінці ХХ століття американські військові ввели в ужиток аббревіатуру VUCA, де кожна з букв охоплює цілий спектр явищ:

- *Volatility* – мінливість, нестійкість;
- *Uncertainty* – невизначеність;
- *Complexity* – складність;
- *Ambiguity* – неясність, двозначність.

Якщо подивитися на різноманітні показники, що відображають рівень турбулентності (нестійкості) в різних сферах бізнесу з 1980 по 2019 рік, то чітко зрозуміле, що складність процесів в економіці зростає з кожним днем. А, наприклад, потужний вплив епідемії коронавірусу на світові ринки, яскраво свідчить про те, що й у майбутньому цілком вірогідні обставини, результат дії яких наш попередній досвід, на жаль, безсилий передбачити.

Природно, виникає питання: що можна зробити аби врахувати такі явища під час навчання дисциплін менеджерського кола у ЗВО? На що треба орієнтувати майбутніх фахівців, лідерів, керівників, якщо традиційні підходи до менеджменту та управління вже не спроможні забезпечувати прийняття ефективних та навіть адекватних рішень?

В сучасному практичному менеджменті більшу популярність набуває т. зв. *agile*-підхід, який виникнув у ІТ-індустрії та підкорює найрізноманітніші сфери бізнесу. Прихильники цього підходу вважають, що порядком бізнесу у VUCA-світі може стати т. зв. «розподілене лідерство», котре має проявлятися на всіх рівнях управлінських структур. Але чи будуть готові випускники ЗВО до того, щоб проявляти ініціативу і брати на себе додаткову відповідальність, яка незмінно супроводжує роль лідера на будь-якому рівні менеджменту? Або, може, варто поставити питання інакше: за яких передумов люди на різних рівнях організаційної структури були готові ставати лідерами? Й чи можемо ми у вищій школі надати їм необхідних знань, навичок та здібностей?

На наш погляд можна виділили кілька ключових компонентів підготовки, які допоможуть майбутнім менеджерам пристосовуватися до змін та набути здібностей, що необхідні проактивним лідерам, котрі здатні діяти на випередження, передбачаючи необхідні зміни.



Ось на що необхідно звертати увагу:

Values – цінності.

Сучасні керівники масово опиняються в ситуації, що вимагають від них швидких й ефективних рішень в умовах обмеженості даних. Як наслідок, ці рішення зазвичай змінюють звичний порядок дій, що, у власну чергу призводить до опору змінам. На жаль, керівники, як правило, не враховують, що вносячи пропозиції щодо змін без залучення виконавців, вони найчастіше вторгаються на територію життєвих і професійних переконань, за якими стоять певні, не завжди висловлені, але завжди гостро відчуються людьми цінності.

Ці цінності й пов'язані з ними переконання є культурою, яка слугує клеєм, що скріплює колектив організацій. Для того, щоб справлятися з наростаючою складністю і неоднозначністю, необхідно враховувати різні ракурси і точки зору. Й відповідне, під час викладання курсу корпоративної культури у ЗВО потрібно, щоб майбутні менеджери й лідери мали можливість усвідомити, наскільки корисно бути в діалозі з тими, хто думає інакше. По-перше, вони повинні, отримати досвід такого спілкування, по-друге, розвинути в собі здатність розпізнавати ціннісні орієнтири людей в спілкуванні. Коли лідери організації звертають увагу на те, що значимо для них самих і співробітників, крім зарплати, коли вони готові слухати і чути голос людей всіх рівнів, у них з'являється можливість узгодити ці цінності з цінностями компанії і створити міцний фундамент для прояву розподіленого лідерства.

Модель SCARF та управління стресом.

У період турбулентності особливо важливо, щоб менеджери розбиралися в фізіологічній основі мотивації й враховували особливості поведінки людей в ситуаціях великих навантажень. Сучасні дослідження в області психології дають пояснювальні моделі, що дозволяють впливати на цю ситуацію. До них відноситься модель Девіда Рока SCARF. Ця модель описує п'ять основних соціальних мотиваторів/демотиваторів:

- *Status* – статус – відносна важливість для інших;
- *Certainty* – визначеність – впевненість у своєму майбутньому;
- *Autonomy* – автономія – почуття контролю над подіями, можливість вибору;
- *Relatedness* – зв'язаність – відчуття безпеки в світі, дружні, а не ворожі відносини;
- *Fairness* – справедливість – сприйняття рівнозначності обміну між людьми.

Розуміння важелів, що люди ідентифікують як небезпеку, дозволяє вибудувати відносини, котрі мінімізують загрози, а знання про важелі, які можуть активувати винагороду, дає можливість ефективно мотивувати, звертаючись до внутрішніх нагород. Володіння моделлю SCARF дозволяє керівникам управляти прихованими від свідомості процесами й допомагає створювати таке середовище, в якій співробітники можуть легше проявити свої здібності та якості. Модель SCARF можна включити до курсу «Управління персоналом».

Confidence & Coaching – впевненість і коучінг.

Люди, які вміють регулювати власний рівень стресу, тверезо оцінювати рівень й причини напруги у себе та інших людей, виважено розставляють

пріоритети, як правило, виглядають значно впевненіше своїх колег. Поруч з ними колеги відчують себе спокійніше й починають орієнтуватися на таких співробітників як на лідерів. Джерелами такої впевненості є професійна компетентність та специфічні навички самоменеджменту, в тому числі управління емоціями. За умов постійних змін надактуальними є навички протистояння стресу, які потрібно прищеплювати також у рамках курсу самоменеджменту.

На нашу думку процес навчання дисциплінам менеджерського кола повинен ґрунтуватися на коучингових технологіях, коли зростає питома вага безпосередніх контактів між студентом та викладачем, причому не тільки у час аудиторних занять. Розміщення навчальних матеріалів на різноманітних платформах керування освітнім контентом, на яке ще кілька років тому робили ставку вітчизняні ЗВО, стало загальним явищем, але слід визнати його досить низьку ефективність з погляду формування практичних навичок у майбутніх фахівців. Й навпаки, за думкою фахівців, коучингові технології демонструють значно більшу ефективність у цьому аспекті.

*Agility* – жвавість і гнучкість за рахунок ефективного зворотного зв'язку.

Як вже вказувалося, *agile*-методи, що походять зі сфери ІТ, спираються на безпосереднє спілкування віч-на-віч, а постановка задач, пошук рішень та оцінка результатів замикається в невеликих групах, що виконують міні-проекти. *Agile*-підхід повертає цінність людського й професійного спілкування, дає відчуття того, що людина впливає на те, що відбувається з ним і навколо нього, підвищує відчуття визначеності і послідовності відбувається і допомагає підтримувати баланс у взаємодії людей і організацій.

Але все настільки захоплююче тільки у теорії на практиці, щоб забезпечити якісний зворотний зв'язок всередині організацій треба приділяти підвищену увагу комунікаційним мережам, які зовсім не співпадають з організаційною структурою. Ці питання потрібно ставити та вирішувати у рамках таких дисциплін, як «Бізнес-комунікації» або «Менеджмент комунікацій». Треба бачити очі майбутніх менеджерів, які розібралися в технології командної комунікації та освоїли прийоми конструктивного зворотного зв'язку під час захоплюючої ролевої гри у «командний рисувальник».

Таким чином, підводячи підсумки короткому аналізу особливостей викладання дисциплін менеджерського кола у VUCA-світі, можна констатувати, що у викладачів сучасних українських ЗВО є інструментарій для розвитку у майбутніх менеджерів здібностей та навичок, потрібних за нових умов діяльності. Але для цього викладачі мають побачити ситуацію в іншому світлі, бути вмотивовані на пошук несподіваних рішень й бути готові до важкої праці.

## ОЦІНКА ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Розвиток інноваційного підприємництва, нарощування креативного людського потенціалу за рахунок залучення глобальних інвестиційних ресурсів для фінансування дослідницьких та освітніх програм є основою інноваційного розвитку держави. Зважаючи на те що людський потенціал формується на протязі всього життя людини з накопиченням досвіду, трудових навичок, вмінь, а найголовніше – освіти, серед складових людського потенціалу все більшої актуальності набуває знаннева компонента.

Основними учасниками освітнього процесу є учні, студенти та інші особи, які здобувають освіту за різними її рівнями та формою. Аналіз свідчить, що з 2015 року спостерігається стабілізація кількості учнів, незважаючи на загальну негативну демографічну динаміку в Україні (за роки незалежності чисельність дитячого населення зменшилась майже удвічі), (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість осіб, які навчалися у навчальних закладах

(на початок навчального року; тис.)

	1990/91	1995/96	2000/01	2005/06	2010/11	2015/16	2018/19
<b>Всього</b>	<b>9430</b>	<b>9239</b>	<b>9220</b>	<b>8605</b>	<b>7223</b>	<b>5692</b>	<b>5819</b>
У загальноосвітніх навчальних закладах:	7132	7143	6764	5399	4299	3783	4042
денних	6939	7007	6647	5301	4228	3750	4017
вечірніх (змінних), включаючи тих, хто навчався заочно	193	136	117	98	71	33	25
У професійно-технічних навчальних закладах	660	555	525	497	433	304	255
У вищих навчальних закладах:							
I–II рівнів акредитації	757	618	528	505	361	230	200
III–IV рівнів акредитації	881	923	1403	2204	2130	1375	1322
На 10 тис. населення:							
У загальноосвітніх навчальних закладах	1373	1391	1372	1151	939	885	959
У професійно-технічних навчальних закладах	127	108	107	106	94	71	60
У вищих навчальних закладах:							
I–II рівнів акредитації	146	120	107	108	79	54	47
III–IV рівнів акредитації	170	180	285	470	465	321	314

*Примітка.* Складено за матеріалами Державної служби статистики України. URL: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/osv.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/osv.htm).

Так, поступово збільшується кількість дітей у закладах загальної середньої освіти – з 3783 тис. осіб у 2015 р. до 4042 тис. осіб у 2018 р. (зростання на 6,8 %).

Щодо професійно-технічної освіти, то з 1990 р. спостерігається постійне зменшення кількості учнів у закладах професійної (професійно-технічної) освіти (майже в три рази). Така тенденція пов'язана із тим, що в українському суспільстві прослідковується зниження зацікавленості громадян оволодінням робітничими спеціальностями. Тому актуальним завданням усіх суб'єктів освітньої діяльності є забезпечення підвищення престижу в молодого покоління здобуття професійної освіти. Наразі цьому сприятиме серед іншого підвищення попиту на робітничі професії, яке спостерігається в національній економіці України.

Підсумки вступної кампанії 2007 року до вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації вперше продемонстрували зменшення кількості першокурсників у порівнянні з попереднім роком, таке зменшення становило 16,5 тис. осіб. Попереднє щорічне збільшення кількості студентів було обумовлено збільшенням кількості новонароджених в Україні у 80-х роках минулого століття. Суттєве падіння рівня народжуваності в Україні починається на початку 90-х років XX століття. Так, якщо в 1990 році в Україні народилося 657 тис. дітей, то в 1993 році народилося лише 557 тис. дітей. Кожен наступний рік демонстрував падіння рівня народжуваності, в 2001 році він досяг мінімального рівня, а саме в той рік народилося 376 тис. дітей. Разом з тим, кожного року, починаючи з 1993 року, відбувалося як збільшення кількості вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації, так і кількості студентів у них (табл.2). Формувалася проблема на майбутнє. Однак ще десять років тому керівники вищих навчальних закладів не бажали звертати увагу на цю проблему, а відповідно і не бажали готуватися до серйозного зменшення кількості абітурієнтів у майбутньому. Як наслідок, вищі навчальні заклади виявилися неготовими до катастрофічного зменшення кількості абітурієнтів [1].

Один із найбільш показових і широко застосовуваних показників – чисельність учнів / студентів на 10 (або 100) тис. населення. Причому слід зазначити, що важлива не тільки величина цього показника. Дуже показовою є тенденція постійного зростання частки учнів / студентів у складі населення. На жаль, за цим показником ми почали випадати зі світового тренду. В Україні тенденція зростання показника студентів на 10 тис. населення спостерігалася до 2007 р., після чого відбувається різке скорочення [2].

До основних чинників зменшення чисельності учнів і студентів додався ще й військово-політичний (окупація територій, руйнування і захоплення приміщень навчальних закладів). Не менш серйозним чинником виступає міграція. З 2014 р. вплив нашої молоді за кордон на навчання набуває колосальної динаміки. Останнім часом ми спостерігаємо дуже активну, наполегливу рекламу західної освіти.

Таблиця 2

Загальноосвітні та вищі навчальні заклади за 1940–2018 рр.

(на початок навчального року)

	Загальноосвітні навчальні заклади		Вищі навчальні заклади			
			I–II рівнів акредитації		III–IV рівнів акредитації	
	всього	в них учнів, тис.	всього	в них студентів, тис.	всього	в них студентів, тис.
1940/41	32132	6830	693	196	173	197
1950/51	35961	7134	584	228	160	202
1955/56	34216	5882	635	375	134	326
1960/61	37660	6722	595	398	135	418
1965/66	34613	8671	697	646	132	690
1970/71	29791	8414	760	798	138	807
1975/76	25680	8063	730	784	142	831
1980/81	23042	7516	727	803	147	880
1985/86	21927	7249	731	809	146	853
1990/91	21825	7132	742	757	149	881
1995/96	22255	7143	782	618	255	923
2000/01	22210	6764	664	528	315	1403
2005/06	21589	5399	606	505	345	2204
2010/11	20300	4299	505	361	349	2130
2015/16	17300	3783	371	230	288	1375
2018/19	15500	4042	370	200	282	1322

*Примітка.* Складено за матеріалами Державної служби статистики України. URL: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/osv.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/osv.htm).

Останнім часом спостерігається знецінення інвестицій в освіту. Викривлена мотивація отримання вищої освіти, відносна легкість її отримання, зниження якості підготовки у вищих навчальних закладах призводить до того, що в сучасних умовах вища освіта загалом не перешкоджає деформації пропозиції на ринку праці, відбувається подальше знецінення дипломів з вищою освітою. У результаті часто випускники вищих навчальних закладів «відбирають» робочі місця у випускників шкіл та середніх спеціальних навчальних закладів.

Сучасна економічна криза загострила як ніколи питання покращення механізму фінансування системи освіти. Світова практика накопичила значний досвід застосування гнучких механізмів управління закладами, причому не адміністративно-командними, а економічними, стимулюючими методами, у тому числі – різних формул державного фінансування. Безперечно, такі механізми необхідно виробити і для України.

#### Список використаних джерел

1. Федорченко Ю. Про оптимізацію мережі ВНЗ в Україні. URL: <https://osvita.ua/vnz/49702/> (дата звернення: 12.04.2020).

2. Каленюк І., Куклін О., Ямковий В. SOS: освіта в зоні ризику. URL: <https://dt.ua/EDUCATION/sos-osvita-v-zoni-riziku-.html> (дата звернення: 12.04.2020).

## **ПІДГОТОВКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ФАХІВЦІВ ЯК ПРІОРИТЕТ ВИЩОЇ ШКОЛИ**

Український вибір передбачає побудову конкурентоспроможної економіки, рух у напрямі євроінтеграції. Водночас реалізація такого вибору не може не враховувати глобальні інноваційні зміни світу, генератором яких стає передусім вища освіта.

Аналіз світової статистики доводить, що економічного розквіту досягають ті країни, де розвиток вищої школи є випереджальним, і це не випадково, адже вища освіта має формувати еліту суспільства – наукову, бізнесову, управлінську, культурну, яка ініціює нові прогресивні зрушення, інновації у різноманітних сферах життя, створює передумови для зростання конкурентоспроможності продукції, товарів, послуг, підприємств, країни загалом [1-4].

Сучасні дослідження доводять, що прагнення до здобуття та реалізації конкурентних переваг майбутніх фахівців закладається передусім вихованням та освітою, орієнтованою на розвиток креативності, емоційного інтелекту, здатності до опанування нових знань, навичок, прояв мобільності тощо.

В умовах швидкого інноваційного розвитку і загострення конкуренції в світі вища школа має орієнтуватися на формування конкурентоспроможності майбутніх фахівців, здатних знайти роботу на ринку праці, успішно застосувати набуті в процесі навчання компетентності (знання, вміння), виявляти активність, творчі та комунікативні здібності, готовність для безперервного розвитку, комплексного розв'язання завдань. Проте, за даними Федерації роботодавців України, понад  $\frac{3}{4}$  роботодавців сьогодні незадоволені якістю підготовки випускників закладів вищої освіти, які, на думку керівників підприємств, виявляють нестачу затребуваних компетентностей. При цьому роботодавці не розглядають себе в полі колективної соціальної відповідальності.

З нашої точки зору, розуміння пріоритетності завдання підготовки конкурентоспроможності майбутніх фахівців для вищої школи мають поділяти не лише науково-педагогічні працівники, а й усі соціальні партнери, включаючи державу та підприємців (на практиці це частіше декларується). Представникам бізнесу слід пам'ятати, що конкурентні переваги товарів, продукції, послуг створюються завдяки інноваціям, які здатні розробляти добре освічені фахівці, випускники закладів вищої освіти. Держава і підприємці мають разом опікуватися якістю підготовки таких фахівців, постійно інвестуючи у вищу школу, створювати для випускників сучасні робочі місця з гідною оплатою та умовами праці, щоб уникнути масштабної трудової міграції освіченої молоді.

Наші дослідження свідчать, що діяльність вищів в світі і в Україні постійно ускладнюється, оскільки відбувається на тлі нових глобальних змін та викликів, швидкого старіння знань. Спостерігається стійка тенденція – збільшується

частка випускників, які працюють не за фахом у різних сферах і галузях економіки. Вимоги до конкурентоспроможності майбутніх фахівців на ринку праці постійно змінюються, що пояснюється глобальними змінами у структурі зайнятості, розвитком нових технологій, явищами роботизації [4-6].

Хронічне недофінансування вищої освіти в Україні призвело до того, що випускники українських вишів мають суттєве відставання за якістю освітньо-професійної підготовки, не відповідаючи вимогам роботодавців, часто не готові конкурувати, виявляючи необхідні компетенції, тим більше у міжнародному просторі. На нашу думку, витоки проблеми невисокої конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти в Україні пов'язані, передусім, з нестачею колективної соціальної відповідальності за підготовку конкурентоспроможних фахівців вищою школою.

Дотримуємось думки, що настав час розробки з участю соціальних партнерів стратегії підвищення конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти України, орієнтованої на формування у випускників низки важливих для сучасного ринку праці компетентностей, ключових навичок, необхідних для продуктивної роботи в умовах конкурентного середовища. Цільовий орієнтир такої стратегії – забезпечення належного інвестування в людський капітал, розвиток вищої освіти у відповідності з потребами економіки, глобальними викликами сьогодення.

#### Список використаних джерел

1. Larysa Lisogor Transformation of Employment Relations in Ukraine: Problems and Prospects. Information Technologies, Management and Society. The 13th International Scientific Conference «Information Technologies and Management», ISMA University, Riga, Latvia, 2015, April 16 – 17. P. 233-235 (269 p.)
2. Семикіна М.В., Семикіна А.В., Голбанос С.С. Конкурентоспроможність людського капіталу на молодіжному ринку праці. Збірник наукових праць НУК. Миколаїв, 2015. № 3 (459). – С. 110-117.
3. Семикіна М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення // Демографія та соціальна економіка. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. – № 2. – С.94-103.
4. Мартинова Л.Б. Конкурентоспроможність людського потенціалу за умов євроінтеграції: монографія /Л.Б. Мартинова. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – 335 с.
5. Шаульська Л.В. Реалізація потенціалу конкурентоспроможності фахівця в умовах кризового стану ринку праці / Л.В. Шаульська // Вісник ДонНУ. – 2014. – № 2. – С. 97-101.
6. Сало А.В. Конкурентоспроможність випускників закладів вищої освіти на українському ринку праці: проблеми та напрями їх розв'язання. Determinants of Innovation and Investment Development of Multi-Branch Entrepreneurship, Tourism and Hospitality Industry. Collective monograph by V.M. Yatsenko. Nuremberg: Verlag SWG imex GmbH, Germany, 2019. P. 125-134.

*Попова Е.М., студент,  
Муствеца І.В., к.е.н., доц.  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

## **ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

У наш час Інтернет-технологій багато аспектів нашого життя переноситься в мережу, тим самим прискорюючи темпи розвитку інформаційного суспільства. Інформаційні процеси стають однією з найважливіших складових життєдіяльності людини, тому на етапі розвитку освіти та особливо всесвітнього стану пандемії коронавірусу COVID-19 стала актуальною проблема пошуку нових форм організації навчального процесу.

Сучасна система вищої освіти в Україні та всьому світі переживає великі зміни, що приводять до вдосконалення і появи нових освітніх технологій. Достатньо великий час існує заочна форма навчання студентів. Але її можливості дуже обмежені. Інтернет дає змогу розширити їх, зробити заочне навчання справді повноцінним та всеосяжним. В даний час зростає кількість інформації, яка так необхідна для отримання, розуміння і засвоєння рівнів освіти. Це спричинило впровадження інформаційних технологій в освіту і формування окремого виду навчання – дистанційного. Дистанційне навчання – це принципово новий, високотехнологічний підхід до процесу передачі знань.

Дистанційна освіта (ДО) – це спосіб отримання освіти із використанням комп'ютерних та сучасних інформаційних технологій, що надає студентам змогу навчатися на відстані, без відриву від роботи та виїзду за кордон. Серед інших назв дистанційного навчання використовуються і такі, як «відкрита освіта», «електронна освіта», «віртуальне навчання» тощо. Такий спосіб отримання знань передбачає комфортну та зручну для кожного студента обстановку та можливість навчатися без відриву від роботи [4].

Процес інформатизації освіти передбачає створення і підтримку загального освітнього простору, який міг би охопити максимальне коло охочих отримати освіту. Така форма навчання підходить майже всім, тому що дає можливість гармонійно поєднувати навчання та повсякденне життя. Дистанційна освіта може об'єднати не лише студентів та викладачів з різних країн, тим самим стимулюючи науково вигідний процес обміну досвідом, а також сприяв би циркуляції знань. Проте важливий нюанс полягає в тому, що на відміну від зарубіжних країн, де дистанційна освіта стоїть поряд із класичною формою здобуття освіти, в нашій державі вона є не альтернативною, а лише однією з допоміжних форм.

Перспективу і вдосконалення системи дистанційного навчання в Україні складає впровадження в процес комп'ютерної та аудіовізуальної техніки. В даний час проблему дистанційної освіти розробляють практично всі ВНЗ на території України [2].



Характерними позитивними рисами дистанційної освіти, доведений дослідженнями, досить великий. Серед них можна виділити:

1. Зручність, за якої кожен студент має можливість обрати власний ритм та режим отримання знань у комфортній для нього обстановці, що сприятливо вплине на сам процес навчання.

2. Актуальність, що передбачає використання найсучасніших засобів для здобуття інформації, ІКТ та можливостей Інтернету.

3. Порівняно більші обсяги інформації, яку можна отримати в умовах дистанційного навчання у коротші строки.

4. Доступність, що передбачає економію часу та коштів шляхом використання навчальних приміщень та представлення вільного доступу до навчальних матеріалів.

5. Індивідуалізація, що дає змогу кожному студенту узгодити навчання зі своїми потребами.

6. Гнучкість, яка надає можливість викладати матеріал відповідно до рівня підготовки та базових знань студентів, створюючи додаткові сайти з необхідною інформацією та сайти, на яких студенти можуть обмінюватися інформацією, відповідаючи на запитання один одного та навчатися, навчаючи інших [1; 4].

Попри досить об'ємний перелік позитивних якостей дистанційної освіти, в ній можна виділити певні недоліки, які виникають при навчанні за дистанційною формою: подолання психологічної ізоляваності; проблема ефективного керування навчальною діяльністю студентів та ефективного зворотного зв'язку; проблема психологічної невідповідності студентів до самостійної роботи [5].

Також серед важливих недоліків дистанційної форми освіти в Україні варто виділити недостатній безпосередній контакт між викладачем та дистанційним студентом через надзвичайну професійну завантаженість педагогів.

Наскільки ясно і адекватно ми зможемо визначити і реалізувати нову технологію навчання, і його дистанційні форми, що поліпшують якість і збільшують масовість освіти, настільки продуктивно школа освіти виконає це історичне замовлення створення в нашій країні нового громадянського суспільства [3]. Таким чином можна спрогнозувати певні тенденції розвитку дистанційного навчання, такі як збільшення кількості масових відкритих дистанційних курсів, розробка програм дистанційного навчання, інтеграція ІКТ у навчальний процес дистанційної освіти, комбінування переваг дистанційного навчання із класичною формою освіти, моніторинг досягнень вищих навчальних закладів не лише в межах України, а і в усьому світі та подальше використання корисного досвіду.

Отже, дистанційне навчання є досить новим явищем в Україні, та воно швидко розповсюджується серед українських вищих навчальних закладів. Серед великої кількості переваг у нашій країні воно зіткнулося з низкою проблем, адже новітні технології не є досконалыми. Значне розширення інформаційного освітнього середовища, збільшення можливості комунікації студентів і педагогів з колегами інших вищих навчальних закладів, доступ до світових інформаційних ресурсів – усе це сприяє зростанню мотивації студентів до навчання, посилення їх творчої самореалізації, опануванню навичок роботи з телекомунікаціями, як

необхідних умов життя в інформаційному суспільстві. Дистанційна освіта в Україні повинна переймати досвід європейських країн для швидкого його розвитку та реформування.

#### Список використаних джерел

1. Про Національну програму інформатизації : Закон України від 4 лют. 1998 р. № 74/98-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – №27-28. – Ст. 181.
2. Переваги дистанційної освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forest.lviv.ua/statti/distance.html>. – Назва з екрану.
3. Положення про дистанційне навчання (Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України 21.01.2004 № 40) [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13#n18>
4. Що таке дистанційна освіта: як вона працює? [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.vsemisto.info/osvita/2355-sho-take-vysha-osvita-jakvona-prazjuje>.
5. Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні <http://www.osvita.org.ua/distance/pravo/00.html>.

УДК 33:37

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,  
Старкіна О.Д., магістрант  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### **ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ІСНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ В СУЧАСНОМУ ЗВО УКРАЇНИ**

Мезорівень управління вищою освітою на рівні науково–методичних рад та комісій керується виключно матеріальним, хоча й прихованим мотивом. Йдеться про скорочення годин та кредитів на викладання тих предметів, які не входять до «кола зацікавленості» осіб, що впливають на структуру навчальних планів. Найбільше останнім часом було скорочено годин на вивчення економічної теорії. Це свідчить про відсутність стратегії розвитку окремих навчальних спеціальностей і нерозуміння принципів економічної освіти.

Багато хто просто не знає і не розуміє змісту поняття «теоретичне знання», сприймаючи його як набір певних голосливих припущень, що не мають абсолютно ніякого відношення до реального проблемного існування людини [2, с. 262]. Насправді наукова теорія – це систематизація та узагальнення, виведення в систему законів, принципів і тенденцій комплексу багаторічних спостережень реального буття. Ті теоретичні системи, що не знаходять практичного підтвердження – зникають і використовуються лише для порівняння з правдивими теоріями та для вивчення еволюції наукової думки.

Але можливі ситуації, коли деякі застарілі теорії можуть набути нової наукової сили, що відбувається внаслідок застосування останніх досягнень науково-технічного прогресу. Так, зокрема, теорія постіндустріального господарства (деякі елементи якої присутні ще у працях першого президента Української академії наук В.І. Вернадського) сприймалась не як наука, а як

футурологія, тобто погляд у майбутнє, який не обов'язково зможе знайти своє реальне втілення.

Викладання економічної теорії у вищих навчальних закладах України набуває дедалі обмеженіших форм та обсягів на фоні збільшення обсягів викладання так званих фахових економічних дисциплін. При цьому викладання останніх здійснюється на максимально поверхневому рівні, з використанням примітивного індукційно-дедуктивного інструментарію. Вивчення прикладних спеціалізованих аспектів функціонування економічної системи спрямовується на отримання прибутку, доволі часто з ігноруванням норм моралі та закону, при цьому визначальні, фундаментальні питання щодо функціонування людини і економіки залишаються без відповіді. Так, проблема пізнання законів господарського життя підміняється короткостроковим, інколи одноразовим актом прибуткової угоди [3, с. 22].

Саме економічна теорія, максимально інституціалізована, тобто збагачена впливом іншим суспільних наук, у сучасних умовах дає відповідь на питання про місце і роль людини в системі не лише економічних, а й усіх суспільних відносин. В той час, як прикладні економічні напрями спрямовуються лише на отримання прибутку в короткостроковій перспективі. Варто зазначити, що всі ці науки використовують економічну теорію в якості методологічного фундаменту, свідомо це відбувається чи несвідомо. Відтак нерозуміння та незнання теорії позбавляє прикладні наукові знання можливості їх обґрунтування, поглибленого вивчення та розвитку.

Економічна теорія визначає всезагальні та всеохоплюючі принципи господарювання людини, які ґрунтуються на принципах організації суспільних відносин, загальнолюдських цінностях та моральних устоях. Її завданням не є навчання щодо отримання прибутку, глобальна мета вивчення економічної теорії уходить в обрії пізнання, вона визначає яким чином суспільство свідомих людей має відчувати себе комфортно у наявних умовах.

Прикладні економічні напрями формуються не на підставі загальних буттєвих положень, а регламентуються законами, постановами, іншими юридичними документами, які носять тимчасовий характер і мають властивість до змін у короткостроковому періоді [1]. Причому дослідження виключно економічних аспектів діяльності людини, позбавлених людських, моральних, психологічних якостей («людини економічної» за А. Смітом) спрямовано на отримання прибутку чи інших способів поліпшення власного стану всупереч існуючим моральним нормам.

Враховуючи те, що правильність, обґрунтованість економічної поведінки може відбуватись не лише через емпірею, а через знання теорії, то позбавлення майбутніх поколінь системного теоретико-економічного знання призведе до деградації державного управління (макроекономічна політика) та індивідуальної економічної поведінки окремих громадян та підприємств (мікроекономічна політика). Відтак незнання/невивчення економічної теорії призводить до неможливості раціональної економічної поведінки, тобто відсутності передумов формування повноцінної «людини економічної», не говорячи вже про перехід до «людини творчої».

#### **Список використаних джерел**

1. Яковенко Р. Управління вищою освітою в Україні : ігнорування сучасних концепцій?! [Електронний ресурс] / Р. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2017/08/29/upravlinnja-vischoju-osvitoju-v-ukraini-ignoruvannja-suchasnih-kontseptsii>. – Назва з титул. екрану.

2. Яковенко Р.В. Використання сучасних економічних концепцій у процесі управління вищою освітою в Україні / Роман Яковенко // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. – К. : Український державний університет фінансів та зовнішньої торгівлі. – 2014. – № 1 (72). – С. 260-269.

3. Яковенко Р.В. Дія економічних законів в теорії людського потенціалу / Роман Яковенко // Розвиток економічної думки : зб. наук. праць. – Кіровоград : «Поліграф-сервіс». – 2010. – Вип. 3. – С. 22-31.

УДК 35

*Ярина Л. А., магістрант. гр. ФС-18М(1.9)  
(науковий керівник – Іщенко Н.А., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ**

Впровадження Україною реформ з трансформації місцевого самоврядування та адміністративно-територіального устрою зумовило необхідність реформування галузі освіти в напрямі децентралізації управління, що, в свою чергу, вимагає проведення змін у системі фінансування середньої та дошкільної освіти, підзвітності та підпорядкованості освітніх установ на регіональному та місцевому рівнях, які б забезпечили скорочення необґрунтованих видатків, розвиток конкуренції при наданні послуг між різними адміністративно-територіальними одиницями, розширення контролю з боку громадськості та їх безпосереднього впливу на реалізацію своїх інтересів [1].

Проблемам фінансування освіти присвячено праці таких вчених, як: Г. Александрова, Л. Бенюк, Т. Бойко, О. Василюк, В. Геєць, П. Саблук та ін.

Метою дослідження є висвітлення шляхів удосконалення фінансування освіти на місцевому рівні.

Реформування системи освіти є одним із пріоритетних напрямів сучасної внутрішньої політики України. Відповідно до бюджетного кодексу України та Державного бюджету органи місцевого самоврядування здійснюють на місцевому рівні фінансування дошкільної та середньої освіти.

Для удосконалення бюджетного фінансування закладів дошкільної освіти необхідно [2]:

1. Поширення функціонування приватних дошкільних закладів:

- надання можливості приватним дошкільним закладам права претендувати на одержання бюджетних асигнувань у формі дотацій та субсидій;
- застосування податкових пільг суб'єктам господарської діяльності, що надають послуги дошкільної освіти;
- надання статусу неприбуткових організацій суб'єктам господарської діяльності, що надають послуги дошкільної освіти;
- запровадження державно-приватного партнерства у сфері будівництва та експлуатації дошкільних навчальних закладів.

2. Реформування державних дошкільних закладів:

– спрямування фінансових ресурсів у створення навчально-виховних комплексів та вивільнення приміщень дошкільних навчальних закладів, зокрема від початкових шкіл;

– фінансування дошкільної освіти у формі універсальних і спеціальних трансфертів;

– програмне фінансування дошкільної освіти з бюджетів територіальних громад в рамках децентралізації.

В рамках реформування системи загальної середньої освіти Постановою КМУ від 20 січня 2016 р. затверджені зміни у порядку створення освітніх округів і визначення умов функціонування закладів освіти у рамках децентралізації [3]. Затверджені зміни сприяють розширенню повноважень органів місцевого самоврядування щодо питань структури мережі закладів освіти.

Відповідно до Положення про освітній округ і опорний заклад освіти [4]: освітній округ – сукупність (мережа) закладів освіти та їх філій, у тому числі закладів позашкільної освіти, закладів культури, фізичної культури і спорту (суб'єкти округу), що забезпечують доступність освіти для осіб які проживають на відповідній території. Засновниками освітнього округу можуть бути представницькі органи місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад, районні ради. Опорний заклад освіти є юридичною особою, має рахунки в органах Казначейства, самостійний баланс, штамп, печатку. Кількість здобувачів освіти опорного закладу освіти (без урахування їх кількості у філіях) повинно становити не менш як 200 осіб.

Таким чином, реформування системи обов'язкової середньої освіти передбачає створення опорних закладів освіти в умовах децентралізації влади, що призведе до таких переваг [2]:

– ефективне використання наявних ресурсів, їхнє спрямування на задоволення освітніх потреб здобувачів освіти, створення єдиної системи виховної роботи;

– план розвитку навчального закладу на наступні три роки з оцінкою можливих ризиків;

– чіткий опис інвестиційних потреб опорного закладу освіти;

– оснащення закладів освіти сучасною матеріально-технічною базою, навчальними комп'ютерними комплексами, мультимедійним обладнанням.

### Список використаних джерел

1. Беновська Л.Я. Проблеми бюджетного забезпечення освіти в контексті децентралізації управління. Регіональна економіка. 2016. № 1. С. 121-129. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek\\_2016\\_1\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2016_1_15).

2. Бойко Т.Ю. Фінансування закладів освіти на міському рівні в умовах децентралізації влади в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 27(2). С. 147-151. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2017\\_27\(2\)\\_37\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_27(2)_37_)

3. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова КМУ від 20 січня 2016 р. № 79. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-2016-п>

4. Про затвердження Положення про освітній округ і опорний заклад освіти: Постанова КМУ від 19 червня 2019 р. № 532. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/532-2019-п79>

*Алексєєнко Т.О., студент, гр. ЕП-16  
(науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ЗНАЧЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ КОМЕРЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ**

Стратегія формування асортименту товарів різними торговельними системами має свої особливості. Комерційні структури та приватні підприємці за основу своєї асортиментної політики мають отримання максимального прибутку та посилення своїх позицій в конкурентній боротьбі.

Забезпечення умов для досягнення запланованого обсягу товарообороту значною мірою залежить від ефективності асортиментної політики торгового підприємства з підбору для реалізації окремих видів та різновидів товарів, планування та регулювання асортиментної структури товарообороту. Поняття «асортимент» характеризує склад товарної маси, що реалізується торговим підприємством та являє собою повний перелік товарів у розрізі груп, видів, різновидів, артикулів та інших якісних відмінних ознак [1].

Асортиментна політика підприємства – система заходів стратегічного характеру, спрямована на формування конкурентоспроможної моделі, що забезпечує стійкі позиції підприємства на ринку і отримання необхідного прибутку [4].

Основними завданнями асортиментної політики є:

- 1) задоволення запитів споживачів,
- 2) завоювання нових покупців,
- 3) оптимізація фінансових результатів підприємства.

Асортиментна політика будь-якого виду спрямована, перш за все, на формування конкурентоспроможного асортименту.

Формування асортименту торговельних підприємств роздрібної торгівлі вимагає спеціальних знань в області комерції, економіки, маркетингу.

Ця політика є центральним елементом комерційної стратегії підприємства на ринку. Головною її метою в сучасних умовах господарювання є визначення набору товарів, найкращих для обслуговується сегмента ринку.

Сучасна асортиментна політика підприємств вимагає включення в асортиментну модель товарів, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу в певному співвідношенні. Такий підхід дозволяє знизити комерційний ризик, пов'язаний з неотриманням або недоотриманням прибутку від реалізації товарів, що знаходяться на початкових стадіях життєвого циклу, а також наявністю в асортименті зрілих і старіючих товарів в довгостроковому періоді часу і таким чином гарантувати підприємству відносно стійкі обсяги продажів і стабільне положення на ринку.

У масштабах країни стратегія асортиментної політики передбачає розширення асортименту товарів вітчизняного виробництва, орієнтацію на власні можливості товаровиробників, оптимізацію асортименту з кожної товарної групи і підгрупи за рахунок зняття з виробництва застарілих моделей і фасонів, оновлення асортименту на якісно новій основі.

Удосконалення організації торговельного обслуговування населення і підвищення економічної ефективності підприємств багато в чому залежать від правильного формування асортименту товарів.

Формування асортиментної політики підприємства спрямоване на найбільш повне задоволення попиту споживачів та забезпечення умов для прибуткової діяльності підприємства.

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на таких принципах:

1. Відповідності структури попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегмента споживчого ринку.
3. Забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту.
4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

Урахування першого принципу передбачає, що розробка асортиментної політики підприємства повинна базуватися на матеріалах вивчення попиту, як задоволеного, так і незадоволеного, та того, що формується.

Тільки відповідність між структурою товарообороту та структурою попиту забезпечує успішну реалізацію товарів.

Необхідність комплексного задоволення попиту споживачів обумовлюється потребою забезпечення високої якості торговельного обслуговування, створення умов для скорочення часу покупців на пошук товарів та здійснення покупки.

Забезпечення відповідної широти, глибини та сталості асортименту товарів є обов'язковою умовою підтримки конкурентоздатності підприємства у певному сегменті споживчого ринку. Широта асортименту характеризує кількість товарних груп та підгруп, які реалізує підприємство, глибина – кількість різновидів товарів за окремими споживчими або якісними ознаками (фасонами, моделями, розмірами, сортами та іншими показниками). Стійкість асортименту визначається співвідношенням кількості різновидів товару, який постійно перебуває в реалізації, з кількістю різновидів, передбачених асортиментним переліком. Забезпечення стійкості асортименту створює передумови для закріплення покупців, скорочення їх часу на пошук потрібного товару.

Взаємозв'язок асортиментної політики з іншими політиками вимагає конкретних дій з процесом формування товарного забезпечення.

Формування асортименту товарів, що реалізуються торговим підприємством передбачає проведення таких етапів роботи:

1. Визначення переліку основних груп та підгруп товарів, що реалізуються, виходячи з обраної товарної спеціалізації підприємства та потреб його потенційних споживачів.
2. Розподілу окремих груп та підгруп товарів між споживчими комплексами постійного та сезонного характеру. При проведенні цієї роботи слід врахувати

розмір торгової площі підприємств, а також спеціалізацію підприємств-конкурентів, розташованих у районі діяльності цього підприємства, особливо вузькоспеціалізованого.

3. Визначення кількості видів та різновидів товарів у межах окремих споживчих комплексів, тобто глибини товарного асортименту. Основою для проведення цієї роботи є розмір торгової площі та стан пропозиції товарів на регіональному споживчому ринку.

4. Розробка конкретного асортиментного переліку товарів, що пропонуються до реалізації контингенту покупців, який обслуговує підприємство.

Тому, формування асортименту покликане створити умови для отримання підприємством необхідного прибутку. Це обумовлено тим, що рішення стосовно підбору асортименту визначають обсяг доходів підприємства від торгової діяльності, величину витрат обігу (в зв'язку з різною товарною витратоємністю), потребу в обіговому капіталі (у зв'язку з різною оборотністю запасів окремих товарів) та інших найважливіших господарсько-фінансових показників підприємства.

Розроблений асортиментний перелік є стандартом ширини та глибини асортименту товарів та використовується в якості нормативного документа при проведенні комерційної діяльності з закупівлі товарів та планування структури товарообороту підприємства.

Отже, формування асортименту є складним і безперервним процесом. Оптимальний асортимент є індивідуальним для кожного підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, фінансових та інших ресурсів. На формування асортименту впливають безліч факторів як загальних, так і специфічних для кожного підприємства. Не врахувавши ці фактори, підприємству не вдасться сформувати ефективний асортимент. Одним із найголовніших факторів формування асортименту є позиціонування товару. За допомогою правильного позиціонування підприємство виділяє свій товар із кола аналогічних на ринку, що допомагає споживачеві віддати перевагу саме йому.

#### Список використаних джерел

1. Виноградова, С.Н. Комерційна діяльність / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Мн.: Вища школа, 2005. – 352 с.
2. Гаджинский, А.М. Логістика / А.М. Гаджинский. – М.: ІТК «Дашков і К», 2006. – 483с.
3. Ніколаєва, Т.І. Системна оцінка ефективності комерційної діяльності торгових організацій // Маркетинг в Україні та закордоном. – 2000. – № 4.
4. Савицька, Г.В. Економічний аналіз / Г.В. Савицька. 12 вид. вип. і доп. – М.: ООО Нові знання, 2006. – 678 с.
5. Синяєва В.М. Комерційна діяльність. Режим доступу: [[https://stud.com.ua/73442/marketing/asortimentnu\\_politiku](https://stud.com.ua/73442/marketing/asortimentnu_politiku)]



*Вакуленко Д.О., студент гр. АГ-16-1  
(науковий керівник – Доренська А.О., асистент)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **АГРАРНІ РОЗПИСКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АГРОПІДПРИЄМСТВА**

Наразі проблема фінансової безпеки підприємств, агрофірм, фермерських господарств є як ніколи актуальною та потребує механізмів для її врегулювання. Розвиток ринкових відносин потребує невідкладного вирішення проблем в галузі сільського господарства з питань підвищення ефективності виробництва та конкурентоздатності продукції вітчизняних товаровиробників. Хоча держава виділяє кошти на розвиток АПК України, але вони в основному спрямовані не на якість показників та модернізацію виробництва, а на кількісне збільшення продукції.

Існує декілька причин порушення фінансової безпеки галузі сільського господарства: висока собівартість виробництва та при цьому низька якість продукції знижують прибутки господарств та аграрних підприємств; господарюючі суб'єкти не в змозі за низьких прибутків збільшити обсяг фінансових ресурсів; відсутність фінансових ресурсів не дає змоги поліпшити якість продукції та знизити її собівартість і, як наслідок, виробники не можуть бути конкурентоспроможними на ринку та отримувати прибутки.

Альтернативним інструментом залучення кредитних фінансових ресурсів для підтримання фінансової безпеки розвитку сільського господарства нині є аграрні розписки. Визначення цього терміну міститься в Законі України «Про аграрні розписки» від 6 листопада 2012 року (далі – Закон). Стаття 1 цього Закону визначає аграрну розписку, як товаророзпорядчий документ, що фіксує безумовне зобов'язання боржника, яке забезпечується заставою, здійснити поставку сільськогосподарської продукції або сплатити грошові кошти на визначених у ньому умовах. Закон виділяє два види аграрних розписок:

1. Товарні аграрні розписки – коли боржник зобов'язується повернути отримані кошти шляхом здійснення поставки вирощеної сільськогосподарської продукції, визначеної кількості та якості.

2. Фінансові аграрні розписки – боржник має повернути грошові кошти, які він самостійно отримує від продажу вирощеної сільськогосподарської продукції.

Відповідно до статті 7 Закону заставою для отримання грошових коштів виступає виключно майбутній врожай сільськогосподарської продукції. Розмір застави повинен бути не меншим за розміром зобов'язання за аграрною розпискою.

У момент збору врожаю або отримання продукції тваринного походження предметом застави стає відповідна кількість зібраної сільськогосподарської продукції. Якщо боржник не виконує зобов'язання за аграрною розпискою, то у такому випадку кредитор має право задовольнити свої вимоги за рахунок

заставленого майбутнього врожаю сільськогосподарської продукції переважно перед іншими кредиторами цього боржника в будь-який спосіб, не заборонений законом.

У випадку, коли врожай не вродив або посіви загинули, Закон зобов'язує боржника за погодженням із кредитором за аграрною розпискою замінити предмет застави іншими аналогічним або рівноцінним майном. Якщо боржник за аграрною розпискою не досягне згоди з кредитором про інший предмет застави у разі загибелі посівів, майбутній врожай з яких є предметом застави за аграрною розпискою, предметом застави за аграрною розпискою стає майбутній врожай сільськогосподарської продукції, що вирощується на земельній ділянці, на якій розміщувалися загиблі посіви.

Переваги аграрних розписок для агровиробників є:

- можливість залучати фінансування потреб господарства під заставу майбутнього врожаю (не земельна ділянка);

- цінними ризиками завдяки заздалегідь узгодженим формулам розрахунку;

- можливість попереднього продажу своєї аграрної продукції;

- підвищення прозорості відносин між постачальниками, банками та агровиробниками;

- чітке визначення місця, термінів та умов постачання врожаю для розрахунку по аграрній розписці;

- можливість виконання зобов'язань частинами.

Отже, аграрні розписки можуть стати для українського агробізнесу саме тим інструментом, який сприятиме розвитку виробництва та збуту сільськогосподарської продукції, відкриє нові можливості для швидкого та ефективного залучення коштів у агросектор.

### Список використаних джерел

1. Аграрні розписки як спосіб кредитування сільгоспвиробників [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/agrarni-rozpysky-yak-sposib-kredytuvannya-silgospvugobnyukiv/>

2. Аграрна розписка як альтернативний варіант фінансового забезпечення аграрного виробництва / Г.М. Калетнік, Г.О. Пчелянська, С.М. Терещук // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4(70). – Т. 2. – С. 74-79.

3. Кириченко О.А. Управління фінансово-економічною безпекою: навч. посіб. – К.: Дорадо-Друк, 2010. – 480 с.

*Гонець В.В., магістрант гр.ЕОБ-18М-1.9  
(науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

За умов поглиблення євроінтеграційних процесів у поєднанні з відкритим характером економіки та значною експортоорієнтованістю й імпортозалежністю економіки України виникають принципово нові проблеми у зовнішньоекономічній діяльності на рівні регіону та окремих вітчизняних підприємств, що пов'язані із забезпеченням економічної безпеки на всіх рівнях господарювання. Високий рівень відкритості й інтегрованості економіки України у світове господарство, а саме процес інтеграції до європейської спільноти, створює додаткові загрози для ефективного розвитку підприємницької діяльності, що визначають економічний базис окремих регіонів та галузей. Відтак формування й забезпечення ефективної роботи системи економічної безпеки господарської діяльності на всіх рівнях господарювання є невід'ємною умовою успішного розвитку економіки України.

Починаючи розглядати понятійно-категоріальний апарат, структуру та зміст наукової категорії «економічна безпека», слід звернутися до змісту основного термінологічного апарату, який є фундаментальним в рамках будь-якого дослідження безпекознавства. У науковій літературі пропонується використовувати такі назви, які відповідають потребам часу й відображають специфіку економічної безпеки на кожному рівні. Зокрема, С.В. Кавун наводить такі поняття й терміни у сфері економічної безпеки (табл.1).

Для того, щоб розкрити сутність та дати характеристику економічної безпеки підприємницької в умовах євроінтеграційних процесів необхідно послідовно розглянути сутність понять «безпека», «економічна безпека підприємницької діяльності». Перші згадки щодо трактування безпеки зустрічаються ще у працях давньогрецьких філософів Платона, Аристотеля та Епікура.

Так, Платон вказує на необхідність забезпечення економічної безпеки, через створення соціальних умов, де панує достаток, необхідний для життєдіяльності громадян, а не надлишок [6, с. 372]. Першим філософом Нового часу, що торкнувся питання безпеки, був Френсіс Бекон. Він вперше зробив спробу поєднати безпеку індивіда й суспільного цілого [1, с. 61]. Представники класичної політичної А. Сміт та Д. Рікардо тлумачать безпеку як головну мету держави, шлях до процвітання, досягнення добробуту для кожного громадянина.

## Термінологічний апарат у сфері економічної безпеки [2]

Поняття	Визначення
Безпека	Безпека – це стан захищеності життєвоважливих інтересів особистості, її прав і свобод, суспільства – його матеріальних і духовних цінностей і держави – її конституційного ладу, суверенітету і територіальної цілісності
Безпекологія	Наука про безпеку
Economic security of enterprise activity	Наука про економічну безпеку підприємницької діяльності
Economic security of enterprise (Economic security of enterprise)	Наука про економічну безпеку підприємства
Economic security of region	Наука про економічну безпеку регіону
Economic security of state	Наука про економічну безпеку держави
Сек'юритологія	Наука про безпеку життєдіяльності людства і людини
Ризик-менеджмент	Процес прийняття й виконання управлінських рішень, спрямованих на зниження ймовірності виникнення несприятливого результату і мінімізацію можливих втрат проекту, викликаних його реалізацією

Розглядаючи питання безпеки, не можна не згадати теорію ієрархії потреб А. Маслоу, який визначав фундаментальну потребу людини в необхідності захисту, стабільності та безпеки. Отже, поняття «безпека» широко розглядали ще тисячі років тому в різні часи та епохи. У сучасній науковій літературі існує велика кількість підходів до визначення сутності економічної безпеки.

Аналіз літературних джерел дає можливість визначити сутність поняття «економічна безпека підприємницької діяльності» як економічної категорії. Ряд авторів виходять з підходу, що «базується на захищеності від ризиків, ефективності функціонування, здатності до розвитку й взаємозв'язках безпеки, життєвого циклу функціонування підприємства» [3, с. 25]. У більш широкому трактуванні під економічною безпекою підприємницької діяльності слід розуміти такий стан, при якому забезпечується найбільш ефективно використання всіх видів ресурсів (матеріально-технічних, фінансових, людських, інформаційних тощо) суб'єкта господарювання, який знаходиться у стані перманентного розвитку, для уникнення, послаблення чи локалізації загроз і створення умов для стійкого й стабільного функціонування підприємства, його високої конкурентоспроможності, незалежності й автономії в поточному й майбутньому періодах, що є результатом цілеспрямованого комплексу заходів, зокрема забезпечення оптимальності й ефективності організаційної структури, правового захисту діяльності, захисту інформаційного середовища, комерційної таємниці, безпеки персоналу, капіталу, майна і комерційних інтересів [5].

У кожному сучасному визначенні увага приділяється трьом визнаним складовим економічної безпеки: захист, розвиток, попередження. Крім того, можна простежити акцент на необхідності протидії зовнішнім і внутрішнім факторам. Економічна безпека є фундаментальним поняттям нової галузі економічної науки – економічної безпекології.

Узагальнення теоретичних характеристик щодо сутності економічної безпеки дає можливість здійснити систематизацію існуючих підходів та виокремити їх ключові характерні риси (табл. 2).

Характеристика теоретичних підходів до трактування терміну  
«економічна безпека підприємницької діяльності»

Автор	Наукове трактування
Тамбовцев В.Л.	Під економічною безпекою тієї чи іншої системи потрібно розуміти сукупність властивостей стану її виробничої підсистеми, що забезпечує можливість досягнення цілей всієї системи
Дубецька С.О.	Стан об'єкта в системі його зв'язків з точки зору стійкості (виживання) і розвитку в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, непередбачених дій і важко прогнозованих факторів
Пономаренко А.І.	Сукупність об'єктів, засобів захисту, нормативної бази та організаційних структур здійснення економічної безпеки фірми
Ярочкін В.І.	Сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів, заходів, що забезпечують захист життєвоважливих інтересів особистості, підприємства, держави від внутрішніх і зовнішніх загроз
Кім Ю.Г.	Комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних, профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну і якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз
Франчук В.І.	Сукупність необхідних взаємопов'язаних елементів, діяльність яких спрямована на протидію внутрішнім і зовнішнім загрозам з метою захисту корпоративних економічних інтересів і створення безпечних умов для розвитку
Мішин О.Ю., Мішина С.В.	Стан захищеності бізнес-процесів та їх ресурсного забезпечення, що сприяє уникненню або попередженню внутрішніх і зовнішніх загроз і дає можливість забезпечити стабільне функціонування та розширене відтворення з мінімальними втратами для підприємства
Пухальська Г. В., Христич Г. О.	Комплексне поняття, яке включає відповідні системи інформаційно-аналітичного моніторингу, попереджувальних, профілактичних, поточних і прогнозованих заходів щодо впливу на можливості загрози і має на меті нейтралізацію негативних наслідків
Камлик М.І.	Стан розвитку господарюючого суб'єкта, який характеризується стабільністю економічного розвитку, ефективністю нейтралізації негативних факторів та протидії їх впливу на всіх стадіях його діяльності
Козаченко Г.В., ПономарьовВ. П., Ляшенко О. М.	Міра гармонізації в часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ними суб'єктів зовнішнього середовища, які діють поза межами підприємства
Олейнікова Є. А.	Стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для подолання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства тепер і в майбутньому
Покропивний С.Ф.	Певний стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки та устаткування) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування, динамічного науковотехнічного й соціального розвитку, запобігання внутрішніх і зовнішніх негативних впливів (загроз).
ІлляшенкоС. Н., КузенкоТ. Б.	Стан ефективного використання його ресурсів і існуючих ринкових можливостей, що дає можливість запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечувати його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії

\*Узагальнено автором на підставі досліджень вітчизняних вчених

Узагальнення теоретичних характеристик щодо сутності економічної безпеки дає можливість визначити її ключові характерні риси, напрями й сфери застосування.

В умовах євроінтеграційних процесів перспективи діяльності суб'єктів підприємництва будуть суттєво залежати від ефективності функціонування системи забезпечення економічної безпеки комерційної діяльності.

Під системою економічної безпеки підприємства, на відміну від традиційно використовуваних тлумачень, розуміється цілісна сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних компонентів, реалізацію яких необхідно скеровувати на досягнення певної міри економічної свободи підприємства [4]. Що стосується безпосереднього компонентного наповнення системи економічної безпеки, то до нього слід віднести функції, принципи, методи, інструменти та відповідні заходи. Такий перелік є базовим та може бути, за необхідності, доповнений іншими елементами відповідно до цілей та потреб управління.

З метою удосконалення сутності поняття «економічна безпека підприємницької діяльності» здійснимо синтез підходів до його визначення, узагальнимо змістовні характеристики цього поняття та врахуємо ключову мету щодо її забезпечення.

Таким чином визначимо економічну безпеку підприємницької діяльності як складне поняття, яке охоплює різне коло завдань, це: формування необхідних ресурсів для подальшого забезпечення стану безпеки, стратегічне й тактичне прогнозування та планування господарської діяльності щодо нівелювання загроз; поточне планування економічної безпеки за функціональними складовими; оперативне управління господарською діяльністю; розробка заходів попереджувального характеру; реалізація попереджувальних заходів; здійснення оперативного аналізу стану економічної безпеки; загальна оцінка досягнутого рівня економічної безпеки та ефективності управлінських рішень.

Отже, за результатами проведеного дослідження уточнено сутність поняття «економічна безпека»; визначено й охарактеризовано підходи до трактування поняття «економічна безпека підприємницької діяльності» з використанням його сутнісних ознак. Досліджено сутність та теоретичні основи економічної безпеки підприємницької діяльності в умовах євроінтеграційних процесів.

### Список використаних джерел

1. Грубенкова Д.О. Предпринимательство в теориях Кантильона, Маркса, Веблена и Шумпетера: сравнительный анализ // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 2. – URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=15405>
2. Кавун С.В. Система економічної безпеки: методологічні та методичні засади: монографія / С.В. Кавун. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 300 с.
3. Лянной Г. Система экономической безопасности предприятия [Текст] / Г. Лянной // BOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – №7. – С. 16-19.
4. Ляшенко А.Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : [монография] / Козаченко А.В., Пономарев В.П., Ляшенко А.Н. – К.: Либра, 2003. – 280 с.
5. Нікітіна А.В. Розвиток теоретичних засад економічної безпеки підприємства [Текст] / А.В., Нікітіна // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». – 2011. – №3. – С. 82-85.
6. Платон. Собрание сочинений : в 3 т. / Платон. – М., 1971. – Т. 3 (1).

## ДЕРЖАВНІ ЗАКУПІВЛІ У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Трансформаційний характер і постійна дифузія господарського механізму України безпосередньо впливають на стан економічного розвитку та рівень життя населення України, які є незадовільними. Державні закупівлі в Україні в умовах існування корумповано-олігархічного управлінського апарату виконують роль перерозподілу доходів на користь найбагатших осіб та закріплення їх економічної влади, і слугують джерелом особистого збагачення осіб, що беруть участь у їх легалізації та оформленні.

Практичним завданням сьогодні є повернення державних закупівель до служби суспільству, викорінення корупції та зловживань у системі використання державних коштів. Все це визначає актуальність та практичне значення дослідження ролі державних закупівель у системі економічної та фінансової безпеки України.

Державні видатки є складовою формування сукупного попиту, вони впливають на приватний попит та на сукупну пропозицію. Збільшення державних видатків, безперечно змінить структуру сукупного попиту, але рівень його не обов'язково зміниться на ту ж величину [1, с. 23]. Збільшення державних видатків викликає зростання рівноважного ВВП, при цьому воно має мультиплікативний характер, це наведено на рис. 1.

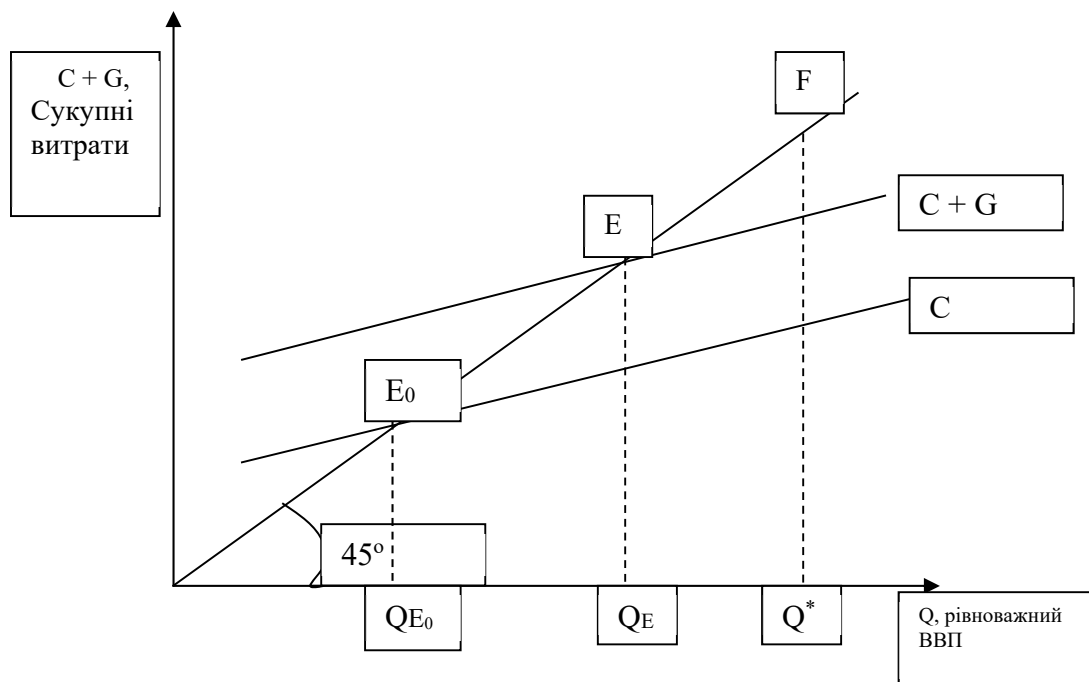


Рис. 1. Вплив державних видатків (G) на величину рівноважного ВВП(Q)

\*Джерело: Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – К.: ХаГар, 2000. – С. 226.

Однак, лише кількісне збільшення ВВП не може бути завданням сучасної розвинутої країни. При цьому слід враховувати необхідність розширеного відтворення здібностей людини. Державні видатки в цьому разі можуть виступати в якості: замовлення у сферах освіти і медицини, капіталовкладень у розвиток та удосконалення комунальної інфраструктури, витрат на наукові розробки, стратегічного інвестування у сферу культури і мистецтв.

Характер такої дії зумовлює водночас декілька позитивних видів впливу: зростання реального обсягу внутрішнього виробництва, що за умов обґрунтованої системи розподілу доходів сприяє поліпшенню рівня життя населення; цільове підвищення життєвих та соціальних стандартів [2, с. 214]. У той же час, в умовах збільшення обсягу ВВП, яке може обумовлюватись демографічним чинником: зростання чисельності населення (у довгостроковій перспективі) збільшує платоспроможний обсяг потреб, збільшуючи сукупний попит, і, у випадку повноцінної дії ринкового механізму, це призводить до зростання сукупної пропозиції (ВВП) [3, с. 129].

Дослідження, що проводив О. Міняйло показують наступне. Протягом 1996-2007 рр. при збільшенні державних закупівель на 1 грн. валовий внутрішній продукт зростав на 1,56 грн., протягом 2008-2010 рр. при збільшенні державних закупівель на 1 грн. валовий внутрішній продукт зростав лише на 0,15 грн. [4, с. 15]. Відтак, можемо бачити лише часткове підтвердження теорії мультиплікатора, яка діє та реалізується на практиці в умовах економіки України.

За сучасних умов зростає роль держави як суб'єкта національної економіки, котрий здійснює закупівлі товарів та послуг обсягом 10-15% від ВВП, що іноді наближається до 50% величини витрат державного бюджету. Саме державні закупівлі набувають пріоритетного значення у системі інструментів реалізації фінансово-бюджетної політики держави як чинника виходу економіки на інноваційно-інвестиційну траєкторію розвитку [4, с. 1]. Але варто говорити лише про активізацію участі держави в процесі проведення трансформацій та відповідних реформ, кінцевим результатом якої має бути перехід до більш ліберальної системи економічних відносин, тобто позбавлення ознак командно-адміністративної системи колишнього СРСР, і вихід на траєкторію економічного та людського розвитку. При цьому завдання держави, що були визначені представниками класичної економічної теорії, в обов'язковому порядку мають бути збережені та певним чином модернізовані і доповнені.

Одним з напрямків такої модернізації має стати актуалізація державних закупівель у системі формування державних резервів. В умовах розвинутої змішаної економіки, яка поєднує в собі методи ринкового саморегулювання і урядового втручання, держава в особі державних підприємств сама активно виступає в якості суб'єкта підприємницької діяльності, здійснює виробництво товарів і послуг та виступає як суб'єкт державних закупівель. Їх метою є забезпечення державного запасу стратегічно важливих товарів для впливу на ціни в кризових умовах, забезпечення населення і підприємницького сектору необхідними товарами і сировиною [5, с. 43]. Принциповим чинником при цьому є незалежний об'єктивний підхід до визначення фірм та контрагентів у яких здійснюються закупівлі, рівня цін та власне обсягів закупівель.



Питання ефективності державних закупівель залишається досить актуальною проблемою, оскільки держава зазвичай не діє на ринку як раціональний споживач, що орієнтований на найкращу пропозицію відношення ціни до якості. Причиною цього можуть бути корупційні схеми, вибір звичного постачальника, який може бути неконкурентоспроможним на ринку чи обмеження вибору лише національних/місцевих виробників [6, с. 71]. Отже, питання економічної ефективності державних закупівель можуть входити у пряме протиріччя з юридичною ефективністю зазначених заходів, тому не менше значення для модернізації сучасної України відіграє інституціональне, зокрема організаційно-правове, удосконалення механізму державних закупівель.

### Список використаних джерел

1. Розпутенко І. Управління державними видатками в перехідних економіках / І. Розпутенко. – К. : Основи, 1993. – 223 с.
2. Яковенко Р.В. Соціально-інфраструктурні фактори впливу на демографічні процеси / Роман Яковенко // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць : в 4 т. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2006. – Вип. 217. – Т. I. – С. 212-218.
3. Яковенко Р.В. Відтворення людського потенціалу в умовах трансформаційної економіки : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.01 / Яковенко Роман Валерійович, К., 2011. – 213 с.
4. Міняйло О.І. Державні закупівлі товарів і послуг у системі регулювання національної економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата екон. наук : спец. 08.00.03 – «Економіка та управління національним господарством» / О.І. Міняйло. – К., 2011. – 21 с.
5. Яковенко Р.В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб / Роман Яковенко. – Кіровоград : «Поліграф-Сервіс», 2009. – 120 с. : іл.
6. Мельников О.С. Особливості публічних закупівель як об'єкта державного регулювання економіки / О.С. Мельников // Теорія та практика державного управління. – 2016. – № 1 (52). – С. 129-135.

УДК 33:65

*Літинська В.А., доц.,  
Шевчук О.О., студент  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

### **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ «ЕТИКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ» ЯК ЕФЕКТИВНОГО МЕТОДУ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ**

Відповідно етика нового класу бізнесменів в Україні – явище складне й суперечливе. На нього впливають різні сили, різні етичні традиції й системи цінностей, бо в українському бізнесі зайнята велика кількість людей різних національностей, різного віросповідання й різних етичних поглядів, із різним економічним базисом. Крім того, в українській бізнес наприкінці 90-х років ХХ ст. прийшли громадяни закордонних держав, діяльність яких заснована на канонах західної етики. Контакти з ними формують досить своєрідне переплетення національних українських рис із загальносвітовими, що почасти все-таки

полегшує включення українського бізнесу в систему світових етичних норм ділової поведінки.

У реальній життєдіяльності людини спілкування і діяльність як специфічні форми соціальної активності виступають у єдності, але у визначеній ситуації можуть бути реалізовані і незалежно один від одного.

Зміст категорії спілкування багатообразний: це не тільки вид людської діяльності, але й умова, і результат цієї ж діяльності; обмін інформацією, соціальним досвідом, почуттями, настроями.

Спілкування властиве усім вищим живим істотам, але на рівні людини воно здобуває самі досконалі форми, стає усвідомленим і опосередкованим мовою. У житті людини немає навіть самого нетривалого періоду, коли б він знаходився поза спілкуванням, поза взаємодією з іншими суб'єктами. В спілкуванні виділяються: зміст, мета, засоби, сторони, види, форми, бар'єри.

Багато дослідників бізнесу солідарні в тому, що культура вітчизняного бізнесу ще не сформована, але розходиться в етичній оцінці ділової практики, розділяючись на два табори.

Представники першого табору переконані, що епоха «дикого ринку» змушує кожного бізнесмена займатися винятково проблемами власного виживання. Протилежна точка зору полягає в тому, що певні, нехай і недосконалі, принципи поведінки підприємців склалися, оскільки одержати більші прибутки нечесними засобами можна, а от втриматися в діловому середовищі людині з підмоченою репутацією не можна.

Соціологи досліджують три найважливіші аспекти ділових відносин, кожен з яких представляє сьогодні одну з найбільш складних і гострих проблем на шляху формування ділової етики [1, с. 46]:

- виконання діловими партнерами взаємних зобов'язань;
- застосування силових методів у ділових відносинах;
- взаємовідносини із владними структурами й корупція.

Порушення ділових зобов'язань це зрив поставок, недотримання умов договорів стало широко розповсюдженим явищем, за яким приховується як шахрайство, так і елементарна безладність. Правда, іноді втручаються зовнішні обставини. Дрібні бізнесмени бачать у недотриманні умов договорів одну з основних причин, що підривають фінансове становище їх підприємств і тягнуть за собою швидке банкрутство.

*Етика* – це уявлення про правильну або неправильну поведінку під час досягнення конкретної цілі [2, с. 132].

*Ділова етика* – це система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування і взаємодії. Вона виявляється як на мікрорівні – це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні – це моральні відносини між суб'єктами господарської діяльності. Ділова етика регулює відносини бізнесмена, підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками тощо. З огляду на неї відбувається [3, с. 107]:

– регулювання відносин між економічними суб'єктами ринку на підставі виконання договірних зобов'язань та дотримання права. Йдеться про виконання сторонами контрактних зобов'язань, покриття збитків партнеру в разі заподіяння

шкоди, запобігання порушенням ділової практики та вільної конкуренції; додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків, прав захисту промислової власності, справедливих умов здійснення спільної підприємницької діяльності. Окремі норми ділової етики включаються в умови договорів, як наприклад: сумлінне виконання зобов'язань, дотримання інтересів контрагента, умов договору, розумні дії та ін.;

– виконання норм та правил державного регулювання, що встановлюють заходи контролю з боку держави за додержанням законодавства, стандартів, постанов та розпоряджень з конкретних питань підприємницької діяльності. Повага до закону є одним з найважливіших життєвих принципів, яким повинен керуватися бізнес, бо він може нормально розвиватися тільки в правовій державі на основі розвиненого законодавства. Водночас держава повинна сприяти підвищенню етичних норм та культури бізнесу стимулюванням чесності, сумлінності і порядності та покаранням за порушення моралі відповідними санкціями [4, с. 154];

– регулювання відносин бізнесу із споживачами. Йдеться про сумлінне ставлення до споживача. Реклама повинна мати чесний та достовірний характер, а також задовольняти вимоги споживачів щодо кількості, якості, асортименту, новизни, технічних характеристик товарів, що випускаються на ринок. Передбачається обов'язкове дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції, забезпечення інтересів споживачів;

– відносини бізнесу із суспільством. Передбачається, що керівники зобов'язані приймати рішення і здійснювати дії, спрямовані на підвищення рівня життя як працівників самої організації, так і суспільства загалом;

– культури ділового партнерства – дотримання партнерських відносин, побудованих на довірі, добропорядності, чесності, почутті обов'язку, вмінні тримати своє слово; виключення обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера та ін., а також забезпечення етичного ставлення підприємця до своїх працівників, повага до людей та почуття гуманності.

Таким чином, у житті людини спілкування не існує як відособлений процес або самостійна форма активності. Воно включено в індивідуальну або групову практичну діяльність, що не може ні виникнути, ні здійснитися без інтенсивного і різнобічного спілкування.

Багато бізнесменів виявляються в ситуації роздвоєння етичної норми й змушені чинити не так, як можна було б, навіть у нинішніх, несприятливих умовах. Ті, що вважають, що уникнути зривів можна, прогнозують ріст виробництва, чисельності зайнятих і масштабів інвестицій у секторі бізнесу. Вони також краще оцінюють фінансове становище своїх підприємств і менше побоюються банкрутства.

### Список використаних джерел

1. Некрасов Н.А. Деловая репутация // Управление персоналом. – 2010. – № 3. С. 45-49.
2. Палеха Ю.Л. Ділова етика: навч. посіб. – 4-е вид. – Київ, 2012. – 218 с.
3. Пост Э. Этикет. Классическое руководство : Пер. с англ. – Москва, 2011. – 189 с.
4. Афанасьев І. Діловий етикет. – 2-е вид. – Київ, 2013. – 248 с.

*Манько О.С., студент. гр. ЕОБ-19,  
Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викл.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КАРАНТИНУ**

Держава здійснює найбільший вплив на формування економічної безпеки підприємства. За допомогою прямих і непрямих важелів втручання, вона створює економічні умови діяльності підприємств, що призначені для захисту економічних інтересів держави та її національної економіки. При настанні надзвичайних ситуацій та станів відбувається перевірка «на міцність» економіки держави і, відповідно, дієвість її антикризових механізмів управління. Актуальність теми визначається наявністю системних змін у суспільно-політичному та соціально-економічному житті України.

Дослідженню теорії й практики формування і функціонування механізмів державного антикризового управління присвячено праці відомих українських і зарубіжних вчених, зокрема І. Ансоффа, А. Гальчинського, В. Геєця, Дж. Кейнса, Л. Лігоненко та ін. Проте, багато питань у цій сфері залишаються ще дискусійними та потребують подальшого дослідження.

У зв'язку з поширенням у всьому світі гострої респіраторної інфекційної хвороби COVID-19 Кабінет Міністрів України запровадив певні карантинні заходи на території України. Суб'єктам господарювання приходиться підлаштовуватись під ті умови, які визначили їм представники влади. За даними опитування проведеного спілкою українських підприємців [1] майже 60% власників бізнесу продовжують діяльність під час обмежень (це переважно великий і середній бізнес), проте 29% припинили роботу (характерно для мікробізнесу). При цьому, 51% підприємств здатні протриматися в умовах карантину лише 1 місяць, а кожен четвертий бізнес – витримає 2-3 місяці роботи в даних умовах і не збанкрутувати. 6% підприємців повністю закрили бізнес, у цю категорію потрапив переважно мікро- та малий бізнес. Лише 3% респондентів вказують, що їхній бізнес зможе працювати тривалий час за необхідних умов (орендні канікули, віддалений доступ для співробітників, перегляд бізнес-моделі).

Введення карантинних заходів спричинили за собою спад світової економіки, який може тривати не тільки до кінця поточного року, але й наступного. Ускладнює ситуацію в країні повернення близько 2 млн трудових мігрантів. Але в Україні немає офіційної статистики щодо загальної кількості українських трудових мігрантів, так як більшість з них працюють в «тіні». Неможливо спрогнозувати, як довго трудові мігранти залишаться в Україні у посткарантинний період і чи надасть український ринок праці альтернативу заробітку за кордоном. На сьогодні в Україні спостерігається загальносвітова тенденція попиту на медпрацівників, соціальних працівників і поліцейських. Але українці, навіть маючи необхідну кваліфікацію та компетенції, не поспішають погоджуватися на ці посади по причині низької заробітної плати.

У центрах зайнятості станом на 13 квітня поточного року зареєстровано 387,5 тис. безробітних українців. Порівняно з квітнем 2019-го, це на 22%, або 70 тис. осіб більше [2].

Сьогодні негативні економічні явища набувають в економіці країни ще більшого масштабу, у зв'язку з відсутністю науково обґрунтованої стратегії національного розвитку, заснованої на економічно безпечних орієнтирах в умовах загострення політичної та економічної ситуації в Україні.

Карантинні заходи кардинально змінили умови ведення бізнесу. У суб'єктів господарювання виникає велика кількість важливих запитань, які потребують термінового вирішення. Для надання консультацій по вирішенню цих питань Уряд запровадив чат підтримки в Telegram ([http://t.me/diaGovernment\\_bot](http://t.me/diaGovernment_bot)) та Viber ([viber://pa?chatURI=dia\\_bot](viber://pa?chatURI=dia_bot)), які працюють цілодобово. Також для допомоги розроблено декілька онлайн платформ: платформа «Дія.Бізнес» (<https://business.diia.gov.ua/>), портал для підприємців (<https://sme.gov.ua/>), портал ГУРТ (<https://www.gurt.org.ua>) та ін., які надають відповідь на питання: «як діяти бізнесу в умовах карантину?» та довідкову інформацію по відкриттю та розвитку бізнесу, програмам підтримки бізнесу, звітності, бланкам тощо. Для стабілізації економіки Уряд запровадив ряд заходів державної підтримки: мораторій на здійснення заходів державного нагляду (контролю), мораторій на податкові перевірки, податкові канікули, відтермінування декларування, тимчасове скасування штрафів, відтермінування застосування реєстр розрахункових операцій, соцстрахування працівників, виконання кредитних договорів, платежі за житлово-комунальні послуги, орендні платежі, фінансова підтримка підприємців, лібералізація діяльності ФОП.

Рішення проблеми виходу з кризи та прискорення розвитку економіки України в сучасних умовах неможливе без дієвих заходів антикризового управління, які повинні враховувати інтереси кожного суб'єкту регіону з оцінкою власних виробничих потужностей регіону, його інвестиційної привабливості та сконцентрованого фінансового капіталу, а також вони повинні покращувати соціальний та екологічний стан регіонів.

Таким чином, в сучасних умовах реформування системи державного регулювання основний напрямок має бути спрямований не лише на подолання криз та впровадження механізмів антикризового управління, але й на попередження криз, що дозволить своєчасно визначити шляхи їх вирішення. Це висуває певні вимоги до процесу прийняття державно-управлінських рішень, які спрямовані на розробку системи комплексного антикризового алгоритму, основним призначенням якого є не лише стабілізація економіки, але й наявність інструментів контролювання кризових явищ в національній економіці.

### Список використаних джерел

1. Коронавирус VS бизнес: половина предприятий продержится на карантине не более месяца [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/04/2/658857/> (дата звернення 10.04.2020) – Назва з екрана.
2. Ринок праці на карантині: кого запрошують на роботу [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://pon.org.ua/novyny/7811-rinok-prac-na-karantin-kogo-zaprosuyut-na-robotu.html> (дата звернення 14.04.2020) – Назва з екрана.

## **ІНФОРМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Сучасне суспільство характеризується перманентним зростанням інформаційних потоків. На сьогодні більшість працюючих зайнято виробництвом, зберіганням, переробкою та реалізацією інформації.

Економічні інформаційні системи відносяться до складних, тому що мають цілісну ієрархічну структуру з багатогранними зв'язками та складними функціями управління. Це пов'язано з обміном зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків, багатоваріантністю видів інформації, яка циркулює в системі. При цьому пріоритетна роль належить бухгалтерській інформаційній системі, що обумовлено формуванням саме в ній достовірної і повної інформації, як для облікових потреб, так і для потреб аудиторів, аналітиків, економістів та менеджерів всіх рівнів.

Інформаційна система бухгалтерського обліку відноситься до складних. У її формуванні провідне місце займає автоматизація. Саме використання відповідних програмних продуктів забезпечує можливість її оптимального функціонування. При цьому комп'ютерні мережі повинні забезпечувати надійність інформаційних зв'язків як всередині бухгалтерської інформаційної системи, так і при зовнішніх. Проте питання інформаційної безпеки для суб'єктів господарювання на сьогодні є достатньо актуальними, що обумовлює доцільність організації роботи фінансово-економічних відділів (за умови використання комп'ютерної техніки) в двох секторах: відділу інформаційної системи та відділу контролю.

На сьогодні переваги автоматизації та комп'ютеризації здійснення обліково-аналітичних процедур не викликають сумніву (значно зменшуються адміністративні витрати, підвищується ефективність роботи підрозділів фінансово-аналітичної служби, аудиту тощо). Проте, ці безсумнівних переваги несуть і нові проблеми. Це, насамперед, питання інформаційної безпеки, питання захисту інформації від несанкціонованого втручання, юридичної доказовості електронних первинних документів. Також можливими є ризики втрати або псування інформації під час вимкнення електроенергії, небезпека проникнення комп'ютерних вірусів, зламу облікової інформації, кібератак тощо [2].

Питання інформаційної безпеки суб'єктів господарювання за наявності використання автоматизованої форми бухгалтерського обліку розглядаються теоретиками та практиками різних сфер: обліковцями, юристами, представниками служби безпеки, фахівцями інформаційних мереж, менеджерами, тощо.

Надійний захист інформації в інформаційній системі бухгалтерського обліку може бути ефективним за умови надійності на всіх об'єктах і в усіх елементах цієї системи, які можуть бути піддані загрозам. Це обумовлює необхідність перед створенням засобів захисту визначення: природи загроз; форм і шляхів їх можливого прояву; переліку об'єктів та елементів, які, з одного боку, можуть бути піддані (побічно або безпосередньо) загрозам з метою порушення захищеності інформації, а з іншого – достатньо чітко локалізовані для організації ефективного захисту.

При цьому є доцільним розмежувати два класи ризиків:

- для автономних персональних комп'ютерів (ПК) і автономних комп'ютерних мереж;

- для систем, що мають вихід у великі мережі, включаючи Інтернет.

Під об'єктом інформаційної безпеки Житна І.П. розуміє такий структурний компонент автоматизації бухгалтерського обліку в якому перебуває або може перебувати інформація, що підлягає захисту, а під елементом захисту – сукупність даних, яка може містити відомості, що підлягають захисту [1]. Інформація у процесі введення, зберігання, обробки, виведення і передачі піддається різним випадковим впливам, у результаті яких на апаратному рівні відбуваються фізичні зміни в сигнальних формах її представлення [2]. При цьому якщо у якомусь чи у якихось розрядах цифрового коду, що несе інформацію, відбулося інвертування двійкового знаку (з 1 на 0 або навпаки) і воно не виявлено спеціальними апаратними засобами функціонального контролю, то при подальшій обробці інформації або буде отриманий невірний результат, або повідомлення попрямує за помилковою адресою, або відбудуться інші небажані події (руйнування, модифікація, витік інформації та ін.) [2].

Отже, впровадження автоматизованої форми ведення бухгалтерського обліку є напрямом підвищення ефективності функціонування суб'єктів господарювання. Проте, специфіка автоматизації бухгалтерського обліку за допомогою комп'ютерної техніки (під'єднання до глобальних мереж, використання типових програм тощо) збільшує відкритість інформаційної системи бухгалтерського обліку, що призводить до зростання загрози безпеки комерційної таємниці тощо.

### Список використаних джерел

1. Житна І.П. Сучасні технології удосконалення системи автоматизації обліку та управління виробництвом / І.П. Житна, О.А. Садовніков // Управління розвитком. – 2010. – № 3. – С. 126-128.
2. Ігнатенко М.М. Формування інформаційної безпеки підприємств і організацій в умовах автоматизації обліку та фінансової звітності [Електронний ресурс] / М.М. Ігнатенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 4. – С. 84-88. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb\\_2017\\_4\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2017_4_19)

*Савченко В.М., к.е.н., проф.,  
Юрченко О.В., асистент  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Важливим стратегічним завданням соціально-економічного розвитку України є становлення потужного національного капіталу. Вагому частку в реалізації зазначеного стратегічного пріоритету займає капітал підприємницьких структур. Саме від налагодження розширеного відтворення капіталу мікрорівня та успішного подолання кризових явищ у роботі підприємств залежать процеси формування капіталу на національному рівні. Досягти цього можна тільки за умови ефективного управління капіталом як на макрорівні, так і на рівні окремого підприємства. Управління капіталом підприємства виступає однією з найголовніших ланок системи фінансового менеджменту. Залучаючи капітали з різних джерел, фінансові менеджери прагнуть оптимізувати структуру капіталу, щоб зменшити середньозважену його вартість. У процесі управління капіталом підприємства необхідно враховувати, що вартість капіталу залежить від рівня фінансового ризику, пов'язаного із залученням позикових коштів та підвищенням долі позикових засобів у структурі капіталу, оскільки з'являються фінансові витрати по обслуговуванню боргу. Актуальність дослідження проблематики управління капіталом підприємств, обґрунтовується необхідністю оперативного і ефективного управління ним на підприємствах різних форм власності в ринкових умовах.

У загальній чисельності суб'єктів підприємницької діяльності лєвова частка належить малим підприємствам. Так, на 2019 рік до 90 % підприємств України були малими. За статистичною інформацією на 2019 рік більше 80% малих підприємств України здійснювали діяльність у сфері оптової та роздрібної торгівлі.

Поняття «капітал» досить поширене як в економічній теорії, так і в економічній практиці. Тому від правильного його розуміння значним чином залежить наукова оцінка напрямків еволюції економічних систем країн Заходу, а також соціально-економічних процесів, що відбуваються в сучасній Україні. З приводу економічного змісту цього поняття впродовж усієї історії політекономії аж до сьогодення ведеться безперервна полеміка.

В теорії фінансів в радянський період капітал у будь-якій його формі не був об'єктом її дослідження і лише з початком ринкової трансформації економіки почалося формування наукового розуміння економічної природи фінансового капіталу підприємства. При цьому більшість сучасних економістів-фінансистів розглядають поняття «фінансовий капітал» як синонім фінансових ресурсів. Це характерно як для вчених України, так і для фахівців з інших країн СНД.

Нам імпонує підхід І.А. Бланка, який розглядає капітал із позиції фінансового менеджменту та зазначає, що капітал підприємства характеризує



загальну вартість коштів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів [1].

Фінансовий капітал підприємства являє собою сукупність капіталізованих фінансових ресурсів, що використовуються власниками і менеджерами в економічному процесі відтворення вартості як джерело фінансування господарської діяльності з метою одержання доходу, формування якого в економічній системі держави здійснюється на ринкових принципах і підходах.

Капітал підприємства є його фінансовим капіталом і складається з власного (початкового і заробленого в процесі діяльності підприємства) та позиченого (зовнішнього та внутрішнього) капіталу.

Головна передумова вирішення проблеми становлення малого бізнесу в Україні полягає в забезпеченні макроекономічної стабільності, що обумовить поступове підвищення платоспроможності підприємств.

Малому бізнесу належить значний сегмент ринкового господарства економічно розвинутих країн та важливе місце у розвитку національних економік, що є справедливим і для України. Порівняння окремих показників діяльності суб'єктів малого бізнесу в економічно розвинутих країнах та Україні (зокрема кількість суб'єктів на 10 тис. населення, частка у створенні доданої вартості, обсязі реалізованої продукції та виробництві) свідчить про низьку економічну активність суб'єктів малого підприємництва в Україні, що певним чином обумовлено обмеженістю доступу до дешевих кредитних ресурсів.

На створення та розвиток малих підприємств вплинула державна політика підтримки малого підприємства, зокрема запровадження спрощених систем обліку й оподаткування. Спрощена система оподаткування проявляється у сплаті єдиного податку. В Україні серед юридичних осіб є 2 групи платників єдиного податку, яких класифікують на основі відповідних критеріїв.

Малі підприємства при прийнятті рішень стосовно варіанту оподаткування мають визначити переваги та недоліки можливих та зважувати не лише на податкові наслідки варіанту спрощеної системи оподаткування а й на вплив їх рішення на збутову діяльність відповідно до запитів потенційних покупців.

Особливості капіталу малого підприємства, як об'єкту управління обумовлені специфікою формування власного капіталу, та специфікою оподаткування. Стосовно суб'єктів управління капіталом малих підприємств особливість полягає у відсутності на більшості малих підприємств структурних підрозділів, або посадових осіб, що виконують функції фінансового менеджменту, а більшість цих функцій реалізують не підготовлені представники облікової служби та недостатньо обізнані в цій проблематиці власники та менеджери.

#### **Список використаних джерел**

1. Бланк И.А. Управление формированием капитала. / Бланк И.А. – К. : Эльга, 2004. – 508 с.

*Савченко О.С., викладач,  
Михалевська Ю.Г., студент. гр. ОО-19 СК 3  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У системі заходів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності вітчизняних товаровиробників і поліпшення їх фінансового стану, важливе чільне місце посідає раціональне використання оборотного капіталу, який безпосередньо впливає на основні фактори прибутковості господарської діяльності підприємств. Відповідно об'єктивна оцінка ефективності використання оборотного капіталу та її прогнозування мають бути враховані при формуванні фінансової політики суб'єктів господарювання. Є особливості формування та використання оборотного капіталу сільськогосподарських підприємств.

Дослідивши еволюцію поглядів різних науковців на трактування категорії «оборотний капітал», можна систематизувати їх бачення у два основні підходи. Відповідно до першого підходу оборотний капітал розглядається як грошові ресурси, вкладені до оборотних фондів з метою забезпечення безперервного процесу виробництва та реалізації виготовленої продукції. Представники другого підходу описують оборотний капітал як вкладені в діяльність підприємства фінансові ресурси, які використовуються протягом одного операційного циклу.

Ми приєднуємось до науковців, які дають таке визначення: оборотний капітал – це сукупність майнових цінностей, які є джерелом фінансування оборотних активів підприємства та обслуговують його поточну виробничо-господарську діяльність з метою забезпечення досягнення ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності та рентабельності підприємства. На нашу думку, доцільно застосовувати саме таке трактування, оскільки воно найповніше характеризує зміст та економічну сутність оборотного капіталу підприємства.

Оцінка ефективності використання оборотного капіталу на підприємстві дає змогу визначити недоліки в його управлінні, сконцентрувати увагу на стадії формування джерел фінансування оборотних коштів, удосконалити модель визначення оптимальних джерел фінансування оборотних коштів залежно від стратегічного напрямку розвитку підприємства і, як наслідок, – підвищити ефективність використання оборотних коштів підприємства.

Ефективність використання капіталу визначається результатами від його функціонування і зв'язком з витратами, необхідними для одержання цих результатів. В даний час під ефективністю використання капіталу, як правило, мається на увазі величина прибутку, отриманого на одну гривню вкладеного капіталу.

Так як стан капіталу в процесі діяльності підприємства постійно змінюється, на нашу думку, крім показника величини одержуваного прибутку, ефективність функціонування капіталу повинна визначатися і більш загальним показником – величиною приросту капіталу за період. Тому як основні критерії при оцінці ефективності використання капіталу представляється необхідним застосовувати кілька показників, а саме: прибуток, одержуваний підприємством за звітний період, зміну показників фінансового стану в цілому, показників ділової активності підприємства, і величину приросту капіталу підприємства за період.

При визначенні ефективності використання капіталу варто використовувати як методи фінансово-інвестиційного аналізу, так і методи комплексного аналізу капіталу. Такий підхід дозволяє одержати всеосяжну оцінку з двох позицій для подальшого їхнього порівняння і визначення ступеня необхідної деталізації.

Управління оборотним капіталом має забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності й ефективністю роботи. Це зводиться до вирішення двох важливих завдань, направлених на підвищення рівня рентабельності виробництва та платоспроможності підприємства: забезпечення оптимального обсягу і структури оборотного капіталу та підвищення рівня його оборотності.

Формування обігових коштів підприємства має ґрунтуватися на таких основних принципах: самостійного розпорядження своїми обіговими коштами; визначення оптимальної потреби обігових коштів через їх нормування; використання раціональних джерел фінансування обігових коштів; контроль і аналіз ефективності використання обігових коштів з метою прискорення їх обертання.

Прогнозування формування та використання оборотного капіталу дозволяє визначити мету, завдання та функції управління оборотним капіталом, зазначити принципи на яких базується даний процес, врахувати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Для цього необхідно розробити їх прогнозу модель формування і використання сільськогосподарськими підприємствами та спрогнозувати її показники. Виходячи з того, що економічні процеси в сільському господарстві зазвичай є складними, для їх прогнозування доцільно застосовувати багатофакторні регресійні моделі. Для визначення тісноти зв'язку, а, отже, і рівня впливу окремих факторів на ефективність результативної ознаки в діяльності сільськогосподарського підприємства, багатьма науковцями пропонується використовувати метод кореляційно-регресійного аналізу.

При здійсненні прогнозу ефективності використання оборотного капіталу сільськогосподарських підприємств доцільно скористатись результатами досліджень науковців, які розраховували параметри модельного фінансово стійкого підприємства з врахуванням регіональних особливостей діяльності сільськогосподарських підприємств.

*Урдуханов Р.І., аспірант  
(науковий керівник – Назарова Г.В., д.е.н., проф.)  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця  
м. Харків*

## **УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Рівень та стабільність безпеки організації виступає визначальним напрямком її розвитку. Особливого значення все більше набуває кадрова безпека в системі економічної безпеки підприємства. На сьогоднішній день промислові підприємства відчувають зростання рівня загроз з боку власного персоналу. Такі загрози пов'язані із збільшенням ризиків в управлінні персоналом. Негативні наслідки цих ризиків можуть призвести не тільки до погіршення управління підприємством, але і до повної втрати його власником. Від економічних злочинів своїх співробітників сьогодні страждають більше 40% компаній, втрачаючи в результаті крадіжки до 7% свого доходу, тобто керівництву потрібно постійно приймати адаптивні рішення, спрямовані на боротьбу з кадровими злочинами [1]. Саме тому теоретичне обґрунтування невирішених питань кадрової безпеки пояснює актуальність теми дослідження.

Метою даного дослідження є розвиток теоретичних аспектів кадрової безпеки як об'єкту управління для зниження рівня та кількості загроз, які послаблюють ступень захищеності підприємства з боку персоналу.

Питанням дослідження кадрової безпеки присвячено велику кількість праць відомих науковців, таких як: Абрамов А. [2], Алавердов А. [3], Ареф'єва О., Геєць В., Грунін О., Губський В., Задорожний Г., Козаченко Г. [4], Колосов А., Кузенко Т., Мунтіян В., Олейніков Є., Сенчагов В., Тамбовцев В., Щелкунов В., Шликов В. [4].

Забезпечення якісного управління будь-якою організацією передбачає насамперед управління його безпекою. Існує декілька стратегічних підходів до створення служби безпеки. Перший підхід характеризується орієнтацією на створення служби безпеки, мінімізованої за виконуваними функціями, він припускає мінімізацію числа штатних співробітників служби безпеки покладанням основних її функцій на сторонніх спеціалізованих контрагентів, які привертаються на договірній основі. В ролі таких контрагентів можуть виступати [3, с. 46]: приватні охоронні підприємства; приватні детективні агентства; приватні консультанти з питань інформаційної, майнової і кадрової безпеки. Вказані організації і приватні консультанти можуть притягуватися: на основі довгострокових договорів; для виконання разової роботи в режимі готовності до припинення можливих загроз; для виконання разової роботи в режимі припинення загрози, яка реалізовується відносно організації. Перевагою даного підходу виступає менша капіталоемність. При його реалізації сторонні контрагенти запрошуються в разовому режимі, для виконання роботи.

Орієнтація на створення служби безпеки з обмеженими функціями – це спрямованість другого підходу, який припускає можливість обмеженого використання послуг сторонніх контрагентів для виконання локальних завдань (зазвичай сумнівних з позиції їх легітимності) [2, 5]. Функції і повноваження

керівника служби безпеки сучасної організації. Незалежно від обраних стратегії забезпечення безпеки і самого підходу до формування служби, даний керівник через посаду належить до топ-менеджерів організації. Компетенції, встановлені за даним робочим місцем, відображені в табл. 1 [4].

Таблиця 1

Функціональні обов'язки і права керівника служби безпеки підприємства

Функціональні обов'язки керівника	Функціональні права керівника
<p>формування загальної стратегії забезпечення безпеки і її оперативне коректування при зміні зовнішніх або внутрішніх умов;</p> <p>вирішення поточних проблем з вищим керівництвом і начальниками структурних підрозділів організації;</p> <p>організація взаємодії з місцевими правоохоронними органами;</p> <p>формування і контроль над виконанням цільових програм і поточних планів структурних підрозділів служби безпеки, вирішення всіх її внутрішніх адміністративних питань, організація ресурсного забезпечення;</p> <p>безпосереднє керівництво службами власної безпеки і експертів-консультантів</p>	<p>доступ до будь-якої конфіденційної інформації;</p> <p>участь в нарадах і переговорах будь-якого рівня, де розглядаються питання, які представляють потенційну загрозу для безпеки організації (за неможливістю особистої участі – повний звіт або магнітофонний запис переговорів);</p> <p>позачерговий доступ до першого керівника організації, а в екстремній ситуації – її основному власникові;</p> <p>функціональне керівництво і контроль діяльності інших посадових осіб організації в рамках встановленої компетенції</p>

В табл. 2 представлені завдання структурних підрозділів служби безпеки підприємства [6].

Таблиця 2

Перелік функціональних обов'язків основних підрозділів служби безпеки

Найменування підрозділу	Функціональні обов'язки підрозділу
Аналітичний відділ	<p>Збір і аналіз інформації відносно:</p> <p>конкурентів в частині змін їх ринкової стратегії, наявних ресурсів, використовуваних технологій і прямих загроз безпеки організації з їх боку;</p> <p>клієнтів і ділових партнерів в частині, перш за все, їх комерційної доброчесності, фінансової надійності, планів співпраці з організацією;</p> <p>динаміки державної економічної політики на національному рівні, а також на галузевих і регіональних ринках;</p>
Відділ інформаційної безпеки	<p>Захист:</p> <p>комп'ютерних мереж і баз даних від несанкціонованого проникнення;</p> <p>інформації на паперових носіях, яка пов'язана в основному з розробкою спеціальних правил роботи з документацією і її зберігання;</p> <p>захист усної інформації від перехоплення з використанням спеціальних технічних засобів</p>
Відділ фізичного захисту	<p>Забезпечення:</p> <p>особистій безпеки керівників і власників організації;</p> <p>охорона майнових комплексів організації і інші загальнорежимні заходи</p>
Служба власної (або внутрішньої) безпеки	<p>участь в розробці внутрішніх регламентів служби безпеки, які визначають правила поведінки її співробітників;</p> <p>проведення службових розслідувань відносно співробітників, які допустили порушення при виконанні своїх обов'язків або ті, які поставили під сумнів свою лояльність працедавцеві</p>

В організаційній структурі служби безпеки ключову роль зазвичай грає аналітичний відділ, який виконує функції її «мозкового центру». В нього стікається і аналізується вся початкова інформація зовнішнього і внутрішнього характеру, а також формуються рекомендації для керівництва організації. У великих корпораціях, націлених на реалізацію стратегії попереджуючої протидії, відмінною особливістю аналітичного відділу є наявність певного контингенту позаштатних співробітників (інформаторів) як зовні, так і усередині організації.

Контроль над діяльністю служби безпеки здійснюється за трьома напрямками [5]: з боку правоохоронних органів (відсутність порушень законодавства при виконанні службою безпеки своїх функцій); з боку керівництва організації (ефективність виконання встановлених нею функцій і відсутність фактів перевищення встановлених повноважень); у режимі внутрішнього контролю в рамках самої служби (за аналогом діяльності служби власної безпеки в державних правоохоронних органах).

Таким чином, для забезпечення кадрової безпеки на підприємстві повинна бути чітко визначена структура та стратегічний підхід до створення служби безпеки. Реалізація обраного підходу дозволить уникати протиправних дій з боку персоналу організації.

#### Список використаних джерел

1. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск №36-1. – 2009. – С. 179-184.
2. Абрамов А.М. Системы управления доступом / Абрамов А.М., Никулин О.Ю., Петрушин А.Н. – М.: Оберег-РБ, 1998. – 190 с.
3. Алавердов А.Р. Управление персоналом в коммерческом банке. – М.: «Симинтэк», 1997. – 256 с.
4. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.
5. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. – СПб.: «Алетейя», 1999. – 138 с.
6. Управление персоналом в организации / Саакян А.К., Зайцев Г.Г., Дягилева Н.В. – СПб.: Питер, 2001. – 176 с.

УДК 33:657

*Харченко І.В., к.е.н., доц.,  
Романюк Л.М., к.е.н., доц.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

#### **БУХГАЛТЕРСЬКА ТА РЕАЛЬНА ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ**

*Постановка проблеми.* Визначення точки беззбитковості є важливим аргументом при прийнятті багатьох економічних рішень. Її визначення відбувається, враховуючи поділ витрат на змінні і постійні. Цей поділ є дуже умовним і таким, що не відповідає дійсному характеру поведінки в реальних

умовах виробництва, особливо при зміні умов роботи. Відповідно така, так звана, бухгалтерська точка беззбитковості також дуже приблизно відображає дійсний стан справ при визначенні межі прибутків і збитків та доцільності виготовлення певних обсягів запланованої продукції. Тому важливо розуміти, як треба підходити до визначення реальної точки беззбитковості.

*Аналіз існуючих досліджень і публікацій.* Розрахунок точки беззбитковості є важливою частиною обґрунтування великої чисельності економічних розрахунків: бізнес-планів, планів виробництва продукції і т. ін., тому дослідженню даної проблеми присвячено немало робіт. Серед них найбільш цікавими і такими, що розкривають дану тему, є роботи К. Друрі [2], С. Чимшита, І. Грабовського [3], О.Г. Булуй [4], О.Л. Михальської [5], Н.Л. Ющенко, П. Куслії [6].

*Невирішені проблеми.* Невирішеною проблемою є необхідність розробки таких підходів при визначенні точки беззбитковості в коротко- і довготерміновому періоді виробництва продукції, які б дозволили з прийнятною точністю прогнозувати цю точку.

*Викладення матеріалу.* Добре відома методика визначення точки беззбитковості як аналітичним способом (розрахунково), так і графічним методом: визначається рівень постійних витрат (пряма горизонтальна лінія на графіку), а зверху прибудовується пряма лінія з тим чи іншим кутом нахилу, яка означає змінні витрати, яка одночасно показує лінію сумарних витрат. Важливим є також загальна сума доходу – виручки від реалізації продукції, яка зазвичай є прямою лінією з певним кутом нахилу і проходить через точку перетину осей. Перетин лінії виручки продукції та лінії загальних витрат і показує обсяг продукції та розмір грошових витрат, при якому витрати будуть дорівнювати доходам від реалізації, що і є, так званою, точкою беззбитковості.

Проблема полягає в тому, що, так звані, постійні і змінні витрати є такими лише при більш або менш спрощеному погляді. Якщо ж аналізувати ці витрати з урахуванням всіх практичних деталей, то вони мають значно більш складний характер змін, про що писали багато дослідників, зокрема [2]. А це означає, що аналітичний і графічний методи визначення точки беззбитковості дуже приблизно відображають дійсний стан речей, і: а) реальна точка беззбитковості знаходиться далеко не там, де її визначено бухгалтерськими розрахунками та / або графіком; б) вона може бути не єдиною на графіку і в реальній ситуації на виробництві. Відповідно рішення про виготовлення продукції і обсяг її виготовлення можуть не відповідати ринковій ситуації та стану самого підприємства.

Для прийняття рішення важливо знати те, як витрати і надходження варіюються при різних рівнях активності (або обсягах виробництва). Обсяги виробництва можуть вимірюватися в одиницях випущеної або реалізованої продукції, годинах роботи, відстані, на яку здійснено перевезення тощо. Як зміняться результати господарювання при збільшенні/зменшенні обсягів виробництва/послуг при одночасній зміні вартості ресурсів (зростання/падіння) і зміні гостроти конкурентної боротьби (відповідно доцільності збільшення/зменшення ціни)?

Зазвичай у відповідній літературі використовують терміни, як «змінні», «постійні», «напівзмінні» і «напівпостійні», що застосовуються для опису того,

як ті або інші витрати змінюються при зміні рівня активності. Так, короткострокові змінні витрати змінюються прямо пропорційно обсягу продукції або рівню діяльності, тобто збільшення обсягів виробництва в два рази приведе до подвоєння змінних витрат. Отже, загальні змінні витрати є лінійною функцією, а витрати цього роду на одиницю продукції – величиною постійною. Прикладами короткострокових змінних виробничих витрат є оплата відрядної роботи, витрати на основні виробничі матеріали, силову енергію для роботи обладнання. Вважається, що витрати такого роду в будь-яких певних межах коливаються прямо пропорційно операційній активності. Однак, змінні витрати на одиницю продукції не будуть постійними для всіх рівнів активності.

При тривалому випуску продукції відрядна розцінка на виконання роботи часто зменшується адміністрацією цеху/підприємства (обґрунтування можуть бути різними). Відомі дослідження, де показана зміна розцінок, а значить і витрат на оплату праці при стабільних зовнішніх умовах в період освоєння виробництва нової продукції в 2,5 рази [1]. Але ж визначення величини точки беззбитковості проводиться саме при виробництві нової продукції – наприклад, для обґрунтування показників бізнес-плану. Витрати на силову енергію електричних двигунів не завжди будуть пропорційними обсягам продукції. Прикладами невиробничих змінних витрат є витрати, наприклад, на роботу збутової мережі, розмір яких змінюється з обсягом проданої продукції та ін. Постійні витрати – це витрати протягом аналізованого періоду часу, що залишаються незмінними за величиною в широкому діапазоні обсягів виробництва. Зазвичай прикладами таких витрат є амортизаційні відрахування на основні засоби виробництва, адміністративно-управлінські витрати (АУП), плата за оренду автомобілів, якими користуються торгові представники та ін. Але економісти і бухгалтери знають, що амортизаційні відрахування нараховуються по кварталах, а значить, вони будуть істотно змінюватись протягом року і є умовно-постійними (східцевими). Ще одним прикладом умовно-постійних витрат – витрати на ТО і ПР. Згідно графіка планово-попереджувального ремонту (ППР) технічні обслуговування проводяться залежно від кількості відпрацьованого часу. Це може істотно не співпадати з календарним часом роботи устаткування, тому що робота може бути одно-, двох- або трьохзмінна.

Розглянемо напівзмінні витрати [2]. У них включаються як постійна, так і змінна складові. Витрати на ремонт і експлуатацію устаткування (в.р.е.у.) – це витрати на амортизацію, витрати на ППР, витрати на силову енергію, на зарплатню ремонтних робітників, на транспортування продукції в межах цеху тощо. Як показано вище, жодна з цих витрат не є змінною або постійною протягом тривалого часу і мають різний характер змін.

*Пропозиції.* Необхідно: 1) кожен складову враховувати окремо і визначати характер її змін протягом часу. Зрозуміло, що всіх складових багато, тому це з прийнятним рівнем достовірності можна зробити з використанням ЕОМ. Цьому присвячена робота [6]. Проте автори не згодні з методичними підходами, коли моделюється об'єднана група витрат, що, на нашу думку, значно знижує точність, а значить і взагалі не дає можливості задовільно вирішити задачу. Тому 2) – математичне моделювання кожної групи витрат з максимальною необхідною



для кожного випадку точністю, тобто врахуванням кожної групи витрат та характеру їх зміни та розробка програми для ЕОМ. Тільки такий підхід, на думку авторів, дасть можливість з прийнятною точністю визначити точку безбитковості, а значить з тим чи іншим рівнем достовірності прогнозувати результати роботи.

### Список використаних джерел

1. Великий Ю.М. Планирование трудовых показателей в период освоения производственных процессов. Дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук. – Харьков, 1989. – 203с.
2. Друри К. Управленческий учет для бизнес-решений: Учебник / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 655 с.
3. Чимшит С., Грабовський І. Методичні аспекти формування та оцінювання зони безбитковості. Галицький економічний вісник – Тернопіль : ТНТУ, 2014. – Том 46. – № 3. – С. 155-170. – (Фінансово-обліково-аналітичні аспекти). URL: <http://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/46/189.pdf>
4. Булуй О.Г. Моделирование межі безбитковості виробництва продукції у сільськогосподарському підприємстві. Житомирський національний агроекологічний університет . URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/58.pdf>
5. Михальська О.Л. Ефективність застосування методів маржинального аналізу на олійно-жирових підприємствах України. Економічний аналіз. – 2014. – Т. 16(2). – С. 124-131. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan\\_2014\\_16%282%29\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2014_16%282%29_20)
6. Н.Л. Ющенко, П. Куслій. Моделі і програмні продукти розв'язування проблем безбитковості діяльності. Науковий вісник Полісся. 2015. № 4, С. 76-86. URL: [http://journals.uran.ua/nvp\\_chntu/article/view/68838](http://journals.uran.ua/nvp_chntu/article/view/68838)

УДК 351.863:334.72

*Цветік Ю.С., студент гр. ЕП-18  
(науковий керівник – Бугаєва М.В., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

В Україні лише протягом останніх років центральні органи державного управління звертають увагу на проблеми економічної безпеки держави. Однак ще не на належному рівні державні службовці вищого рівня усвідомлюють, що підвищення економічної безпеки держави полягає у зміцненні економічної безпеки окремих суб'єктів господарювання. Відповідно в Україні не прийнято жодного програмного документа стратегічного характеру у сфері економічної безпеки підприємництва. Це не відповідає практиці економічно розвинених держав світу, в яких підприємство (особливо мале) є не тільки об'єктом державної політики, але розглядається як чинник національної безпеки.

Актуальність економічної безпеки в умовах євроінтеграційних процесів визначається необхідністю формування внутрішнього імунітету і зовнішньої захищеності від дестабілізаційного впливу та конкурентоздатності на світових ринках, а також стійкості фінансового становища.

В Україні питанню «економічна безпека підприємства» економісти почали приділяти увагу ще з 90-х років минулого століття. На сьогодні проблема економічної безпеки на підприємстві є досить актуальною та розглядається багатьма сучасними науковцями, серед яких: О.В. Березін [2], В.П. Василенко [3], О.С. Іванілов [4], Т.М. Іванюта [1], І.Н. Карпунь [5], та інші. На жаль, економічній безпеці підприємницької діяльності в умовах євроінтеграційних процесів достатня увага не приділялася.

Мета дослідження полягає у загальному огляді системи економічної безпеки підприємництва в Україні та пошуку шляхів зниженню загроз її функціонуванню в умовах євроінтеграції.

Фундаментальною основою економічного розвитку держави є економічна безпека. Загалом, економічна безпека – це такий стан національної економіки, за якого забезпечуються захист національних інтересів, стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатність до розвитку та захищеність життєво важливих інтересів людей, суспільства, держави [1]. В свою чергу, управління економічною безпекою держави – це система організаційних та інституційно правових заходів впливу, спрямованих на своєчасне виявлення, попередження, нейтралізацію та ліквідацію загроз фінансовій безпеці держави [4].

В умовах європейської інтеграції забезпечення фінансово-економічної безпеки держави має бути першочерговим завданням, з точки зору національних інтересів. Адже, сучасні тенденції глобалізаційних фінансово-економічних і соціальних процесів узагальнюють вимоги та характеристики ефективного економічного розвитку окремих суб'єктів світової економіки, в першу чергу – національних економік.

У нашому дослідженні зосередимо увагу на підприємницькій безпеці, яка стосується безпосередньо функціонування малих і середніх підприємств, як рушійного чинника розвитку національної економіки. Сучасні підприємства, в основному є інноваційно-орієнтованими в умовах розвитку євроінтеграційних процесів і це є необхідною умовою їх конкурентоспроможності. Інноваційно-орієнтоване підприємство є таким підприємством, яке здійснює інноваційну діяльність, планує її здійснення у майбутньому, і орієнтоване на отримання результатів діяльності переважно від виробництва та продажу інноваційного продукту. Таке підприємство можна розглядати як організовану мережу інноваційних процесів, формування якої здійснюється шляхом інтеграції потоків усіх видів за етапами виробничо-збутового ланцюга інноваційної діяльності – від постачальників первинної сировини до кінцевого споживача.

Під економічною безпекою інноваційно-орієнтованого підприємства (фірми, організації) розуміється стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів (у т. ч. його інноваційних потужностей та потенціалу), що дозволяє досягти стану захищеності від внутрішніх та зовнішніх економічних загроз та подальшого стійкого розвитку в умовах нестабільності національної економіки.

У зв'язку з новими умовами господарювання, які постійно змінюються під впливом НТП інноваційна складова стає однією з найбільш вагомих для забезпечення високого рівня економічної безпеки. Тому пропонується доповнити структуру економічної безпеки інноваційною складовою (Рис. 1).

Отже, проаналізувавши погляди зарубіжних та вітчизняних вчених на сутність та складові економічної безпеки підприємництва, можна дати узагальнене визначення економічної безпеки підприємства, яка розглядається в науковій літературі як якісна характеристика економічної системи, яка визначає її здатність підтримувати нормальні умови життєдіяльності конкретного підприємства, галузі, населення, стійке забезпечення ресурсами розвитку народного господарства, а також послідовну реалізацію регіональних і державних інтересів. При чому у країнах Західної Європи термін «економічна безпека» з'явився у 70-х роках і спрощено трактувався «як економічний метод забезпечення національної безпеки». Сьогодні поняття економічної безпеки держави визначають як загальнонаціональний комплекс заходів, спрямованих на забезпечення стійкого розвитку та удосконалення структури економіки, створення механізму протидії внутрішнім і зовнішнім загрозам. Відповідно, пріоритетами в зміцненні безпеки країн Західної Європи виступають благополуччя, захищеність громадянина і т. ін. [5, с. 12].

Більшість авторів економічну безпеку підприємства трактують як сукупність зовнішніх та внутрішніх умов, при яких забезпечується надійний захист його економічних інтересів від усіх можливих видів загроз, стабільність функціонування та сталий розвиток.

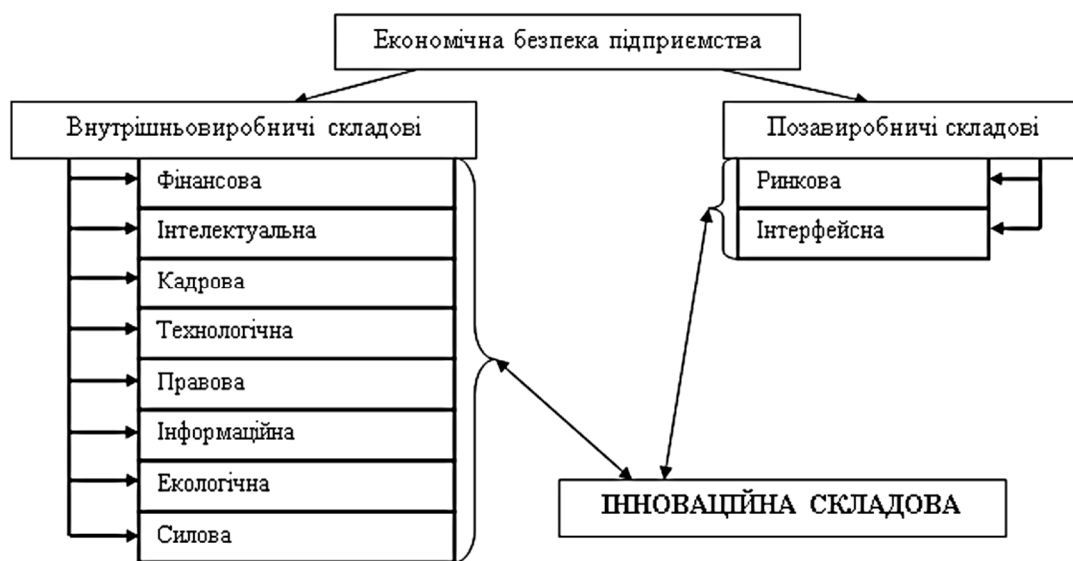


Рис.1. Структура економічної безпеки інноваційно-орієнтованого підприємства\*

\*Розроблено авторами

В умовах євроінтеграції система економічної безпеки підприємства повинна забезпечити захист від негативного впливу зовнішніх та внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів та сприяти реалізації інтересів власників, працівників, партнерів підприємства та інших зацікавлених сторін.

Метою забезпечення економічної безпеки підприємництва є мінімізація загроз розвитку бізнесу та забезпечення збереження майна підприємства. Відповідно, в сучасних умовах господарювання та в умовах євроінтеграції України, система забезпечення економічної безпеки підприємництва повинна вирішувати такі завдання:

– прогнозування та організація діяльності із попередження можливих загроз економічній безпеці підприємництва, в тому числі і загроз, які виникають в умовах розширення ринків діяльності;

– забезпечення фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності підприємств в будь-який момент часу;

– виявлення, аналіз і оцінка наявних реальних загроз економічній безпеці підприємництва, а також прийняття управлінських рішень щодо їх нівелювання;

– забезпечення технологічної незалежності та досягнення конкурентоспроможності продукції;

– підбір достатнього рівня кваліфікації персоналу та оцінка ефективності його функціонування;

– захист інформаційного середовища, комерційної таємниці та досягнення високого рівня інформаційного забезпечення роботи;

– забезпечення безпеки персоналу, капіталу, майна та комерційних інтересів.

У зв'язку із тим, що на економічну безпеку підприємництва впливає величезна кількість як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, на підприємстві повинен бути побудований механізм постійного контролю та відстеження за зміною цих факторів. Для ефективного управління економічною безпекою підприємництва, крім безлічі факторів, необхідно враховувати і сучасні умови господарювання, зокрема:

– критичне зниження рентабельності та доходів підприємств, що сповільнює переорієнтацію та стабілізацію виробництва без підтримки зовнішніх інвестиційних джерел;

– появу нових конкурентів на ринку, що зумовлено розширенням ринків в умовах євроінтеграції;

– постійне зростання витрат виробництва, що зумовлено, головним чином, монопольним ціноутворенням в системі господарських зв'язків підприємств, забезпечення його матеріальними, енергетичними, комунікаційними та іншими ресурсами [5].

Отже, в результаті дослідження виявилось, що система забезпечення економічної безпеки підприємництва в Україні, що подає своєчасні сигнали про можливі загрози, повинна бути не реактивною, а превентивною дією, що максимально запобігатиме можливій невизначеності та ризикам діяльності, а також забезпечуватиме стратегічний розвиток бізнесу, в тому числі в умовах євроінтеграційних процесів та розширення ринків збуту в цілому.

### Список використаних джерел

1. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : [монографія] / [Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко]. – К. : Лібра, 2003. – 280 с.

2. Руснак Л.Р. Фактори загроз зовнішнього середовища економічної безпеки підприємства / Л.Р. Руснак // Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук «Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи». -Наукова організація «Перспектива». – 2013. – Част.ІІ. – С. 125-129 с.

3. Паліга Н.Б. Механізми реалізації антикризової політики держави в будівельній галузі: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Н.Б. Паліга. – Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

4. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : [монографія]. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.
5. Паламарчук О.І. Класифікація загроз економічної безпеки підприємств / О.І. Паламарчук // Зб. наук. праць Одеського держ екон. ун-ту. – Одеса : ОДЕУ, 1999. – Вип. 3. – С. 63-68.

УДК 35:33

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ЗАХИСТУ ОЛІГАРХІЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ІНТЕРЕСУ**

В Україні сформувався специфічний тип господарського механізму, який базується не на дії ринкових регуляторів чи державного втручання в економіку, а на забезпеченні економічних інтересів олігархічного прошарку населення. Ринкові механізми при цьому спотворюються, а державні важелі впливу використовуються як ширма, за якою триває перерозподіл бюджетних коштів і доходів громадян на користь паразитарного класу.

Розслідування незаконних схем та шахрайства у державному секторі в Україні здійснюють переважно журналісти. Фундаментальними діями в секторі державного регулювання, що руйнують економіку України, на сьогодні є: зміна власників засобів виробництва та майна через різні схеми, в тому числі й рейдерства стратегічного економічного ресурсу – землі; оформлення власності на третіх осіб, або закордонних суб'єктів, для унеможливлення встановлення реальних власників та бенефіціарів, ухилення від сплати податків; застосування фірм-прокладок при укладанні державних контрактів для отримання значних прибутків при завищенні ціни угоди; маніпулювання тендерними процедурами, зокрема через застосування „спеціальних” умов; монополізація процесу закупівлі сільськогосподарської у селян; недопущення до офіційної приватизації реальних конкурентоспроможних суб'єктів; незалежність діяльності митниці від державних та національних інтересів, що може працювати на закордонний капітал, у тому числі й країни-агресора.

Меркантильний, виключно матеріальний інтерес не має патріотичного забарвлення, хоча може мімікрувати під нього, якщо короткостроковий акт отримання прибутку співпадає з національним інтересом. Втім, у більшості випадків, отримання прибутку визначається лише особистим бажанням, ігноруючи інтереси інших осіб, потреби держави. Цікавим є те, що багато з цих олігархів прямо чи опосередковано фінансують північного агресора, отже складається враження, що населення України через ціни на комунальні послуги примушують фінансувати системні атаки на незалежність української держави [2, с. 51].

Відповідно до закону вартості – ціна реалізації товару полягає у відповідності витрат на виробництво товару його обмінному еквіваленту [1, с. 37]. В умовах закупівлі товарів за кордоном, на внутрішньому ринку його ціна змінюється у тому ж напрямку, у якому відбуваються її зміни на світовому ринку. Натомість в Україні діє дуже цікавий механізм державного впливу на

«ринок» пального. Його єдиним реальним призначенням є обмеження суб'єктів пропозиції (а значить сприяння підвищенню цін); він діє таким чином: навіть за умови зниження цін на нафту на глобальних ринках – в Україні ціна на бензин не зменшується, і навіть може зростати.

Те саме стосується й інших монополізованих галузей: якщо відбувається зменшення курсу гривні відносно іноземних валют – ціна на закордонні товари зростає, якщо ж відбувається зміцнення гривні – ціни на товари зменшуються не завжди, і не завжди у тому ж розмірі, у якому відбувається здешевлення іноземних валют.

Якісна освіта – це те, чого, в більшості випадків не мають представники місцевого олігархату, хоча, як правило, можуть похизуватись навіть вченими ступенями. Саме тому олігархічна система не вважає освітній сектор важливим і намагається організувати його діяльність так, щоб він поступово самознищився. На макроекономічному рівні це відображається у скороченні витрат на освіту, підвищенні нормативів діяльності вузів та викладачів, зміні навчальних планів та робочих програм, збільшенні розмірів «неофіційних внесків» за різного роду адміністративні послуги (ліцензування, акредитацію, атестацію тощо) [3, с. 206]. Вбачаючи таке ставлення регулюючих органів до локомотива економічного розвитку – закладу освіти – його окремі представники починають «запозичати» такі принципи поведінки з підлеглими та конкурентами. Головною формою діяльності вузів, як регіональних, так і центральних стає рейдерство – прагнення отримати якомога більше ставок за рахунок більш слабких структурних одиниць навіть всупереч здоровому глузду, кадровим вимогам та громадській думці. Це чергове свідчення домінування матеріального мотиву та цивілізаційної деградації таких осіб, відсутності моральних та психологічних якостей, що характеризують «людину творчу» та людський потенціал [4, с. 265].

В Україні системне підвищення цін є наслідком монополізації певних секторів економіки (сільське господарство, продукти харчування, житлово-комунальні послуги, бензин та паливно-мастильні матеріали). Замість регулювання грошової маси, Центральний банк України регулює конкурентні відносини у банківському секторі. Унаслідок діяльності НБУ кількість банків в Україні системно скорочується, однак, протягом останніх років жоден російський банк не зник, і їх позиції системно покращуються. Це означає, що українські банки створюють дедалі меншу конкуренцію ворожим суб'єктам, внаслідок скорочення їх кількості [5, с. 116].

Крім цього, одним з реальних механізмів фінансового шахрайства, девальвації гривні та виведення грошового капіталу за кордон є рефінансування, яке здійснює НБУ. Цей елемент монетарної політики ніколи не розглядався як джерело корупції, хоча саме він призводить до зростання курсу. Наприклад: банк отримує 200 млрд грн. і використовує їх не на покриття розривів, а на придбання іноземної валюти. В результаті такого попиту курс валюти миттєво вирушає вгору, а гривня, відповідно, знецінюється. Після цього банк продає частку валюти, наприклад, еквівалентну 150 млрд. грн. на момент придбання, але вже за новою, вищою ціною, що дозволяє йому повернути кошти НБУ, отримати долари, обвалити гривню, зробити населення ще біднішим через поступове зростання цін. В усіх фінансових кризах з моменту введення гривні, слід розглянути роль рефінансування у стрибках валютних курсів [5, с. 117].

З початку російської агресії, українська національна валюта девальвувала у 3,5 рази, в той час, як російський рубль знецінився лише в 3 рази. І це за умов, що країна-агресор знаходиться під багатьма санкціями, які ускладнюють надходження до неї іноземної валюти. Україна ж навпаки функціонує у межах світового сприяння у сфері світової торгівлі. Отже, наша девальвація – внутрішня і рукотворна. При цьому імпорт російських товарів до України системно зростає, і за такою логікою, ми, майже єдина країна у світі, хто підтримує економіку держави, що на нас напала.

Державна політика у сфері надання дотацій також має виключно суб'єктивний характер, дотації надаються окремим представникам та окремим компаніям. Все це сприяє погіршенню конкурентного середовища, скорочує обсяг незалежних один від одного товаровиробників, призводить до посилення монопольної влади отримувачів дотацій та зростання цін у галузі.

Як бачимо, всі ці риси властиві ХХ століттю, і не мають ніяких реальних економічних, наукових чи будь-яких інших результатів. Сенсом діяльності такої системи є формування двокласового суспільства: пануючого класу, що складається з політичної та економічної «еліти», класу споживачів та «планктону», який існує для годування правлячого класу. Така система не прагне до розвитку, її метою є консервація статус-кво [6].

Беручи до уваги те, що регулюючі органи системи державного управління виконують не властиві їм функції, треба відмовитись від них і повернутись до звичайних завдань, визначених часом і досвідом розвинутих країн [7].

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Національна економіка : навч. посіб. / Роман Яковенко. – [2-ге вид., випр.]. – Кіровоград : «КОД», 2010. – 548 с. : іл.
2. Яковенко Р.В. Використання досягнень Дж.М. Кейнса для зміцнення сучасної України / Р.В. Яковенко, А.О. Головатий // Матеріали за 12-а міжнародна научна практична конференція [«Настоящи изследвания и развитие – 2016»]. (Софія, Болгарія, 15-22 січня 2016 р.). – Софія : «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2016. – Том 3 : Ікономики. Държавна администрация. – С. 50-52.
3. Яковенко Р.В. Відносини капіталу в сфері вищої освіти як джерело руйнування інноваційного потенціалу України / Р.В. Яковенко, Д.В. Яковенко // Розвиток інноваційно-інтегрованих структур у вимірі формування інноваційно-орієнтованої моделі економіки : збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 21-22 березня 2018 року, м. Кропивницький. – Кропивницький : «Ексклюзив-Систем», 2018. – С. 205-207.
4. Яковенко Р.В. Використання сучасних економічних концепцій у процесі управління вищою освітою в Україні / Р.В. Яковенко // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. – К. : Український державний університет фінансів та зовнішньої торгівлі. – 2014. – № 1 (72). – С. 260-269.
5. Яковенко Р.В. Політика НБУ в концепції національної безпеки України / Р.В. Яковенко // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 26 травня 2017 р., м. Харків. – Т. 1. – Харків : ХНАДУ, 2017. – С. 116-117.
6. Яковенко Р.В. Інформація в системі державного управління як ціновий фактор / Р.В. Яковенко, В.В. Зайченко // Ефективна економіка. – К., 2019. – № 2. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6901>. – Назва з титул. екрана. – Дата перегляду : 1.03.2019.
7. Яковенко Р.В. Необхідність трансформації завдань державного регулювання в умовах сучасної економіки України / Роман Яковенко // Агросвіт. – 2019. – № 8. – С. 33-40.

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,  
Гріневич С.В., студент  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ЗНАЧЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ**

До основних чинників, що сприяли виникненню глобальних проблем життєдіяльності людства можна віднести: швидке зростання чисельності населення (демографічний вибух), яке до того ж характеризується нерівномірністю по регіонах світу і окремих країнах; співвідношення чисельності населення та обсягу продуктів харчування (продовольча проблема); стійке нарощування промислового й сільськогосподарського виробництва; збільшення обсягу видобутку корисних копалин; житлове, промислове будівництво та прокладання нових транспортних магістралей і комунікацій; забруднення навколишнього середовища [3, с. 9].

В той же час, сучасна демографічна криза України та загальна тенденція до скорочення чисельності населення, подекуди мають суто регіональний характер. Економічні та демографічні ускладнення мають свою специфіку, що властиві саме цій території із наявним складом та структурою ресурсів, характерним ландшафтом та кліматом [5, с. 158]. Нерівномірність економічного розвитку різних регіонів України та наявність суттєвих відмінностей у тенденціях до зміни демографічної ситуації вимагають дослідження регіональної специфіки щодо можливості та рівня інтенсивності здійснення соціально-економічного впливу на проблемні явища в соціально-демографічному секторі.

Чисельність населення найбільше впливає на формування контингенту трудових ресурсів і потенціалу внутрішнього ринку країни або регіону. Певною мірою вона визначає й розмір валового внутрішнього продукту країни, хоча ця залежність не пряма: вирішальний вплив на цю величину справляють інші фактори (наприклад продуктивність праці) [4, с. 79].

Природні умови, до яких належать клімат, рельєф, геологічна будова, географічне положення, можуть в одному випадку гальмувати розвиток суспільного виробництва (сільське господарство в Сахарі або на Крайній Півночі, транспорт у гірських районах) та вважатись несприятливими, а в іншому – створювати додаткові умови для прогресу: нормальне зволоження, достатня річна сума додатних температур, родючість первинного ґрунту [4, с. 66].

Природні умови були первинним фактором, що визначав щільність розселення людей та здійснював вплив на демографічні процеси первісного людства. Сучасні мотиваційні механізми демографічної поведінки суспільства є більш складними, вони включають до себе економічні, соціальні, екологічні та інші чинники, але природний фактор зберігає одну з домінуючих ролей. Стратегічною ідеєю збалансованого розвитку можна визначити збереження біосфери як середовища життєдіяльності нинішніх і майбутніх поколінь на основі досягнення збалансованості соціально-економічного та екологічного розвитку, покращення якості життя населення і стану природи [2, с. 62].

Зміни природи відбиваються, перш за все, на якості середовища, а також на якості та кількості природних ресурсів, що сприяє погіршенню здоров'я населення і умов праці, погіршенню умов роботи техніки, погіршенню якості та



зменшенню кількості продукції галузей природокористування. Крім того, з антропогенно-техногенними змінами природи пов'язана втрата генофонду [1, с. 9].

У цьому напрямку, головним соціально-економічним завданням сучасного суспільства, в розрізі його біологічного відтворення, є унеможливлення негативного природного впливу, запобігання та мінімізація людських втрат внаслідок об'єктивних природних негараздів, трансформування природного середовища на сектор адекватної взаємодії «людина – природа» із мінімальним втручанням людини до природних процесів.

Регіональний системний моніторинг являє собою систему спостережень за станом перетворених ландшафтів, ландшафтно-технічних систем та їх середовища з метою визначення степеню їх антропогенної перетвореності, оцінки, прогнозування та регулювання [1, с. 100]. Створення національної служби такого моніторингу із визначенням систем заходів при прояві кожного з можливих негараздів є первинним заходом, що вимагає не лише відповідного наукового аналізу, а й системного безперервного фінансування.

Етичні принципи взаємодії з природним середовищем змінюються в процесі розвитку людства, суспільної свідомості та економічного світосприйняття, але в обов'язковому порядку, вони мають включати до себе [6]:

– сприйняття природи не лише як оточуючого середовища, а й як елементу фізіологічної та духовної складової людського існування;

– використання природних ресурсів як фактору розвитку Землі, а не лише людини тощо.

При застосуванні регуляторної політики та стимулюванні економічної ініціативи на рівні регіону, програмування економіки на рівні місцевої влади визначається (обмежується) кордонами і проблемами певної області, і не узгоджується з політикою інших областей, що входять до певного регіону (економічного району). Це може призвести до подальшого і остаточного розшарування різних територій на позитивні та депресивні, хоча саме вирівнювання їхнього стану – є одним із головних пріоритетів державної регіональної політики.

Кожна окремо взята територія має свою специфіку, що може бути використана в процесі подолання чи запобігання демографічної кризи у вигляді скорочення загальної чисельності населення країни. Серед факторів, що спроможні здійснювати вплив на демографічні процеси, ми відносимо: природні умови, наявний ресурсний потенціал певної території та інтенсивність його використання, регіональний господарський механізм та суб'єктів міжрегіональної соціально-економічної співпраці.

### Список використаних джерел

1. Гавриленко О.П. Геоекологічне обґрунтування проектів природокористування : навч. посіб. / О.П. Гавриленко. – К. : Ніка-Центр, 2003. – 332 с.
2. Горленко І.О. Концепція збалансованого розвитку : принципи і механізми реалізації в Україні / І.О. Горленко, С.А. Лісовський, Л.Г. Руденко // Україна : географічні проблеми сталого розвитку. Зб. наук. праць. В 4-х т. – К. : ВГЛ Обрії, 2004. – Т. 1. – С. 62-70.
3. Дмитрук О.Ю. Безпека життєдіяльності : навч. посіб. для студ. природознав. ф-тетів / О.Ю. Дмитрук, Ю.В. Щур. – К. : ВЦ «Київський університет», 1999. – 209 с.
4. Розміщення продуктивних сил : підруч. / [За ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлюк, В.Ф. Семенова]. – 4-те вид., випр. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2001. – 351 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
5. Яковенко Р.В. Регіонально-географічні фактори соціально-економічного впливу на демографічні процеси / Роман Яковенко // Зовнішня торгівля : право та економіка. – К. : Українська академія зовнішньої торгівлі. – 2006. – № 5 (28). – С. 158-162.
6. Яковенко Р.В. Територіальні чинники соціально-економічного впливу на демографічні процеси [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://www.surma-ua.info/?p=3549>.

## СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ»

УДК 33:36

*Бугаєва М.В., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, та створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства. Сьогодні соціально відповідальна поведінка є обов'язковим елементом успішного підприємництва, а провідні міжнародні та вітчизняні компанії перетворюють концепцію соціальної відповідальності в найефективніший інструмент забезпечення своєї конкурентної переваги.

Актуальність розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності визначається рядом економічних проблем і зростанням рівня конкуренції між підприємствами, а також підвищенням ролі споживачів. Тому в сучасних умовах господарювання, важливою конкурентною перевагою кожного вітчизняного підприємства є розроблення дієвої стратегії корпоративної соціальної відповідальності, що забезпечить задоволення соціальних потреб усіх рівнів.

Провідні міжнародні інституції (ООН, МОП, Міжнародна організація зі стандартизації, Світовий Банк, Європейська Комісія, Міжнародна конфедерація профспілок та ін.), наукові і громадські організації реалізують різноманітні проекти з дослідження КСВ. Дослідженню корпоративної соціальної відповідальності присвячені праці Ю.Є. Благова, Г. Боуена, І.П. Булеєва, П. Друкера, К. Девіса, А. Керрола, Ф. Котлера та Н. Лі, С.П. Перегудова, С. Сеті, О. Тіда та ін. Роль корпоративної соціальної відповідальності у системі соціально-трудова відносин висвітлювалася у працях Т.А. Костишиної, В.І. Куценко, У.Я. Садової, М.В. Семікіної, Л.В. Шаульської, колективних монографіях учених Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАНУ, Інституту економіки промисловості НАНУ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» та ін. Проте їхня увага переважно зосереджена на теоретико-методологічній концептуалізації соціальної відповідальності. Поза межами досліджень залишаються механізми забезпечення сучасних практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні, зокрема визначення конкретних напрямів впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремого підприємства. Зазначене зумовило вибір теми, мету та завдання дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування конкретних напрямів впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремого підприємства.

За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому. Виходячи з комплексного вивчення підходів зарубіжних і вітчизняних вчених до визначення поняття «соціальна відповідальність», ми пропонуємо таке визначення корпоративної соціальної відповідальності – це складна система взаємопов'язаних елементів управління ресурсами підприємства, яка направлена на вирішення суперечливих розбіжностей зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що забезпечує стійкий розвиток підприємства; це відповідальність тих, хто схвалює бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені.

В свою чергу корпоративна стратегія – це сукупність дій, в якій окремі комбінації поведінки підприємства підпорядковані заздалегідь обдуманому плану, що допомагає йому досягти встановленої мети. Концепція корпоративної стратегії спрямована на досягнення однієї мети – збільшення добробуту власників капіталу через збільшення біржової вартості акцій корпорації. Але важливо зазначити, що обираючи загальну мету корпоративної стратегії, корпорація повинна визначитися з основними її орієнтирами.

Створення умов для ефективного функціонування КСВ на підприємстві потребує реалізації стратегії КСВ у процесі здійснення комплексних інституціональних та організаційних заходів. Основний цикл регулювання стратегії КСВ на підприємстві складається із стадій: підготовчої, організаційно-економічної, виконавчої, моніторингової.

На підготовчій стадії визначаються програмні та ресурсні орієнтири впровадження стратегії КСВ шляхом поєднання стратегічних цілей підприємства та тактичних завдань, а також забезпечення їх необхідними ресурсами. У рамках організаційно-економічної стадії вирішуються завдання організаційно-структурного та нормативно-правового характеру. Головним завданням стадії є формування бази для функціонування корпоративних соціально-орієнтованих відносин. На виконавчій стадії здійснюється безпосередня реалізація програм та проектів відповідно до затвердженої стратегії, за необхідності відбувається навчання чи консультування персоналу та відповідальних осіб. Завершальним етапом та результатом виконавчої стадії є складання звітності, в тому числі і нефінансової та її оприлюднення. На стадії моніторингу головним завданням є спостереження за виконанням стратегії, її результатами і впливом на діяльність підприємства.

Залежно від особливостей взаємин підприємства з різними інститутами та суб'єктами соціально-економічного середовища виділимо п'ять сфер реалізації стратегії соціальної відповідальності підприємств. Однією з найважливіших, і навіть обов'язкових сфер реалізації КСВ, є відповідальність бізнесу перед державою щодо своєчасної та повної сплати податків і платежів до бюджету.

В основі стратегії соціально відповідальної поведінки підприємства щодо навколишнього середовища лежить реалізація таких заходів, як використання ресурсо- та енергозберігаючих технологій; мінімізація негативного впливу на довкілля через обмеження шкідливих викидів у навколишнє середовище та використання й утилізації відходів; економне використання, захист та відновлення природних ресурсів.

Нами було проведено дослідження щодо можливих напрямів реалізації стратегій КСВ, які потенційно можуть бути застосовані на конкретному підприємстві та охоплюють сфери фінансової, трудової, суспільної та екологічної відповідальності. Результати дослідження представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Напрями реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Назва	Загальна характеристика напрямів стратегічного управління КСВ
Фінансова відповідальність	– створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та рентабельності
Соціально-судова відповідальність	– система оплати праці та мотивації працівників; – підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників; – охорона здоров'я працівників; – забезпечення безпеки праці
Соціальна відповідальність	– забезпечення житлом; – розвиненість соціальної інфраструктури; – охорона здоров'я; – наявність оздоровчих об'єктів; – забезпеченість соціокультурними об'єктами
Суспільна відповідальність	– співпраця з місцевим співтовариством та місцевою владою щодо вирішення важливих для громади проблем; – забезпечення випуску якісної продукції та запровадження системи оцінки якості; – дотримання принципів добросовісності та повноти при сплаті податків та інших обов'язкових платежів; – формування позитивного іміджу серед діючих та потенційних інвесторів та кредиторів
Екологічна відповідальність	– запровадження системи екологічного менеджменту, інтегрованої у всі етапи діяльності підприємства. Система екологічного менеджменту має охоплювати два етапи: стабілізацію екологічної ситуації та її покращання

Загалом, алгоритм розробки та впровадження стратегій КСВ у діяльність підприємства, окрім зазначених елементів, має включати постійний моніторинг результативності реалізації основних напрямів КСВ з метою відстеження відхилень, їх фіксації та прийняття управлінських рішень для їх усунення.

Однак, загалом в стратегії корпоративно-соціальної відповідальності слід виділяти шість основних соціально відповідальних програм, які можуть бути впроваджені підприємством у свою діяльність, а саме: 1) розвиток персоналу; 2) охорона здоров'я і створення безпечних умов праці; 3) соціально відповідальна реструктуризація; 4) природоохоронна діяльність і ресурсозбереження; 5) розвиток територій присутності; 6) добросовісна ділова практика.

Невід'ємною складовою стратегії корпоративної соціальної відповідальності має стати розробка постійного двостороннього зв'язку між підприємством та громадськістю, який би дозволив не лише поширювати інформацію про діяльність підприємства у сфері корпоративної відповідальності, а й оцінювати її відповідність потребам і очікуванням зацікавлених сторін та суспільства загалом.

У трудових відносинах вона охоплює всі елементи гідної праці: не просто вчасно виплачену, а достатньо високу заробітну плату, нормативно визначену тривалість робочого дня, повагу до працівників, соціальне страхування і соціальні гарантії, безпеку на виробництві та ін. Підприємства повинні гарантувати зайнятість, планувати трудову кар'єру, сприяти розвиткові корпоративної культури, залучати працівників до участі в управлінні.

Напрями реалізації стратегії КСВ у трудових відносинах системно представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Напрями реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності у трудових відносинах

Напрями реалізації КСВ у трудових відносинах	Складові реалізації КСВ у трудових відносинах
Заходи соціального захисту працівників	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ліквідація дискримінації за будь-якою ознакою;</li> <li>– підтримка гідної оплати праці;</li> <li>– застосування мотиваційних схем оплати праці;</li> <li>– надання соціального пакета;</li> <li>– участь працівників у доходах та розподілі прибутку</li> </ul>
Розвиток та підтримка персоналу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– підвищення рівня кваліфікації;</li> <li>– навчання та забезпечення професійного і кар'єрного зростання;</li> <li>– програми адаптації;</li> <li>– підтримка внутрішніх комунікацій у організації;</li> <li>– формування корпоративної культури;</li> <li>– надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях;</li> <li>– забезпечення балансу між роботою та сім'єю;</li> <li>– створення можливостей трудової самореалізації представникам вразливих груп;</li> <li>– інформаційно-роз'яснювальна робота щодо участі в соціальних програмах організації;</li> <li>– навчання та інформування працівників у сфері соціальної відповідальності</li> </ul>
Охорона здоров'я та безпечні умови праці	<ul style="list-style-type: none"> <li>– охорона праці та техніка безпеки;</li> <li>– підтримка належних санітарно-гігієнічних умов праці;</li> <li>– медичне обслуговування працівників та їх сімей;</li> <li>– профілактика професійних захворювань;</li> <li>– забезпечення лікувально-реабілітаційних заходів;</li> <li>– створення ергономічних робочих місць;</li> <li>– підтримка материнства та дитинства;</li> <li>– додаткове медичне страхування</li> </ul>
Розвиток соціально-культурного сервісу	<ul style="list-style-type: none"> <li>– надання житла працівникам;</li> <li>– створення та підтримка власних творчих колективів;</li> <li>– створення мережі соціальних закладів;</li> <li>– створення умов для відпочинку працівників</li> </ul>
Соціально відповідальна реструктуризація	<ul style="list-style-type: none"> <li>– реорганізація трудових процесів;</li> <li>– зменшення рівнів ієрархії;</li> <li>– скасування структурних елементів за допомогою аутсорсингу і надання самостійності структурним підрозділам;</li> <li>– проведення інформаційних кампаній, які висвітлюють структурні зміни в майбутньому;</li> <li>– заходи з професійної перепідготовки кадрів;</li> <li>– сприяння у працевлаштуванні;</li> <li>– здійснення компенсаційних виплат працівникам, які потрапили під скорочення штату</li> </ul>

Ефект від використання соціального партнерства як засадничого принципу реалізації стратегії КСВ можна отримати лише в тому випадку, коли дотримання соціально відповідальної поведінки буде регулярним і досягатиметься шляхом постійної взаємодії соціальних партнерів.

Одним з найважливіших елементів концептуальних засад реалізації стратегії КСВ у трудових відносинах є вибір форм реалізації соціального партнерства, адже саме на їхній основі здійснюється ефективна взаємодія соціальних партнерів. Такий вибір повинен ґрунтуватись на основі визначення поточного стану та наявних можливостей за пріоритетними напрямками соціальної відповідальності у трудових відносинах.

Рівень соціальної відповідальності суб'єкта господарювання залежить від кількості добровільно взятих ним суспільних і корпоративних обов'язків.

Основні напрями стратегії соціально відповідальної діяльності, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності на добровільних засадах відображені на рис. 1.

Отже, на загальнодержавному рівні поширення стратегії корпоративної соціальної відповідальності на засадах соціального партнерства сприятиме зменшенню соціальної напруги, виявленню прихованих форм соціальної напруженості в національній економіці, розробці своєчасних заходів щодо запобігання її зростанню, забезпеченню соціальної стабільності. В умовах сучасного розвитку ринкового середовища правильно побудована стратегія соціальної поведінки підприємства є запорукою лояльності споживачів і передумовою формування позитивного іміджу підприємства. Оскільки недостатньо розробленими залишаються механізми практичного втілення соціально відповідальних стратегій за окремими напрямками, подальшу увагу варто акцентувати на пошуку шляхів та дієвих рішень щодо узгодження інтересів підприємства з громадою, владою взаєморозуміння і взаємовигоди.

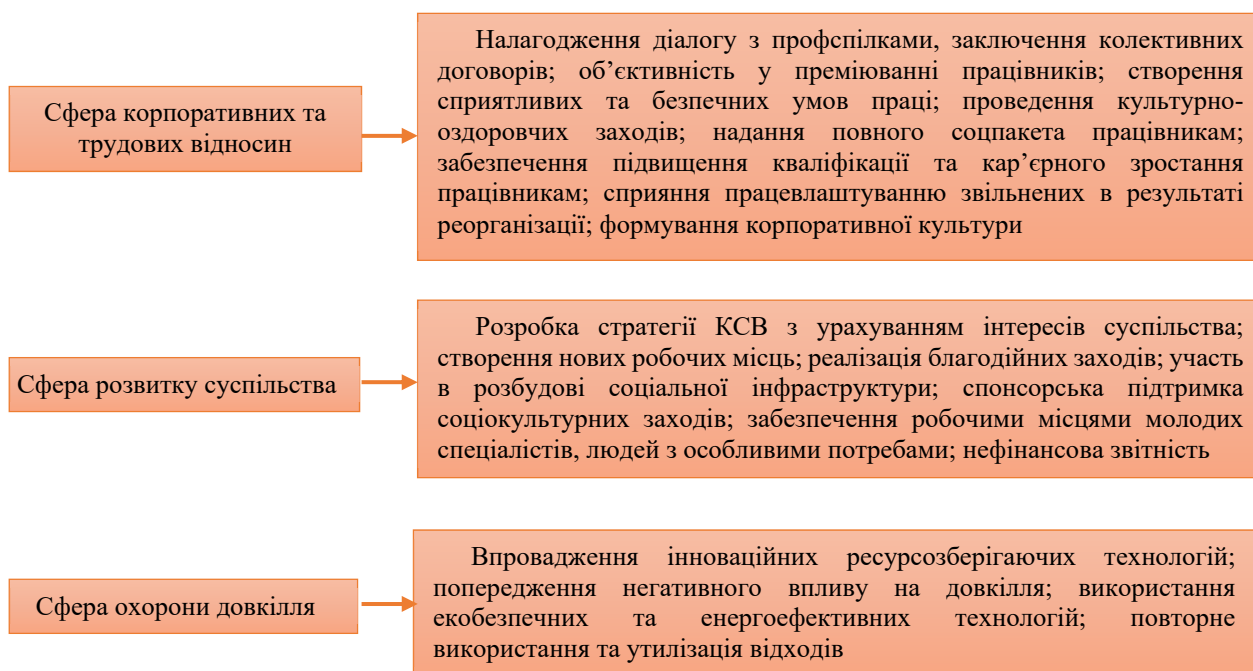


Рис. 1. Напрями реалізації стратегії соціальної відповідальності підприємства

## Список використаних джерел

1. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета: Сб. научн. трудов. – Санкт-Петербург, 2006. – Вып. 2. – С. 324.
2. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 39-46.
3. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; [пер. з англ. С. Яринич]. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
5. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [моногр.] / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.] ; ред. А.М. Колот. - К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
6. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y. Harpers Row, 1953. – 298 p.
7. Fridman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profits / M. Fridman // New York Times Magazine. – 1970. - № 32. – p. 122-126.

УДК 33:36

*Губарева В.Г., студент 5-го курсу ФОПМ,  
Червінська Л.П., д.е.н., проф.  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ*

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації економічного розвитку та загострення конкуренції зростає значимість соціальної відповідальності підприємств і організацій, що позитивно позначається на їх репутації та іміджі. Програми соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу дають можливість забезпечувати вирішення найважливіших економічних проблем, пов'язаних із забезпеченням сталого економічного розвитку, використанням природних ресурсів, екологізації довкілля, мотивації і розвитку персонал тощо.

Найбільші корпорації світу сьогодні відомі своїми вчинками доброї волі і витрачають значні кошти на реалізацію заходів соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність є невід'ємною складовою бізнес-процесів світових лідерів на глобальному ринку, про що свідчить діяльність таких інноваційно-орієнтованих організацій як Johnson&Johnson, Netflix, Starbucks, Google, Coca-Cola.

Вдалим прикладом ефективною реалізації соціальної відповідальності бізнесу є світовий гігант Johnson&Johnson, діяльність якого протягом трьох десятиліть зосереджена на зменшенні негативного екологічного впливу на навколишнє середовище. Соціально відповідальні ініціативи компанії в екологічній сфері варіюються від використання сили вітру до забезпечення

безпечної води для громад всього світу. Придбання приватного постачальника енергії в Техаському Панхандлі дозволило компанії зменшити забруднення довкілля за рахунок використання альтернативної відновлювальної електроенергії. Johnson&Johnson продовжує свою діяльність з пошуку варіантів відновлюваної енергії з метою забезпечення 35% своїх потреб енергії з поновлюваних джерел. Останнє забезпечило відповідне зростання іміджу організації серед своїх конкурентів.

Такі відомі компанії, як Netflix та Spotify, пропонують відповідні соціальні переваги для підтримки своїх співробітників та сімей. Так, в Netflix впроваджено 52 тижневу оплачувану відпустку для працівників, що мають дітей, яку можна використовувати в будь-який час, незважаючи на досягнення певного віку дитини. Для порівняння: в інших технологічних компаніях відповідна відпустка складає лише 18 тижнів. Подібну програму відпусток пропонує компанія Spotify, хоча в неї тривалість оплачуваної відпустки складає лише 24 тижні.

Орієнтуючись на диференціацію процесу найму, соціальна політика компанії Starbucks зорієнтована на забезпечення використання можливостей різних груп населення. До 2025 р. Компанія зобов'язалася працевлаштувати близько 25 000 працівників-ветеранів, однак при цьому надається перевага молодим особам, які претендують на перше робоче місце (покоління Z). Важливою ініціативою соціально відповідальної політики компанії є її об'єднання з Агентством ООН у справі допомоги біженцям, з метою забезпечення роботою до кінця 2022 року близько 10 000 осіб [1].

Компанія Google стала відомою не лише завдяки реалізації її екологічних ініціатив, але й принципової політики вищого керівництва, а саме генерального директора С. Пічаю, який виступає на захист мусульманських інтересів у сфері соціальних питань, в супереч негативних коментарів з цього приводу президента Д. Трампа. Важливо зазначити, що компанія Google також має найвищий показник корпоративної соціальної відповідальності в ІТ-галузі завдяки своєму центру обробки даних, який використовує на 50% менше енергії, ніж традиційно це здійснюється у світовій практиці. Нею також виділено понад 1 мільярд доларів США на проекти з відновлювальної енергетики, що дає можливість іншим підприємствам зменшити вплив на навколишнє середовище за допомогою таких служб, як Gmail [2].

Певний інтерес у сфері КСВ представляє діяльність компанії Coca-Cola. Однією з останніх її ініціатив є призупинення комерційної реклами з квітня місяця 2020 року у зв'язку з необхідністю збереження здоров'я людей через поширенням вірусу COVID-19. При цьому близько 120 мільйонів доларів будуть спрямовані на соціальний захист її співробітників та місцевих громад. На сьогоднішній день компанія забезпечує захисними засобами та напоями медичних працівників, а також піклується про вразливі групи людей, доставляючи їм продовольчі товари першої необхідності.

Позитивні приклади соціальної відповідальності та позитивного іміджу засвідчують і вітчизняні компанії. Зокрема, телерадіокомпанією студія 1+1 у 2017 році була організована «Естафета добра», коли співробітники різних відділів виконували різноманітні «добрі вчинки» – догляд за пенсіонерами у



Київському пансіонаті ветеранів праці, допомога притулку для безпритульних тварин благодійного фонду «Сіріус», здача крові в Міському центрі крові м. Києва і багато інших ініціатив. «Естафета» стала настільки популярною, що у 2018 році до неї долучилися такі відомі українські компанії, як мережа АЗК ОККО, міжнародна аудиторсько-консалтингова компанія EY в Україні, SoftServe, фармацевтична компанія «Фармак» та інші [3]. Компанія Рошен в умовах поширення пандемії коронавірусу відпустила на оплачуваний карантин всіх співробітників старше 55 років, а також активно залучилась до програми надання матеріальної допомоги літнім людям, забезпечення найбільш вразливих верств населення м. Києва продуктовими наборами. Останнє, в свою чергу, позитивно позначилось на її репутації та іміджу.

Подібні практики соціальної відповідальності та позитивного іміджу організацій, вважаємо варто досліджувати і поширювати на інші суб'єкти бізнесу.

Впровадження підходів з соціальної відповідальності необхідне не лише для забезпечення соціального захисту громадян та подолання кризових явищ і процесів, а й для створення позитивного іміджу підприємств та організацій. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств сприятиме покращенню не лише їх конкурентних позицій а й держави в цілому. Крім того розвиток соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу забезпечить більші можливості його інтеграції до світового ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. 16 brands doing corporate social responsibility / DMI Daily Digest: [Electronic resource]. Access mode: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
2. 5 excellent examples of corporate social responsibility / Don't Panic: [Electronic resource]. Access mode: <https://www.dontpaniclondon.com/5-excellent-examples-of-corporate-social-responsibility/>
3. Соціальна відповідальність 1+1 медіа / Сайт телекомпанії 1+1: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://media.1plus1.ua/ua/csr/employees>

**УДК 33:36**

*Деревець К.О., студент 3-го курсу  
(науковий керівник – Мустеца І.В., к.е.н., доц.)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ**

Високий рівень економіки – це високий рівень життя населення. Для досягнення такого результату у нашій країні постійно проводяться різноманітні реформи та вносяться зміни до законів. Проте, щоб усі зусилля не були марними,

всі суб'єкти ринкової економіки повинні розуміти свою соціальну відповідальність.

Соціальна відповідальність – це усвідомлення усіма суб'єктами нашої держави того, що усі ми є частиною єдиного соціального простору – нашої держави, що усі ми повинні бути свідомими й виконувати наші обов'язки перед суспільством, його громадянами та самою Україною.

Соціальну відповідальність бізнесу можна визначити за допомогою взаємозалежності бізнесу і суспільства тоді, коли досягається взаємна вигода для обох сторін. Вона проявляється, наприклад, в тому, що підприємці мають ті чи інші зобов'язання перед жителями його країни, а остання, у свою чергу, допомагає в створенні умов для розвитку бізнесу. Іншою вигодою для бізнесменів є те, що інвестори більше зацікавлені в країнах з добре розвиненим соціальним середовищем, ніж в тих, де повно суспільно-політичних проблем. Також варто зауважити, що подібні дії закличуть до себе споживачів виготовлених товарів та наданих послуг (за певних умов можна навіть отримати пільги від держави).

Проте не зважаючи на перераховані вище аспекти, підприємці не так вже й часто бажають нести цю відповідальність. До причин такої поведінки можна віднести позапланові затрати на проведення різних публічних заходів, які, звісно ж, не принесуть ніяких економічних вигод найближчим часом (а якщо і принесуть, то неможливо вирахувати які та коли); необхідність розуміння суті некомерційної діяльності й способів взаємодії з громадськістю; відсутність вказівок у вирішенні тих чи інших соціальних проблем з якими ще не доводилося стикатися та які не завжди тісно пов'язані виключно з економічними проблемами.

Чи не єдиною метою залучення до соціальної діяльності є бажання звільнитися від оподаткування.

Дослідженнями пов'язаними із соціальною відповідальністю бізнесу займався М. Фрідман, який вважав, що якщо керівники почнуть використовувати корпоративні кошти на діяльність, яка не має на меті збільшення прибутку до найвищого рівня, то ефективність ринкового механізму буде підірвана, а ресурси – неефективно розподілені в економіці [1].

У своїй праці «Капіталізм і свобода» М. Фрідман ідею про соціальну відповідальність бізнесу називає підривною доктриною у вільному суспільстві, наголошуючи на тому, що соціальна відповідальність бізнесу зводиться до єдиного, а саме використання наявних ресурсів та провадження діяльності, спрямованої на збільшення своїх прибутків в умовах відкритої та вільної конкуренції без обману чи шахрайства [1].

Паралельно з цим світова наука володіє значною частиною теоретичних досліджень пов'язаних з проблемою соціальної відповідальності яка є вагомим важелем механізму соціально-економічного розвитку. Серед найбільш популярних ранніх моделей соціальної відповідальності слід назвати піраміду корпоративної соціальної відповідальності А. Керролла (1991 р.), що передбачає ієрархію виконання зобов'язань, які переходять від економічних та юридичних до більш соціально орієнтованих (етична та благодійна відповідальність) [2], а також модель Акермана [3].

Причина, чому є досить мало робіт пов'язаних з даною тематикою полягає в тому, що саме поняття «соціальна відповідальність» прийшло до нас відносно недавно. Вивченню даної проблеми на сьогодні приділяють час О. Редько, О. Грішнова, О. Лазоренко, Ю. Бегма, Л. Грицина.

Що ж являє собою соціальна відповідальність бізнесу в наших реаліях? Насправді все набагато простіше, ніж здається.

Візьмемо для прикладу підприємця, який займається виробництвом кисломолочної продукції. В першу чергу він розуміє, що несе відповідальність перед усіма, хто буде споживати його товари. А тому він і його компанія створюють здорові, натуральні, а тому й нешкідливі молочні продукти, які можуть споживати як дорослі, так і діти.

Розуміючи, що люди хвилюються за своє здоров'я, власник викладає на своєму сайті усю правдиву інформацію про кожен товар, що представляє його марку. А оскільки наш бізнесмен все робить по закону, то він, звісно ж, не боїться ніяких перевірок.

Будучи свідомим громадянином він запобігає забрудненню будь-якими шкідливими відходами навколишньому середовищу. І аби зменшити їх кількість він запроваджує новітні технології на своєму підприємстві разом з тим збільшуючи асортимент, якість та швидкість вироблення продукції.

Відповідальність він несе і перед своїми робітниками: сплачує вчасно зарплати, лікарняні та відпускі, виплачує премії, створює задовільні умови праці на підприємстві, надає необхідний спецодяг та турбується про безпеку праці на його виробництві.

І, певна річ, виділяє кошти на різні благодійні організації та культмасові заходи.

Таким чином у нього на підприємстві немає проблем із недостатньою кількістю працівників, відсутні будь-які проблеми із податковим законодавством і, маючи добру репутацію у своїх колах, він стає ідеальним партнером з яким будь-хто бажає укладати договори.

На жаль, як вже згадувалося вище, в Україні з не зовсім прозорою економікою ситуація знаходиться досить далеко від ідеалу. Для того ж, щоб покращити стан державі необхідно змінити податкове законодавство, яке дає завеликий тиск на підприємницьку діяльність країни. Зменшивши податковий тягар, бізнесмени зможуть звільнити кошти й направити їх на розвиток свого бізнесу. Розвиваючи бізнес, вони будуть наповняти крамниці та магазини вітчизняним товаром, таким чином зменшивши імпорт та потроху збільшуючи експорт країни в цілому. А збільшивши достатньо прибуток, вони збільшать і вклад в соціальні програми.

Також важливим кроком буде удосконалення пенсійної системи. Кожен громадянин кожної держави сподівається провести свою старість разом з онуками та достатньою кількістю коштів на батьківщині. А тому разом зі змінами законів зміняться і пріоритети працівників: вони підуть туди, де, можливо, трохи менше платять, проте платять офіційно. Через проблеми з персоналом з'явиться і проблема з виробництвом товару. Виходячи з цього у роботодавця не залишиться вибору, окрім офіційного працевлаштування кожного робітника.

Останнім, але не менш важливим пунктом, буде створення інноваційних і наукомістких проектів за допомогою накопичувальної схеми технопарків, яка припускає пільгове оподаткування. З розвитком даного напрямку відкриється можливість підтримувати науково-технічний потенціал країни і зберегти вітчизняні наукові кадри.

В кризових умовах в яких зараз знаходиться Україна бізнес був навчений боротися лише за себе. А тому для подолання кризи, необхідно аби влада пішла на поступки, таким чином давши поштовх до розвитку економіки і, як результат, покращення соціального життя населення.

Соціальна відповідальність – це те, чому нашій країні потрібно ще вчитися не один рік, але за допомогою рішучих дій кожного можна подолати економічну кризу і полегшити дихання підприємництву та покращити життя населення.

### Список використаних джерел

1. Friedman M. The Best of the OLL No. 17: Milton Friedman, «Capitalism and Freedom» (1961, Indianapolis: Liberty Fund, 2013). URL: [http://lfo-oll.s3.amazonaws.com/titles/2492/Friedman\\_CapitalismFreedom1961.pdf](http://lfo-oll.s3.amazonaws.com/titles/2492/Friedman_CapitalismFreedom1961.pdf).
2. Carroll A.B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional. Construct. URL: <http://bas.sagepub.com/cgi/content/abstract/38/3/268>.
3. Розвиток КСВ в Україні: 2010-2018 / укл.: А. Зінченко, М. Саприкіна. Київ: Юстон, 2017. 52 с. 5. Практики КСВ в Україні 2017 / за ред. М. Саприкіної. Київ: Розвиток КСВ, 2018. 88 с.

УДК 35

*Руднева В.Ю., студент каф. управління  
персоналом і економіки праці,  
Чернушкіна О.О., к.е.н., доц.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ ІНВАЛІДІВ В УКРАЇНІ ТА ІНШИХ ДЕРЖАВАХ

Глибокі соціально-економічні зміни, що відбуваються нині в Україні призводять до значних економічних і соціальних втрат. Це, в свою чергу, викликає різке зниження рівня добробуту основної частини населення. Посилення соціальної спрямованості в Україні вимагає цілеспрямованого забезпечення рівня та якості соціальних стандартів, адекватних європейським стандартам якості життя та загальнолюдських цінностей, що передбачає удосконалення системи соціального захисту населення. Особливої актуальності це питання набуває для осіб з інвалідністю. Питання формування ефективної моделі соціальної політики для забезпечення гідного стану однієї із соціально вразливих верств суспільства – інвалідів, потребує підвищеної уваги держави і громади. Особливої актуальності проблеми соціального захисту інвалідів набувають у зв'язку з постійним зростанням частки інвалідів у загальній структурі населення.

Дослідження багатогранної проблематики соціального захисту інвалідів знаходять своє відображення в працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема серед них можна виділити М. Авраменка, С. Богданова, Н. Борецьку, Е. Лібанову, О. Макарову, К. Міщенко, В. Скуратівського, В. Сушкевича та ін. Однак досі проблемним залишається рівень соціального захисту вразливих верств населення, їх становище на ринку праці та існує потреба в розробці активних форм соціального захисту цієї категорії громадян.

Соціальний захист інвалідів є складовою діяльності держави щодо забезпечення прав і можливостей інвалідів нарівні з іншими громадянами та полягає у наданні пенсії, державної допомоги, компенсаційних та інших виплат, пільг, соціальних послуг, здійсненні реабілітаційних заходів, встановленні опіки (піклування) або забезпеченні стороннього догляду [4].

В Україні проблема соціального захисту інвалідів є досить важливою, адже кожен 16-й громадянин у нашій країні – це людина з обмеженими можливостями і їх кількість щороку зростає (таблиця 1). За даними Державної служби статистики України на початок 2019 року кількість людей з обмеженими можливостями сягнула вже позначки 2,7 млн осіб. Серед них – майже 200 тис. інвалідів з дитинства та дітей-інвалідів.

Невтішним фактом також є те, що нині кількість інвалідів значно збільшується у зв'язку з наслідками бойових дій на Донбасі, а забезпечення мінімальних соціальних стандартів цієї категорії громадян перебуває на неналежному рівні [1].

Таблиця 1

Кількість осіб з інвалідністю (на початок року, тис. осіб)

	2001	2006	2011	2015	2017	2018	2019
Усього	2597,5	2495,2	2710,0	2568,5	2603,3	2635,6	2659,7
у тому числі							
I групи	337,7	337,7	310,5	251,8	240,6	235,4	226,3
II групи	1337,0	1128,4	1078,7	915,9	900,5	899,2	896,1
III групи	768,5	906,5	1155,7	1249,7	1306,2	1341,9	1375,7
діти з інвалідністю	154,3	122,6	165,1	151,1	156,1	159,0	161,6

Одним із основних напрямів соціальної політики держави у сфері соціального захисту інвалідів є працевлаштування. Саме це може надати змогу забезпечити належний матеріальний рівень життя осіб із обмеженими можливостями.

Практика показує, що забезпечення інвалідів роботою пов'язане з певними проблемами та матеріальними затратами. Йдеться саме про необхідність створення спеціалізованих робочих місць, застосування нестандартних форм організації праці, застосування надомної праці. У складі зайнятого населення України працюючі інваліди становлять лише 1,5 %.

Хоча слід зауважити, що фактично в Україні немає достовірної інформації про кількість працюючих інвалідів.

Надаючи інвалідам допомогу у влаштуванні на роботу, держава прагне поєднати інтереси суспільства й інвалідів [3]. Проте, незважаючи на всі види

соціальної підтримки, інваліди залишаються найбільш соціально незахищеною верствою населення. Слід зазначити, що однією з основних та гострих проблем соціальної захищеності інвалідів є забезпечення можливості доступу до транспорту. Також не пристосованими залишаються об'єкти соціальної інфраструктури, зокрема недостатньо пристосованими до безперешкодного доступу інвалідів житлові будинки, приміщення центральних органів виконавчої влади, об'єкти соціальної інфраструктури та громадський транспорт. Актуальним питанням є облаштування міського і приміського транспорту для перевезення інвалідів та виділення для їхніх автомобілів місць на автомобільних стоянках. Необхідно також здійснювати закупівлю залізничних пасажирських вагонів, максимально пристосованих для перевезення цієї категорії осіб [4].

Розглянемо основні підходи до соціального захисту інвалідів в окремих європейських країнах.

Соціальний захист інвалідів у країнах ЄС включає: допомогу у повсякденному житті та сприяння незалежному життю; підтримку доходу і рівня життя; працевлаштування інвалідів.

У Німеччині нараховується більше 4 мільйонів інвалідів, які не в змозі подолати наслідки інвалідності без допомоги та особливої турботи з боку держави. Кошти на життя інвалідам та їх сім'ям забезпечуються на протязі всього періоду реабілітації шляхом надання допомоги, розмір якої визначається у відсотковому відношенні до попереднього заробітку. Вони сплачуються у розмірі 80 % загальної суми заробітку та збільшуються як і пенсійне забезпечення в залежності від темпів розвитку економіки [2]. В Італії нараховується близько 2,6 мільйона людей з обмеженими можливостями. Інваліди-італійці мають змогу отримувати податкові пільги на покупку певних товарів, таких як спеціальні транспортні засоби. Нині деякі європейські країни притримуються політики, спрямованої на більш суворий розподіл пенсій по інвалідності [5].

У Болгарії уряд запровадив суворіші критерії і процедури розподілу пенсій по інвалідності. Данія здійснила реформу, яка обмежує доступ до пенсії по інвалідності для осіб, які не досягли 40-річного віку і вводить нові заходи, щоб допомогти особам з обмеженими можливостями у сфері освіти і зайнятості [5].

Виходячи із досвіду окремих зарубіжних країн бачимо, що більшість з них приділяє значну увагу удосконаленню системи соціального захисту інвалідів в розрізі надання соціальної допомоги людям з інвалідністю та у сфері зайнятості.

Також варто зазначити, що провідну роль у сфері соціального захисту інвалідів відіграє саме держава.

Натомість соціальний захист інвалідів в Україні, пов'язують з такими основними проблемами як: недосконалість механізму надання соціальних виплат, недостатність фінансування, відсутність процесів удосконалення законодавчої бази та невідповідність соціальних стандартів сучасним умовам життя. Тому, виходячи з досвіду забезпечення соціального захисту інвалідів у окремих європейських країнах, основними заходами у даній сфері в Україні мають стати: сприяння працевлаштуванню, створення універсальних центрів соціальної допомоги для даної категорії громадян, удосконалення механізмів

призначення соціальних виплат у зв'язку з інвалідністю; залучення позабюджетних коштів для фінансування цієї групи витрат, а також перегляд системи соціальних стандартів та гарантій з метою покращення рівня життя.

Таким чином, сучасна політика як України, так і інших європейських країн повинна бути спрямована на підвищення рівня соціального захисту інвалідів, адже загальне економічне зростання частково залежить від ефективності функціонування системи соціального захисту. Удосконалення системи соціального захисту інвалідів стосується не лише даної категорії громадян, а й може внести життєво важливий вклад у загальнодержавний соціально-економічний розвиток, чого не можна упустити.

### Список використаних джерел

1. Бахтеєва Т. Люди з інвалідністю в Україні практично позбавлені державної підтримки [Електронний ресурс] / Т. Бахтеєва. – Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1526664-t-bakhteyeva-lyudi-z-invalidnistyu-vukrayini-praktichno-pozbavleni-derzhavnoyi-pidtrimki>.
2. Воротін В.Є. Формування системи соціальної безпеки населення в країнах з різним рівнем розвитку ринкових відносин / В.Є. Воротін, Р.Є. Демчак // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць : у 2-х вип. / ПДТУ. – Маріуполь, 2012. – Вип. 2, Т. 1. – С. 230-234.
3. Капаназе Б.П. Актуальні проблеми соціального захисту інвалідів в Україні / Б.П. Капаназе // Право і суспільство. – 2015. – № 4. – Частина 3. – С. 116-121.
4. Кравченко М.В. Актуальні проблеми соціального захисту інвалідів в Україні [Електронний ресурс] / М.В. Кравченко // Державне управління: теорія та практика. – 2010. – № 2. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10kmvziu.pdf>.
5. Which are the best countries in the world to live in if you are unemployed or disabled ? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/politics/2015/apr/15/which-best-countries-live-unemployed-disabled-benefits>.

УДК 33:36

*Скворцов М.С., курсант,  
Смутчак З.В., д.е.н., доц.*

*Льотна академія Національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В АНТИКРИЗОВОМУ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Концепція соціальної відповідальності бізнесу докорінно змінює роль корпорацій в економіці. Бізнес розглядається не тільки як основного каталізатора економічного зростання, але також в якості інституту, що бере активну участь у підтримці соціальної стабільності в суспільстві. За умов кризи бізнес насилу справляється зі своїм найголовнішим завданням по відношенню до суспільства, а саме зі створенням і збереженням робочих місць, а також підтриманням конкурентоспроможного рівня заробітної плати. Як відомо, криза – це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує

її життєстійкості в навколишньому середовищі. Причини кризи можуть носити об'єктивний і суб'єктивний характер, бути зовнішніми і внутрішніми (рис. 1). У розумінні кризи велике значення мають не тільки його причини, але і різноманітні наслідки: вихід організації з кризи в якісно іншому стані або її руйнування; оздоровлення та оновлення або виникнення нової кризи.

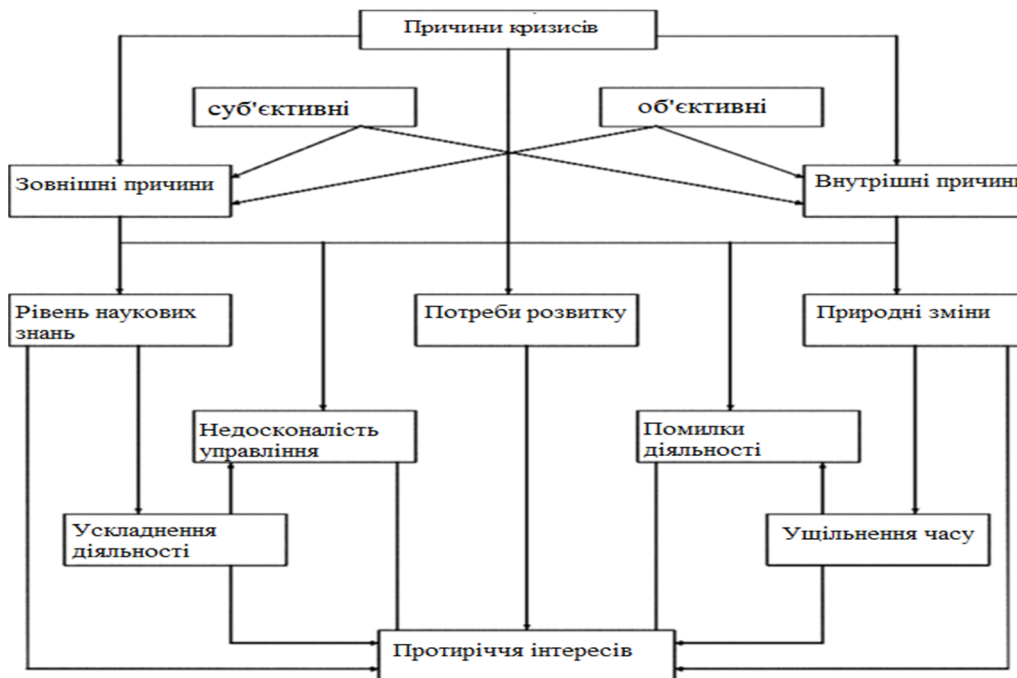


Рис. 1. Передумови кризисних ситуацій

складено за джерелом [1]

У кризовий період (соціальний, економічний, організаційний, психологічний) соціально відповідальні компанії прагнуть зосередити увагу на збереженні якомога більшої кількості робочих місць, щоб знайти нові способи оптимізації виробництва і зниження витрат при мінімальних втратах людських ресурсів. Однак більшість компаній йдуть на такі заходи, як значне скорочення штату і зниження зарплат своїм співробітникам [1].

Згідно моделі А. Керолла [2], одного з провідних світових фахівців у галузі відносин бізнесу і суспільства, корпоративну соціальну відповідальність можна представити у формі багаторівневої піраміди. Перший рівень – економічна відповідальність (безпосередньо визначається базовою функцією компанії на ринку як виробника товарів і послуг, що дозволяють задовольняти потреби суспільства, відповідно, мати зиск). Другим щаблем піраміди є правова відповідальність, яка має на увазі необхідність законслухняності бізнесу за умов ринкової економіки, відповідність його діяльності очікуванням суспільства, фіксованим в правових нормах. Етична відповідальність, в свою чергу, є третім етапом і вимагає від ділової практики співзвучності очікуванням соціуму, що не вказані у правових нормах, але заснованим на існуючих нормах моралі. Сучасні теоретичні підходи до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) мотивують розвиток стратегічного або глобалізаційного напрямку її розвитку. В Україні очікування держави відносно участі приватного сектора в рішенні соціальних питань характеризуються переважно



консервативно-скептичним підходом з вираженими соціально-демократичними перспективами [3].

Очікування бізнесу, з одного боку, пов'язані з усвідомленням важливості і необхідності соціальної діяльності, з іншого – спираються на зовнішні стимули як головну рушійну силу розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Більшість компаній, що практикують КСВ, є представниками або філіями міжнародних корпорацій; вітчизняні компанії частіше формально слідують принципам КСВ при наявності перспектив виходу на зовнішні ринки. На жаль, в нашій країні не сформована законодавча база КСВ, не розроблені методики оцінки її ефективності; спостерігається слабка суспільна підтримка КСВ і недовіра до великих вітчизняних компаній. Подальший ефективний розвиток КСВ в Україні вимагає інституційного впорядкування практики соціальної діяльності, сприяння «відкритості» дій приватного бізнесу і держави з метою зниження рівня недовіри в суспільстві; позиціонування КСВ як глобальної конкурентної переваги вітчизняного бізнесу; підвищення рівня економічної грамотності населення, поширення ідей КСВ серед працівників, споживачів, населення в цілому [4].

#### Список використаних джерел

1. Електронний довідник "StudRed.com. URL: [https://studref.com/485764/menedzhment/rol\\_antikrizisnom\\_razvitiu\\_predpriyatiya](https://studref.com/485764/menedzhment/rol_antikrizisnom_razvitiu_predpriyatiya)
2. Принципы корпоративной социальной ответственности. URL: <http://csrjournal.com/principy-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti>
3. Осокина Ю., Шелегина С. Социальная ответственность организаций в условиях кризиса. URL: [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38846/1/dn\\_2015\\_02\\_28.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/38846/1/dn_2015_02_28.pdf)
4. Рыбак С. Социальная ответственность бизнеса как важный ресурс реализации социальной политики государства. URL: <https://articlekz.com/article/27805>.

УДК 33:36

*Соколюк Г.О., к.е.н., доц., докторант  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

### **ІНСТИТУЦІЙНА ПІДТРИМКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УМОВАХ КРИЗИ**

В умовах кризи та пандемії COVID-19, яка набула планетарних масштабів, для більшості соціально-економічних систем не лише зупинився їх розвиток, а й опинилось під загрозою функціонування в цілому. Це спричинено рядом факторів, основними з яких є руйнування налагоджених бізнес-ланцюгів та партнерських взаємовідносин на мікро-, мезо- та макрорівнях. І така проблема виникає як у тих суб'єктів господарювання, які втратили логістичні зв'язки з контрагентами, так і у міжнародних компаній, які не мають можливості налагодити бізнес-процеси з власними дочірніми організаціями. Окрім того

спостерігається значний економічний дисбаланс, залежно від сфери діяльності, адже ті підприємства, які виробляють, або продають необхідні для населення продукти неочікувано отримали переваги, всі інші підприємницькі структури намагаються активізувати свої можливості, щоб втримати позиції. І тут досить гостро постає питання якими саме принципами вони готові будуть для цього поступитися, адже на рівні бізнесу економічні інтереси завжди переважають.

За таких умов гостро активізується питання сталого розвитку підприємницьких структур, основна ідея якого «задоволення поточних потреб без шкоди для можливості наступних поколінь задовольняти їхні потреби» [1]. Дотримання принципів сталого розвитку в процесі функціонування суб'єктів господарювання передбачає врахування усіх складових концепції сталого розвитку – економічної, соціальної та екологічної, які взаємодіючи між собою породжують сукупність нових завдань – соціально-економічного, економіко-екологічного та соціально-екологічного характеру. Реалізація цих завдань є одним з факторів виходу з існуючої кризи та запобігання виникнення таких ситуацій в майбутньому, тому підтримання позитивної і сталої динаміки розвитку є ключовим завданням суб'єктів прийняття управлінських рішень при виборі сценарію подальшої поведінки.

В свою чергу вибір сценарію поведінки учасниками економічних процесів залежить від мотиваційних характеристик інституційного середовища. Проблема вибору сценарію поведінки економічних агентів на користь суспільно-корисної може бути вирішена в площині інституційних змін – шляхом усунення невідповідності між формальними і неформальними складовими інституційного середовища.

За визначенням Д. Норта, «інститути – це правила гри в суспільстві або, точніше, обмеження, винайдені людьми, які спрямовують людську взаємодію в певному напрямку. І як наслідок, вони структурують мотиви в процесі діяльності» [2].

Відповідні прийняті на законодавчому рівні рішення підкріплюються на законодавчому рівні та об'єктивуються в рішеннях діяльності контролюючих і регулятивних органів, які покликані регулювати економічні відносини у суспільстві. Тим самим формується інституційна матриця розвитку національної економіки, яка окреслює формальні правила економічної поведінки суб'єктів ринкових відносин та має складати не тільки регулятивну, а насамперед – мотивуючу основу цієї поведінки.

Однак інституційне поле господарської діяльності охоплює не лише її формальну складову, яка юридично визначає правила гри, але й неформальну (звичаї, традиції, менталітет, поведінкові стереотипи тощо). Деякі її складові можуть суперечити нормам, формалізованим у законах чи підзаконних актах, «відсутності ефективного контролю з боку держави» та порушуючи їх практичну реалізацію.

У ідеальному інституційному середовищі, що створює однакове ділове середовище для всіх учасників ринку, переваги набуваються завдяки інноваціям. У недосконалому – конкурентні переваги формуються за рахунок отриманих переваг.

Саме ця невідповідність є однією з причин, які зумовлюють не тільки високий рівень корупції у відносинах між державою і бізнесом, а водночас і високі ризики ринкових трансакцій між суб'єктами партнерських відносин. Внаслідок цього зростає рівень тінізації національної економіки.

В Україні переважна більшість підприємців намагається «оптимізувати» податки, виводячи частину бізнесу в так звану «сіру зону» і юридично не оформляючи на роботу найманих працівників. А регулятивні функції інститутів, які мають забезпечувати дотримання чинного законодавства, не виконуються – оскільки в підсумку досягається корупційний компроміс між представниками цих інститутів, бізнесом і громадськістю.

Таким чином, в недосконалому інституційному середовищі, яке породжує мотиваційний дисбаланс між векторами формальних і неформальних інститутів, зростають інституційні ризики неправильного вибору економічними агентами сценарію економічної поведінки. Внаслідок цього реальний перебіг економічних процесів не відповідає запланованим. Тому інституційна підтримка має бути спрямована у напрямку розбудови інституційного середовища, сумарний мотиваційний вектор якого підвищуватиме роль інноваційних чинників у формуванні переваг і збалансованого розвитку підприємницьких структур.

#### **Список використаних джерел**

1. Ursul A. D. Ustoychyvye razvytye [Élektronnyy resurs] / A. D. Ursul. – Rezhym dostupa: <http://philosophy-sd.narod.ru/concsd.htm>.
2. North D.. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. New York: Cambridge University Press, 1990.
3. Stadnyk V. Institutional component of competitiveness risks and development of socio-economic systems / V Stadnyk, G Sokoliuk, Ju. Holovchuk. / Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2: monograph [ Ed. by N.Marynenko, P. Kumar, I. Kramar] – University of Applied Sciences in Nysa, 2019. – 513 p. P. 28-40.

## СЕКЦІЯ «ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 330.322:336

*Євдощак В.І., к.е.н., доц.,  
Маначинська Ю.А., к.е.н., доц.,  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ КРИЗЬ ПРИЗМУ АКТУАРНОЇ ЗВІТНОСТІ

Показник індексу інвестиційної привабливості України, який вимірюється Європейською Бізнес Асоціацією (ЄБА), у другій половині 2019 року знизився до рівня 2016 року. За результатами нової хвилі опитувань за перше півріччя 2019 року абсолютне значення індексу склало 2,85 бали із 5-ти можливих. У порівнянні із однойменним показником аналогічного періоду попереднього року, його значення сягало 3,07 балів (тобто відхилення склало 0,22 пункти). Відповідно така тенденція характеризувала нейтральне відношення інвесторів до бізнес-клімату України. Серед низки основних проблем, які спонукали виникнення означених вище тенденцій експерти ЄБА відмічають наступні: недовіра до судової системи; відтік робочої сили; доволі відчутна політична та економічна турбулентність, яка доволі суттєво турбує підприємців та обумовлює ведення бізнесу в умовах невизначеності [1].

За офіційними даними Державної служби статистики України [2] надходження прямих іноземних інвестицій в Україну за видами економічної діяльності у 2019 році характеризувалися тенденціями, які узагальнені у табл.1.

Таблиця 1.

Надходження прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал) в Україну за видами економічної діяльності (найбільші обсяги) у 2019 році [2]

№ з/п	Сектор економіки України	Обсяг інвестицій (млн дол. США)	у % до загального підсумку
1.	Усього	2 531,1	100,0
	у тому числі		
1.1	Фінансова та страхова діяльність	913,3	36,1
1.2	Промисловість	604,6	23,9
1.3	Операції з нерухомим майном	218,9	8,6
1.4	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	208,5	8,2
1.5	Професійна, наукова та технічна діяльність	157,9	6,2
1.6	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	109,8	4,3
1.7	Будівництво	96,6	3,8
1.8	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	88,2	3,5
1.9	Сільське, лісове та рибне господарство	81,6	3,2

З даних табл. 1 помітно, що сукупна сума прямих іноземних інвестицій в економіку України за 2019 рік склала 2 531,1 млн дол. США. Найбільшу питому вагу за звітний рік склали інвестиції у фінансову та страхову діяльність і промисловість, адже їх частка сягнула у 2019 році 36,1% та 23,9% відповідно. На другому місці за рівнем сукупної питомої ваги прямих інвестицій знаходилися операції з нерухомим майном; оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – їх частка коливається від 8,2% до 8,6%.

Сільське, лісове та рибне господарство характеризувалося найменшою питомою вагою прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал) – на рівні 3,2% у 2019 році. Така тенденція, на нашу думку, є досить негативною, оскільки Україну, можна сміливо вважати аграрною державою. В силу таких обставин особливої уваги заслуговує пошук шляхів підвищення ефективності інвестиційної привабливості даного сектору економіки країни.

Реальний та потенційний інвестор, приймає рішення про вкладання тимчасово вільних фінансових ресурсів в аграрний сектор на основі інформації, яку отримує із публічної фінансової звітності сільськогосподарських підприємств. Проте в умовах динамічного розвитку цифрової економіки змінюються пріоритети та вимоги до публічної фінансової та не фінансової інформації у якій зацікавлений зовнішній користувач. Оскільки публічна фінансова звітність черпає своє змістове наповнення із системи бухгалтерського обліку, то саме облік, як наука та навчальна дисципліна потребує кардинального переосмислення та зміни підходу до трактування предмету й методів стандартизації звітної інформації.

На нашу думку, таке необхідне змістове наповнення міститься у підсистемі актуарного бухгалтерського обліку, що знаходить обліково-інформаційне узагальнення крізь призму актуарної фінансової звітності. Остання здатна сформулювати реальну картину перспектив зміни економічного потенціалу сільськогосподарських підприємств та підвищити інвестиційну привабливість аграрного сектору економіки України в цілому. Така інформативність актуарних звітних форм першочергово обумовлена дихотомією операційної та фінансової діяльності. В силу чого, потенційний інвестор одразу бачить реальну вигоду од майбутніх капіталовкладень. Відповідно активне впровадження у практику діяльності вітчизняних аграрних суб'єктів актуарного обліку та звітності сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості аграрного сектору України.

### Список використаних джерел

1. Инвестиционный климат в Украине ухудшился // Новости. Экономика. РБК Украина. – 02 июля, 2019 года / [Электронный ресурс]. – доступ: <https://www.rbc.ua/rus/news/investitsionnyu-klimat-ukraine-uhudshilsya-1562068811.html>
2. Державна служба статистика України [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

## **НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ У БІЗНЕСІ**

Підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю у бізнесі є актуальним питанням, оскільки пов'язано як з відкриттям нової справи, так і розвитком бізнесу взагалі.

Управління інвестиційною діяльністю формує як управління бізнесом в цілому, так і його фінансове управління. Фінансове управління, тобто формування, розподіл та використання фінансових ресурсів є однією з достатньо важливих частин управління бізнесом. Сама інвестиційна діяльність пов'язана із здійсненням інвестицій, які вкладаються у певний проект для одержання прибутку у майбутньому, хоча інвестування не завжди передбачає вкладання грошових коштів, інвестиції можуть здійснюватися і в іншій формі.

Закон України «Про інвестиційну діяльність» визначає, що інвестиційною діяльністю є сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій.

Основними суб'єктами інвестиційної діяльності є інвестор – особа, яка приймає рішення про вкладання власних та залучених коштів у інвестиційні об'єкти, та учасники – фізичні та юридичні особи, які забезпечують реалізацію цих інвестицій.

Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється економічний, соціальний та екологічний ефект.

Інвестиції можна розглядати з різних точок зору. Так, розрізняють незалежні, взаємозалежні та взаємовиключні або похідні та автономні інвестиції. Похідні інвестиції прямо залежать від динаміки прибутку через механізм його розподілу на споживання та заощадження. Автономні інвестиції відображають процес інвестування, обумовлений факторами, не пов'язаними з процесом формування чистого прибутку.

Для того, щоб здійснити інвестиційну діяльність по відношенню до об'єкта інвестицій попередньо проводять його економічний аналіз.

В Україні, останнім часом, переважають короткострокові (вкладання коштів на період до одного року) ніж довгострокові (вкладання коштів на період більше одного року) інвестиції, оскільки загальна економічна ситуація не є стабільною, на що впливає багато різнопланових причин, і це зменшує можливості здійснення інвестицій.

Зрозуміло, що кожний інвестор прагне здійснити інвестування в об'єкти з мінімальним ризиком втрати фінансових ресурсів та практично гарантованим рівнем очікуваного доходу, тобто з рівнем ризику, нижчим за середньоринковий.

Крім різнобічного детального аналізу об'єкта інвестицій, важливо проводити моніторинг ситуації в галузі та визначати перспективність забезпечення інвестицій.

Перспективними інвестиціями є інтелектуальні цінності, на них необхідно звертати увагу в першу чергу, не залежно від того, що вони, частіш за все, за своєю природою є достатньо ризиковими, оскільки саме людський капітал дає змогу підвищити конкурентоспроможність діяльності бізнесу, а в кращому випадку стати лідером в своїй галузі.

Враховуючи важливість системного підходу до ефективного управління інвестиційною діяльністю суб'єкта бізнесу, воно повинно базуватися на дотриманні наступних засад:

- взаємозв'язок та взаємообумовленість із загальною системою управління суб'єкта бізнесу;

- варіативність та альтернативність управлінських рішень, що передбачає формування, аналіз та вибір декількох варіантів управлінських рішень;

- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку суб'єкта бізнесу, тобто реалізація комплексного підходу, що забезпечує врахування усіх сфер та напрямів діяльності суб'єкта бізнесу;

- гнучкість, динамізм та адаптивність управління з метою забезпечення відповідності умовам функціонування суб'єкта бізнесу та його конкурентному стану.

УДК 33

*Орлик М.В., аспірант  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ФОРМУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО КРЕДИТУ В РОСІЙСЬКІЙ ІМПЕРІЇ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ XVIII СТ.: ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД**

Значне місце в системі банківського кредитування займає проблема комерційного кредитування, оскільки без цього важко уявити сталий розвиток комерційної діяльності в країні. Наприклад, А. Сміт у своїй праці «Добробут націй. Дослідження про природу добробуту націй» зазначив, що саме комерційний кредит може приносити фінансову вигоду як позичальнику, так і кредитору [4, с. 215]. Певні проблеми історії кредитної політики досліджувалися сучасниками тієї епохи та наступними поколіннями науковців [2].

Першою пробою пера на ринку кредитних послуг з боку уряду було заснування у травні 1754 р. Державного Позикового банку [1, с. 87], котрий через специфіку своєї роботи одержав ще одну назву – Дворянський банк. У цей період єдиною альтернативою для отримання кредитних коштів було звернення до послуг лихварів, котрі давали позики під високі відсотки – 12-20% [1, с. 87]. Зазначений банк надавав короткострокові кредити на суми від 500 до 10000 руб. строком до одного року під 6% річних, беручи у заставу маєтності, золото, срібло, діаманти та перли [1, с.87]. Цим же указом 1754 р. були засновані

відділення даного банку в Санкт-Петербурзі та Москві. Водночас якщо позичальник брав кошти у відділенні банку в Санкт-Петербурзі, то повертати борг мав виключно у відділення за місцем отримання позики. Слід зазначити, що у заставу приймалися маєтки, землі та села виключно із селянами та дворовими людьми у співвідношенні 500 руб. за кожні 50 осіб чоловічої статі.

Проте в перших редакціях указу містились дуже лояльні статті відносно позичальників, а саме: «...а станет просить на такое ж время, как в первом обязательстве написано, а не болем году, тога взятъ с него со всей же займаной суммы считая на год наперед под те же проценты с рубля» [1, с. 89]. При цьому перекредитування відбувалося під те саме майно. На практиці ж позичальник, сплативши в кінці року 6% за перший рік користування кредитом та відразу 6% за наступний рік, міг відтермінувати час погашення ще на рік. Такою послугою без штрафних санкцій та без відчуження майна позичальник міг скористатися двічі за одним договором, а це означало, що фактично короткостроковий річний кредит перетворювався на довгостроковий («...а более трех лет уже конечно не выдавать» [3, с. 78]); у разі, якщо після закінчення третього терміну позичальник не повертав кошти, то закладене майно продавалося через аукціон. У випадку, якщо продаж майна через аукціон приніс більше коштів, ніж позичальник винен, то надлишок повертався останньому [1, с. 90]. Якщо в результаті проведення аукціону було вилучено недостатньо коштів для погашення боргу, то продавалося й інше майно позичальника, яке знаходилося в його власності.

У 1754 р. було створено Комерційний банк [5, с. 270] із капіталом в 500 000 руб. Основними клієнтами цього банку було купецтво. Кредити надавалися на 1 рік за кредитною ставкою 6 % річних під заставу товарів, золота, срібла, а також на підставі свідоцтв та атестатів магістратів, котрі були своєрідними поручительствами. Водночас умови надання кредитів (позик) Комерційним банком були запозичені у Дворянського банку. Основною проблемою банку був фатальний прорахунок, закладений в самому законодавстві, котрий давав право позичальникові без ніяких санкцій відстрочувати повернення вкладів і цим самим переводити їх із рангу короткострокових у довгострокові, що в подальшому призвело до знекровлювання банку та його ліквідації у 1762 р. [5, с. 270].

Отже, банківське комерційне кредитування в Російській імперії в другій половині XVIII ст. знаходилось у зародковому стані. А створення Комерційного банку було хоч і не цілком вдалою спробою запуску ринку комерційного кредитування, проте стало вагомим внеском у формування банківської системи Російської імперії.

### Список використаних джерел

1. Об учреждении Государственного заемном Банка; о порядке выдачи из онаго денегъ: Закон РИ от 13 мая 1754 г. № 10235 // Полное собрание законов Российской Империи (далее ПСЗ РИ). – С.-Пб.: Гос. тип., 1830. – Т. 14. – Собр. I. – С.87-104.

2. Орлик В.М. Дожовтнева фінансово-правова література як джерело до вивчення проблем фінансової політики уряду Російської імперії кінця XVIII початку XX ст. Історія науки і біографістика. 2010. No 2. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/INB/2010-2/10\\_orlyk.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/INB/2010-2/10_orlyk.pdf)



3. Орлик М.В. Зародження банківської кредитної системи в Російській імперії у другій половині XVIII – на початку XIX ст. / М. В. Орлик // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки. – 2018. – № 34. – С. 75-82. (включено до Index Copernicus).

4. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу добробуту націй / Адам Сміт. – Київ: Port-Royal, 2001. – 596 с.

5. Яснопольский Л.Н. Зачатки коммерческого банковского кредита в России / Л.Н. Яснопольский // Банковая энциклопедия: в 2 т. / под ред. проф. Л.Н. Яснопольского. – К.: Тип. Киевской 2-й артели, 1914–1916. – Т. 1. (Коммерческие банки). – С. 269-336.

УДК 33:35

*Рекуник Л.В., студент гр. 226*

*Мустеца І.В., к.е.н., доц.*

*Чернівецький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

*м. Чернівці*

## **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Інвестиції є основою для розширення виробничого капіталу, вони прискорюють науково-технічний прогрес, поліпшують якість продукції та розвивають всі галузі економіки, оскільки відіграють велику роль не тільки для підприємства, а й для країни в цілому. Саме тому ця тема є актуальною на даний час.

Дослідження даної теми розкрито у статтях таких вчених, як: Аранчій Д.С., Гончаренко С.А., Лівощко Т.В., Моргунова К.І. [1], Владимірова К.Л. та ін.

Метою дослідження є визначення напрямків підвищення інвестиційної привабливості підприємств, в тому числі державних.

Головна ціль інвестування – залучення максимально можливого обсягу інвестицій та підвищення інвестиційної привабливості об'єкта. Формування інвестиційної політики підприємства здійснюється у сфері взаємних інтересів як самого підприємства, так і його потенційних інвесторів [1].

Поняття «інвестиційна привабливість» характеризується системою чинників, що включає платоспроможність підприємства, стійкість фінансового стану, структуру виробництва, якість та асортимент продукції, ефективність використання сучасних інформаційних технологій для налагодження контактів з інвесторами. Відповідно, інвестиційна привабливість – це сукупність факторів, аналіз яких вказує на можливість вкладання коштів у той чи інший об'єкт і отримання певного ефекту від здійсненої операції [2].

Існує безліч факторів, що впливають на інвестиційну привабливість. Найбільшу питому вагу серед факторів впливу займають наступні: виробничий і кадровий потенціали, тривалість інвестиційної програми, менеджмент, стан майна та фінансових ресурсів, розмір витрат. Покращення показників цих факторів позитивно вплине на інвестиційну привабливість підприємства і приток інвестицій. Задля провадження доцільної інвестиційної політики у контексті підвищення привабливості підприємств для зовнішніх та внутрішніх інвесторів підприємству потрібно обрати інвестиційну стратегію.

Однією з передумов підвищення інвестиційної привабливості стала приватизація державних підприємств. Сектор державних підприємств є одним з

таких, що потребують докорінної модернізації, і одночасно здатний до залучення великих інвестицій [3]. Нещодавно, 2 жовтня 2019 р., Верховна Рада України скасувала закон з переліком об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації. Цей закон дозволяє приватизацію всіх підприємств (крім стратегічних) задля залучення інвестицій та економічного зростання [4]. Перевага надається іноземним інвесторам, оскільки, як показує дослідження, ефект від приватизації для підприємств, придбаних іноземними покупцями на 17-33% вищий порівняно з підприємствами, придбаними вітчизняними власниками. Задля заохочення інвесторів планують звільнити від податку на прибуток на 5 років при інвестиціях від \$10 млн [5].

Безперервний приплив іноземних інвестицій в економіку країни дасть змогу збільшити її виробничі можливості, накопичити капітал та підвищити її міжнародну конкурентоспроможність. Також інвестування обумовлює обмін досвідом, передачу технологій та навичок управління.

За результатами аналізу визначені основні шляхи покращення інвестиційної привабливості підприємств, які представлені в розрізі трьох груп:

1) заходи покращення інвестиційної привабливості з боку власника:

- управління результативними показниками фінансово-господарської діяльності підприємства з позицій забезпечення підвищення його вартості;
- реструктуризація та реорганізація як форми впливу на зміну вартості підприємства;
- розвиток корпоративного управління;
- підвищення кваліфікації працівників.

2) з боку інвестора:

- забезпечення інформаційної прозорості діяльності підприємства;
- стабілізація фінансового стану;
- створення кредитної історії шляхом отримання рейтингу інвестиційної надійності;
- розроблення інвестиційної стратегії підприємства, інтегрованої до загальної стратегії.

3) з боку держави:

- удосконалення нормативної законодавчої бази для покращення інвестиційного середовища країни;
- удосконалення механізмів державного стимулювання інвестиційної активності, оцінка використання державних капіталовкладень підприємствами;
- розробка комплексу антикризових заходів, спрямованих на зниження темпів інфляції, стабілізації стану фондового ринку та ін. [2].

Серед одних з головних проблем зниження обсягів інвестування залишаються такі, як недосконалість державного регулювання інвестиційної діяльності, нестабільна економічна та політична ситуація в країні, яка потребує негайного врегулювання.

Отже, підвищення інвестиційної привабливості державних підприємств можливе при проведенні доцільної політики уряду щодо підтримки інвестиційної діяльності та виконанні запропонованих рекомендацій підприємствам.

## Список використаних джерел

1. Лівощко Т.В. Інвестиційна привабливість підприємств / Т.В. Лівощко, К.І. Моргунова // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia>
2. Тарасенко, Ю.Д. Шляхи підвищення інвестиційної привабливості підприємства (на прикладі ТОВ «Кривоозерська ХСФ») / Ю.Д. Тарасенко // [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6449>
3. Глава Уряду: Сектор державних підприємств – один з найбільших для залучення інвестицій / Урядовий портал // [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/glava-uryadu-sektor-derzhavnih-pidpriyemstv-odin-z-najbilshih-dlya-zaluchennya-investicij>
4. «Інвестиції розблоковані»: Що змінить закон про приватизацію / Журнал «Бізнес» // [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://business.ua/news/6703-investitsiji-razblokovani-yak-eksperti-otsinyuyut-zakon-pro-privatizatsiya-derzhob-ektiv>
5. Кабмін планує цього року продати 5 держпідприємств і 300 об'єктів малої приватизації / Мінфін // [Електронний ресурс] – режим доступу <https://minfin.com.ua/ua/2020/02/17/40810761/>

УДК 657

*Савченко О.С., викладач,  
Петленко М.В., магістрант гр. ОО-19МЗ  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток економіки суб'єктів господарювання, забезпечення їх стійкого фінансового стану та прибутковості діяльності безпосередньо пов'язано із інвестиційними процесами. Капітальні інвестиції – це переважно кошти, що спрямовуються на збільшення основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів, а також на їх реконструкцію і модернізацію, що призводять до збільшення первісно очікуваних майбутніх економічних вигод. Кінцевою метою капітальних інвестицій є розширене суспільне виробництво.

Проблемним для більшості підприємств України є фінансування капітальних інвестицій за рахунок власних коштів. У цьому зв'язку підвищується роль кредитних відносин для фінансового забезпечення оновлення продуктивного капіталу підприємств. Необхідність забезпечення стабільного економічного зростання, структурних зрушень у національній економіці висуває на перший план проблему генерування ресурсів та їх спрямування у реальний сектор за умов низького інвестиційного потенціалу держави, недостатнього рівня розвитку фінансового ринку, обмежених можливостей підприємств самостійно фінансувати інвестиційні проекти роль кредитної системи.

Капітальні (реальні) інвестиції – це кошти, що спрямовуються на відтворення основних засобів, розширення, реконструкцію і модернізацію підприємств і споруд, здійснення технічного прогресу у всіх галузях господарства, спорудження житла, шкіл, лікарень та інших об'єктів соціально-культурного призначення, геологорозвідувальні та проектні роботи.

У сучасних умовах внаслідок негативного впливу системної фінансової кризи більшість суб'єктів господарської діяльності не мають власних фінансових

ресурсів для здійснення капітальних інвестицій не лише для розширеного відтворення, але й для забезпечення простого відтворення. Відповідно підвищується роль кредиту та має місце формування системи кредитних відносин. Окремими елементами системи кредитних відносин є об'єкти та суб'єкти кредиту. Об'єктом кредиту є та вартість (грошові та матеріальні цінності), яка передається в позичку одним суб'єктом іншому.

Сутність кредиту, як і його форма, постійно розвивається й ускладнюється. Існуючі в сучасній економічній літературі визначення терміну «кредит» зводяться до його розуміння або як форми позиченої вартості, в якій вона рухається між кредитором і позичальником, або як економічних відносин, що виникають між кредитором і позичальником з приводу мобілізації тимчасово вільних коштів і використання їх на умовах повернення й оплати.

Надзвичайно важлива роль кредиту в забезпеченні науково-технічного прогресу та обслуговуванні інноваційного та інвестиційного процесів. Кредит є важливим джерелом фінансування капітальних інвестицій. Націлене на виробничий процес довгострокове кредитування стає однією з форм інвестицій в економіку країни.

Для ефективного управління інвестиційними процесами замало налагодити комплексну систему з узагальненням контролю на вищій ланці управлінської ієрархії. Потрібен також контроль у формі внутрішнього аудиту. Тобто, система внутрішнього контролю інвестицій буде мати кілька підсистем: підсистеми внутрішнього аудиту, внутрішньовиробничого контролю та внутрішньогосподарського контролю. Отже для контролю інвестицій інтегровано різні за організаційними формами системи. Саме внутрішній аудит та його елементи повинні бути присутніми на всіх підприємствах. Предметом інвестиційного контролю є процеси формування джерел фінансування, зокрема кредитні відносини.

В аграрній сфері залучення позикових ресурсів відіграє значну роль у формуванні його фінансового забезпечення, оскільки аграрний сектор економіки потребує значних коштів для підвищення конкурентоздатності та ефективності розвитку.

Умови кредитування, які пропонують банки, роблять це джерело залучення ресурсів малодоступним або практично недоступним для більшості виробників сільськогосподарської продукції. Банки ретельно вираховують очікувану кредитоспроможність позичальників. Тому взагалі відсутнє кредитування без застави. Найкращою запорукою для більшості банків є ліквідне майно.

В Україні створена система фінансово-кредитної підтримки аграрного виробництва, яка потребує подальшого розвитку. Однак попри важливе значення кредитного забезпечення для розвитку аграрного виробництва, динаміка зростання позикових коштів в аграрному виробництві є нестійкою, обсяги та структура наданих кредитів не відповідають потребам сільськогосподарських виробників у довгострокових фінансових ресурсах для оновлення матеріально-технічної бази.

Напрямами удосконалення кредитних відносин для забезпечення реальних інвестицій в аграрній сфері є іпотечне кредитування, що гальмується відсутністю ринку землі та ринкової оцінки земель сільськогосподарського призначення. З припиненням мораторію на продаж землі ця проблема буде подолана. Також важливим напрямом формування джерел фінансування капітальних інвестицій є розвиток кредитної кооперації.

## СЕКЦІЯ «РЕЗЕРВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА»

УДК 37:004

*Архипова К. В., студент  
(науковий керівник – Лучик В.Є., д.е.н., проф.)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### МЕТОДОЛОГІЯ МОНЕТИЗАЦІЇ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ

*Проблеми, ступінь її вивченості у науковій літературі.* Важливим фактором та проблемою для монетизації є актуальність даних про цільову аудиторію. Невизначеність або недостовірність даних можуть призвести до неоптимального вибору монетизації мобільного додатку, що, у свою чергу, призведе до втрати прибутку. Тому потрібно вивчити цільову аудиторію, визначити її ядро та сформулювати цінність. Ще одною проблемою є недостатня робота з маркетингу додатку, що зменшує потенційно можливу кількість користувачів у порівнянні з активною маркетинговою діяльністю.

У науковій літературі значне число робіт присвячено оптимізації отримання прибутку за допомогою мобільних додатків. Н. Незнанова досліджує моделі, які найчастіше використовуються підприємствами для отримання прибутку з використанням мобільних додатків [1]. Пошуку оптимальної моделі монетизації мобільних додатків присвячено роботи Ю. Єрешко та А. Черненко [2]. Ними визначено загальні методи монетизації додатків у маркетах найпопулярніших сучасних платформ поширення мобільного програмного забезпечення. Питання продажу реклами в додатках присвячено дослідження Н. Власюк [3], а в роботах Н. Ілляшенко та О. Савченко визначено можливості просування мобільних технологій на B2B ринку [4]. Але методологія просування мобільних технологій в Україні не є детально вивченою у науковій літературі.

*Мета дослідження.* Метою дослідження є систематизація методів і способів монетизації мобільних додатків.

*Основні результати дослідження.* У наш час мобільні пристрої надзвичайно поширені, вони є майже в кожній людині. Важко уявити навіть один день без смартфона, адже він став невід'ємною частиною нашого життя. Розвиток мобільних технологій не тільки дав людям нові можливості для комунікації, розваг, а й відкрив нові шляхи для отримання прибутку. Це відбувається за допомогою монетизації мобільних додатків.

Виділяють чотири основних типи додатків для мобільних пристроїв: корпоративні, контентні, утиліти та ігри. Кожен із цих типів тим чи іншим способом дозволяє отримати прибуток, адже створюються вони саме з такою метою. На сьогодні близько 90% додатків з App Store та Google Play є безкоштовними для завантаження, і найближчим часом ця цифра буде рости і далі. Вистояти в умовах жорсткої конкуренції можна за допомогою монетизації

мобільних додатків. Грамотна стратегія та професійний підхід гарантовано дозволять отримати прибуток від свого проекту.

Виділяють шість найбільш ефективних та використовуваних способів монетизації.

Реклама в додатку – перевірений варіант монетизації. Користувачі активно завантажують безкоштовні додатки, а їх видавці отримують прибуток з показу реклами. У такій стратегії важливо зібрати максимум даних про цільову аудиторію. Дані аналізуються і надаються рекламодавцям, готовим заплатити за розміщення реклами. Реклама чудово вписується в соціальні мережі, ігри, месенджери, новини і розважальні програми. Хорошим прикладом є додаток Facebook. Соціальна мережа збирає дані користувачів та показує їм таргетовану рекламу.

Плюси такої монетизації: безкоштовні мобільні додатки можуть швидко залучати аудиторію; стратегія ефективна за умови таргетованої реклами. Мінуси: реклама в мобільному додатку обмежена екраном пристрою; користувач може відмовитися від додатку, якщо реклама буде його дратувати; прибуток залежить від кількості переглядів реклами та відвідування рекламних сторінок за посиланням; видавець не отримає прибутку, якщо користувачі встановили блокування реклами.

Метод Freemium передбачає, що додаток безкоштовний в базовому варіанті, а додаткові функції можна придбати. Додаток заманює користувачів, надаючи базовий набір функцій, але з часом деякі з них хочуть більшого і починають купляти додаткові функції. Чудовим прикладом є гра Angry Birds. Додаток безкоштовний, але деякі можливості, рівні відкриваються тільки за окрему плату.

Перевагами цього способу є такі: Freemium-додатки привертають багато лояльних користувачів, готових використовувати його місяцями; принцип Freemium дуже гнучкий і підходить для більшості мобільних продуктів; можна поєднати з використанням рекламної моделі. Недоліком цього методу є те, що потрібно знайти так звану «золоту середину»: якщо буде запропоновано занадто мало базових функцій, користувачі не стануть купувати додаткові.

Очевидний спосіб монетизації додатку – це зробити його платним. Вартість може бути дуже різною, а розробник отримує прибуток з кожного нового користувача. Ключем до успіху є здатність розробника уявити можливості програми у вигідному світлі, так, щоб зацікавити покупця на самому початку. Прикладом є Calendar 5 від компанії Readdle, розумний календар і менеджер завдань [5].

Плюси: деякі користувачі вважають, що краще один раз заплатити за додаток та спокійно користуватися ним; як правило, в таких додатках немає реклами; кошти зараховуються на рахунок розробника з кожним новим завантаженням програми. Негативним є те, що продати додаток непросто через високу конкуренцію з безкоштовними варіантами; для полегшення продажу потрібно потрапити в ТОП-додатки, а це потребує додаткових інвестицій.

Ідея Free Trial полягає в тому, що користувач отримує доступ до всіх функцій програми протягом пробного періоду. Це, як правило, 30 днів. Після того, як користувач випробував всі переваги продукту, він, швидше за все, захоче придбати його повну версію. Хорошим прикладом є додаток Deezer Music. Додаток безкоштовний, але пропонується пробна Premium версія, яка дає

можливість завантаження музики, відтворення її в фоновому режимі та офлайн, відсутність реклами.

Позитивним є те, що безкоштовний пробний період дозволяє користувачу оцінити всі переваги програми, а мінусом – у видавця є тільки один шанс переконати користувача купити повну версію.

Додатки, монетизовані внутрішньоігровими покупками, продають товари – віртуальні або реальні. Це може бути одяг, аксесуари – реальні речі, які потрібні користувачам. Проте це також можуть бути й віртуальні товари, наприклад, персонажі, одяг для них, ігрова валюта. Приклад – програма MeetMe, соціальний додаток з можливістю придбання певних товарів і послуг [6].

Переваги цього способу: гнучка модель монетизації, оптимальна для e-Commerce і m-Commerce; внутрішньоігрові покупки можуть підвищити рівень лояльності користувачів. Недоліком є той факт, що інформація про платні послуги повинна бути прозорою, цього вимагає програма захисту користувачів.

Спосіб підписки (Subscribe) має багато спільного з Freemium, але тут мова, як правило, йде про отримання користувачем доступу до контенту, а не до можливостей програми. Приклад мобільного додатка з підпискою – Umano. Програма дає користувачам доступ до новин в обмеженій кількості. При бажанні отримати безлімітний доступ, користувач оплачує підписку.

Позитивом такого способу є такі: підписка дає стабільний приплив грошових коштів від користувачів, причому після закінчення терміну вона зазвичай продовжується автоматично, якщо користувач не вказав інший спосіб оплати; також цей спосіб мотивує видавців на надання цікавого і актуального контенту; більшість користувачів такого додатка досить лояльні. Негативом цього методу є те, що такий спосіб монетизації підходить не всім типам мобільних додатків.

У 2014 р. дослідницька агенція Developer Economics опублікувала графік з характеристиками кожного з популярних способів монетизації додатку. Як виявилось, найбільше використовується метод демонстрації реклами в додатку, а найприбутковіший спосіб монетизації – підписка [6].

*Висновки та пропозиції.* Система мобільних додатків стає все більш складною. Розвиваються технології, мобільні додатки і разом з ними способи монетизації. Кожен зі способів має свої переваги та недоліки, але не існує єдиного ідеального способу монетизації. Різні типи додатків вимагають різного підходу. Важливо не повторювати дії за іншими, а намагатися комбінувати різні методи та адаптувати їх під себе.

### Список використаних джерел

1. Незнанова Н.С. Шляхи монетизації мобільного додатку, їх переваги та недоліки / Н.С. Незнанова [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://nauka-online.com/wp-content/uploads/2017/12/Neznanova-1.pdf>.
2. Єрешко Ю.О., Черненко А.Ю. Пошук оптимальної моделі монетизації мобільних додатків / Ю.О. Єрешко, А.Ю. Черненко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108991>.
3. Власюк Наталія Реклама в додатках: що потрібно знати / Власюк Наталія // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://marketer.ua/ua/in-app-advertising-what-you-need-to-know/>.

4. Єрешко Ю.О., Черненко А.Ю. Розроблення програми просування мобільних технологій на B2B ринку / Ю.О. Єрешко, А.Ю. Черненко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2162.1>.

5. Шість способів монетизації мобільного приложения [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://punicapp.com/blog/pages/537/6-sposobov-monetizatsii-mobilnogo-prilozheniya/>.

6. Василенко М. Монетизація приложения: шість прибуткових бізнес-моделей, которые работают [Електронний ресурс] / М. Василенко. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://habr.com/ru/company/appodeal/blog/294682/>.

УДК 33

*Вавінський Б.О., аспірант*  
(науковий керівник – *Ткачук О.В., к.е.н., доц.*)  
*Центральноукраїнський національний технічний університет*  
*м. Кропивницький*

## **РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРОВаних СТРУКТУР В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

В умовах глобалізації та експансії процесів міжнародної інтеграції саме ефективність взаємодії мережевих інноваційних структур різних рівнів визначає конкурентоспроможність країн, територій, підприємств. Значної актуальності набувають питання активізації міжнародного вектора співпраці у сфері реалізації пріоритетів інноваційного розвитку, формування стратегічного бачення і програм реалізації інноваційної політики держав і регіонів, налагодження дієвої взаємодії усіх стейкхолдерів інноваційного процесу на локальному, національному та міждержавному рівнях.

Сучасні реалії світової пандемії, з одного боку, пов'язані із суттєвим ускладненням можливостей взаємодії міжнародних партнерів унаслідок закриття кордонів, обмежень у пересуванні, призупинення економічної діяльності багатьох господарюючих суб'єктів тощо, а з іншого, створюють передумови для ще більш активного розвитку співпраці у віртуальному просторі, що є можливим завдяки сучасним інформаційно-комунікативним технологіям.

Метою дослідження є визначення пріоритетних напрямів розвитку інноваційно-інтегрованих структур в умовах глобалізаційних процесів.

Різноманітні аспекти інноваційного розвитку економіки є предметом наукових пошуків багатьох вітчизняних дослідників, таких як: Федулова Л.І., Левченко О.М., Краус Н.М., Шалімова Н.С., Терьошкіна Н.Є., Ткачук О.В., Царенко І.О. та ін.

Інноваційно-інтегрована структура являє собою сукупність господарюючих суб'єктів, пов'язаних один із одним мережевою системою фінансово-господарюючих відносин, направлених на підвищення ефективності інноваційної діяльності учасників шляхом оптимізації ресурсного забезпечення [2].

На думку Краус Н.М., формування інноваційного типу структур спрямоване на підвищення конкурентоспроможності інноваційної системи на основі кооперації, спеціалізації та інтеграції, розвитку партнерських відносин [1, с. 237-238].



При цьому, розвиток інноваційно-інтегрованих структур буде ефективним лише за умови налагодження взаємовигідної співпраці органів місцевого самоврядування, освітніх і наукових установ, бізнес-структур, міжнародних фондів, громадських організацій та інших зацікавлених сторін [4].

Як відзначає Терьошкіна Н.Є., глобалізація служить причиною інтенсифікації контактів в галузі освіти і науки, виступає інтенсифікатором діалогу культур, підсилює перевагу одних систем цінностей на шкоду іншим, активізує дію низки викликів для суспільного розвитку (економічних, політичних, соціальних, духовних тощо) [3].

Стосовно видів інноваційно-інтегрованих структур, необхідно констатувати наявність їх значної різноманітності. Так, у різних країнах світу поширеними є: науково-технічні альянси, технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, інноваційні кластери, інноваційні центри, венчурні фірми, технологічні платформи та ін. [2].

В умовах розвитку цифрових технологій все більш вагома роль належить віртуальним інноваційним бізнес-структурам, які використовують потенціал як наукових інститутів, так і, за необхідності, промислових підприємств, часто займаючись лише просуванням ідей та організацією їх комерціалізації, віддавши всі інші функції стороннім інститутам, установам [1, с. 184].

До пріоритетних напрямів розвитку інноваційно-інтегрованих структур в умовах глобалізації, на наше переконання, доцільно віднести:

- налагодження ефективної співпраці ключових стейкхолдерів інноваційного процесу на основі моделі четвертинної спіралі (державна – університети – бізнес – громадянське суспільство);

- створення умов для дистанційної зайнятості, комунікацій за рахунок використання можливостей сучасних інформаційно-комунікативних технологій;

- підтримку в умовах фінансово-економічної кризи інноваційної активності підприємств малого та середнього бізнесу, створення належних стимулів для їх інтеграції з іншими учасниками інноваційного процесу та ін.

### Список використаних джерел

1. Краус Н.М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.

2. Левченко О.М., Ткачук О.В., Царенко І.О. Інноваційно-інтегровані структури в сучасній економіці: їх класифікація. Ефективна економіка. 2017. №10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5791> (дата звернення: 03.04.2020).

3. Терьошкіна Н.Є. Інноваційна глобалізація: специфічні риси та тенденції. Економіка та держава. 2014. №6. С. 97-101.

4. Ткачук О.В. Формування інноваційних кластерів як чинник регіонального розвитку в умовах децентралізації. Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ: зб. тез доп. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 10 листоп. 2017 р. Херсон, 2017. С. 35-37.

*Гавриленко А.О., магістрант гр. ЕП 19МЗ  
(науковий керівник – Сисоліна Н.П. к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІТ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ**

Україна стала головним гравцем на світовій технологічній арені. Кількість талановитих розробників програмного забезпечення переважає за 200000, чим спричинює високі темпи розвитку стартап технологій. Таким чином, потік інвестицій збільшується, а кількість компаній, які співпрацюють з українськими постачальниками послуг з розробки програмного забезпечення, зростає.

Якість українських технологічних розробок визнана у всьому світі та має багато галузевих нагород. Україна займає 20 позицію в рейтингу A.T. Kearney Services Location Index; GSA назвало країну місцем офшорного збуту року; все більше українських компаній, що займаються аутсорсингом ІТ, потрапляють у список Global Outsourcing 100, що формує асоціація IAOP; багато постачальників ПЗ включено до Software 500, Inc. 5000 та інших ІТ рейтингів.

Постає актуальне питання: що сьогодні відбувається на українському ринку ІТ? Які основні сили виводять Україну на перший план світової технологічної сцени? Який економічний потенціал мають ІТ стартапи в Україні та чому нас називають «країною, що кодує».

Метою нашого дослідження є знаходження відповіді на дані питання та внесення ясності у економічні процеси ІТ сектору в Україні.

Починаючи з 2014 року, держава значно зосередилась на поліпшенні бізнес-клімату в Україні, і вона вжила багатьох заходів у цьому напрямку. В результаті постійних зусиль Україна стала інвестиційною гарячою точкою. В 2019 році розмір прямих іноземних інвестицій в Україну перевищив 3070 мільйонів доларів.

З економічної точки зору, Україна, як держава із стрімким розвитком, має досить низьку вартість життя. Спираючись на дослідження Big Mac Index від впливового щотижневого англomовного журналу «The economist» ми посідаємо 7 місце у світі за найнижчу ціну на Big Mac у McDonald's – 1,64 долара [1]. Вартість життя в Україні на 58,29% нижча, ніж у США. Оренда в Україні на 74,78% нижча, ніж у Сполучених Штатах, а однокімнатна квартира щомісяця – близько 250 доларів. У той же час країна посідає 50 місце з 157 країн за Індексом людського капіталу, в якому оцінюються знання, вміння, навички та здоров'я населення [2].

Україна є однією з країн з найвищим рівнем грамотності, що досягає 100%. Рівень грамотності для дорослих в Україні зріс з 99,4% у 2001 р. до 99,8% у 2015 р., крім того, понад 70% українців мають середню або вищу освіту.

Український ринок розробки програмного забезпечення в останні роки вражає стрімким розвитком і став одним із ключових секторів, що сприяють економіці країни. Статистики Світового банку, PwC, Асоціації ІТ Україна та Державної служби статистики України демонструють стрімке зростання цього

сектора. Цікаво, що галузь прискорилося з початку політичної кризи 2014 року, коли ціни на українські ІТ-послуги стали ще більш привабливими для інвесторів через інфляцію.

Ось кілька фактів, які відображають зростання українського ІТ-ринку:

- ІКТ стала третьою за величиною галуззю експорту послуг, яка становила понад 20% всього експорту послуг України [3];
- українська ІТ-галузь зростає на 26%;
- в даний час на ринку працюють понад 4000 технологічних компаній;
- в Україні є понад 1600 компаній з обслуговування програмного забезпечення;
- в Україні є понад 200 000 розробників програмного забезпечення;
- понад 100 компаній у списку Fortune 500 – клієнти українських ІТ-фірм.

В кінці 2019 року українська аутсорсингова компанія N-iX провела широке дослідження ІТ ринку в Україні [3]. На рис. 1 відображено зростання ринку порівняно з кількістю ІТ-спеціалістів та дохід галузі в млрд. доларах.

В той же час, представники американського бізнесу акцентують увагу на проблемних питаннях роботи в Україні, зокрема обшуках в ІТ-компаніях, оподаткуванні ІТ-галузі та доступі до інфраструктури для розміщення телекомунікаційного обладнання провайдерів, а також ключових інтересах щодо розвитку мобільного та фіксованого широкопasmового Інтернету, електронного суду й ухвалення пріоритетних законопроектів, необхідних для ІТ-галузі [4].

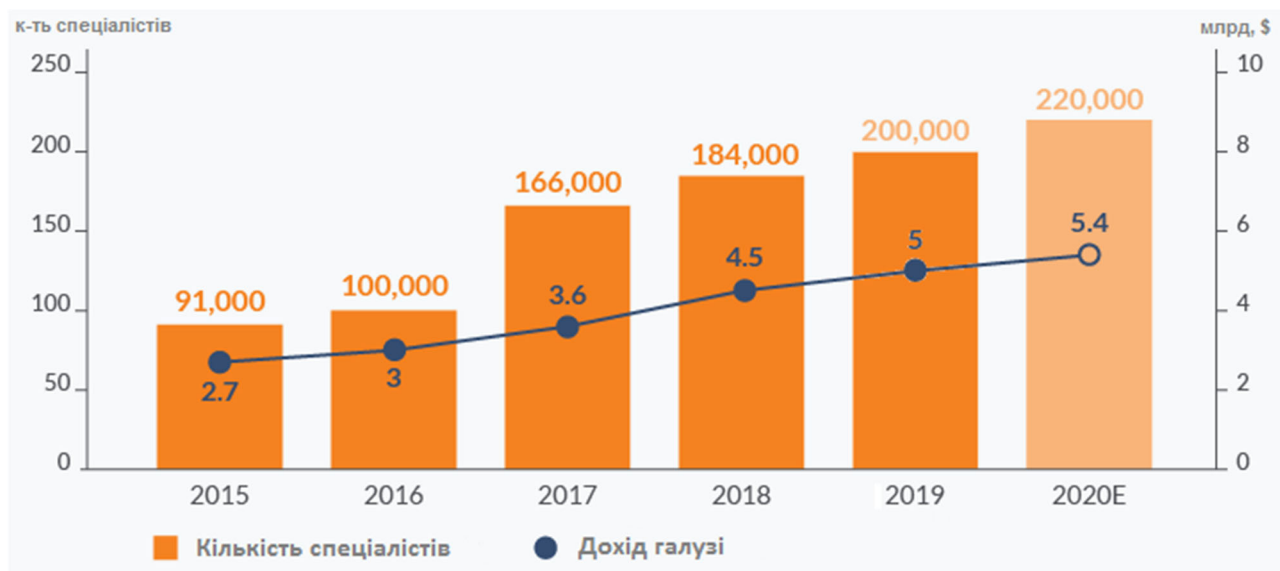


Рис. 1. Ріст ІТ галузі

ІТ-індустрія є сектором, що сприяє розвитку інновацій та створенню високої доданої вартості. Цей факт є важливою складовою просування України на світових ринках. Кожного дня виникають новітні ідеї та з'являються продукти, які залучають інвестиції. Система з безпеки Ajax Systems отримала 10 млн дол. інвестицій від Horizon Capital. У GitLab, хостинг-платформу для розробників, у 2018 році було інвестовано 110 млн дол. Рекрутингова платформа Hired залучила 30 млн дол. [5].

Україна має колосальний економічний потенціал. У 2018 році частка ІТ у ВВП країни становила 4%. Враховуючи темпи розвитку, очікується, що до 2025 року цей показник подвоїться.

Отже, для того, щоб ІТ стартапи продовжували розвиватися та були конкурентоспроможними на міжнародній арені, керівництво має постійно «тримати руку на пульсі» сучасних трендів, презентувати новітні продукти та ідеї. В свою чергу, влада повинна створювати належні умови та поліпшувати ділове середовище.

### Список використаних джерел

1. The Big Mac index – Burgernomics // Advertisement «The economist», January 15, 2020. Retrieved from: <https://www.economist.com/news/2020/01/15/the-big-mac-index>
2. The Human Capital Project - International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2018. Retrieved from: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30498/33252.pdf?sequence=5>
3. Software development in Ukraine: 2019-2020 IT market report - Mariana Malashniak // N-iX, August 29, 2019. Retrieved from: [https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/new.n-ix.com/uploads/2019/09/26/Software\\_development\\_in\\_Ukraine\\_2019\\_2020\\_IT\\_industry\\_market\\_report.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/new.n-ix.com/uploads/2019/09/26/Software_development_in_Ukraine_2019_2020_IT_industry_market_report.pdf)
4. Американська торговельна палата назвала проблеми української ІТ – галузі [Електронний ресурс]: Економічна правда, 30 липня 2019. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/07/30/650100/>
5. Реальна можливість: як подвоїти темпи розвитку ІТ-сектору до 2025 року [Електронний ресурс]: Економічна правда, 8 квітня 2019. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/04/8/646725/>

УДК 331.17

*Ковальова В.В., студ. гр. ЕП-16  
(науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ВПЛИВ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

У даний час у майновому потенціалі підприємств неухильно зростає роль нематеріальних (неосяжних) активів. Це обумовлено хвилею поглинання одних підприємств іншими, швидкістю та масштабами технологічних змін, поширенням інформаційних технологій, ускладненням й інтеграцією вітчизняного фінансового ринку тощо.

Нематеріальні активи підприємства представляють собою право власності на результати інтелектуальної діяльності, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані об'єктом права власності (інтелектуальної власності), право користування майном та майновими правами платника податку в установленому законодавством порядку, у тому числі набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами.

Основними економічними властивостями нематеріальних активів є те, що вони:

– не мають матеріального змісту (або матеріально-речовинна форма яких не має істотного значення в процесі їхнього використання);

- забезпечують власникам права та привілеї;
- створюють для власників певну вигод [1].

Прикладами немонетарних активів, що не мають матеріальної форми є: товарні знаки, патенти, ліцензії, комп'ютерні програми, авторські права тощо.

Класифікація нематеріальних активів здійснюється за напрямки, які наведені в табл. 1 за джерелом [2].

Більшість нематеріальних активів мають відповідний матеріальний носій (наприклад, аркуш паперу є носієм угоди про авторські права, диск є матеріальним носієм комп'ютерної програми). Проте матеріальний носій в даному випадку є вторинним щодо інформації, яка на ньому зберігається.

Відповідно до визначення, що міститься в Міжнародних стандартах оцінки МСО 2003, неосяжні (нематеріальні) активи являють собою інтереси, що містяться в нематеріальних об'єктах (навичках менеджменту та маркетингу, кредитних рейтингах, гудволі та різноманітних юридичних правах) або інструментах (товарних знаках, авторських правах, франшизах, патентах, контрактах).

Нематеріальні ресурси значною мірою впливають на кінцеві результати виробництва, а тому за ефектом дії розглядають як ресурси, що збільшують активи підприємства. Нематеріальні ресурси, які планується використати у виробничій діяльності, мають бути створені або придбані підприємством.

Таблиця 1

#### Класифікація нематеріальних активів

Ознаки	Основні групи	Характеристика
1	2	3
За складом	інтелектуальна власність	виключне право фізичної або юридичної особи на результати інтелектуальної діяльності та прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичної особи, індивідуалізації продукції, виконуваних робіт або послуг
	майнові права	права користування земельними ділянками, природними ресурсами, водними об'єктами, підтвердженням яких є ліцензія, орендні права
	відкладені, або відстрочені, витрати	організаційні витрати, що здійснюються в момент створення підприємства (наприклад, витрати, пов'язані з утворенням юридичної особи – гонорари юристам за складання установчих документів, послуги за реєстрацію фірми і т. ін.)
	гудвіл (ціна фірми)	сукупність тих елементів бізнесу або персональних якостей, які стимулюють клієнтів продовжувати користуватися послугами даного підприємства або даної особи і приносять фірмі прибуток понад того, який потрібний для одержання розумного доходу
За строком корисного використання	функціонує (працює)	об'єкти, використання яких приносить підприємству доход у дійсному періоді
	не функціонує (непрацює)	об'єкти, що не використовуються з якихось причин, але можуть використовуватися в майбутньому

1	2	3
За оборотністю (тривалістю використання)	поточні	об'єкти, що використовуються в діяльності підприємства не більше року
	довгострокові	об'єкти нематеріальних активів, що використовуються в діяльності підприємства більше року
За ступенем відчуження	відчужувані	об'єкти нематеріальних активів, що здатні цілком передаватися при їх продажу
	невідчужувані	об'єкти нематеріальних активів, що залишаються у власності підприємства-власника при частковому переданні прав на їх використання
За ступенем правової захищеності	нематеріальні активи, що захищаються охоронними документами	
	нематеріальні активи, не захищені охоронними документами	

Вартість нематеріальних ресурсів відображається в активі балансу підприємства і вони формують його нематеріальні активи [3], якщо нематеріальний актив можна: використати окремо або разом з іншими активами у виробництві товарів або наданні послуг, призначених для реалізації; обміняти на інші активи; використати для погашення заборгованості; розподілити між власниками підприємства.

Нематеріальні активи включають придбані підприємством за плату права користування природними ресурсами, об'єктами промислової власності та авторськими правами.

Також нематеріальний актив можуть бути ідентифікованим. Ідентифікований актив – це придбаний актив, який на дату придбання відповідає певним критеріям:

- оцінка активу може бути достовірно визначена;
- у майбутньому при його використанні очікується отримання економічних вигід, тобто він може сприяти надходженню на підприємство (прямо або опосередковано) грошових коштів та їх еквівалентів.

Можливість ідентифікації означає, що актив можна відокремити від підприємства. Тобто щодо конкретного об'єкта нематеріальних активів повинна існувати можливість вилучення його із сукупного майна, що обліковується на балансі підприємства, відокремлення його від інших активів і розпорядження ним [4].

Отже, нематеріальні активи – є важливою складовою діяльності будь якого підприємства, так як вони включають в себе інтелектуальний капітал і в залежності від наявності і обсягу сприяють покращення стану підприємства та збільшенню його конкурентоспроможності. Тому підприємствам важливо залучати всі можливості задля сприяння збільшенню нематеріальних активів.

#### Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи»
3. <https://dt-kt.net/books/book-13/chapter-36/>.
4. [https://pidruchniki.com/84349/ekonomika/sut\\_klasifikatsiya\\_nematerialnih\\_aktiviv](https://pidruchniki.com/84349/ekonomika/sut_klasifikatsiya_nematerialnih_aktiviv).

*Костишина А.І., здобувач  
(науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН У ЗМІСТІ ПРАЦІ**

Науково-технічний прогрес, нові знання, інноваційний розвиток не лише змінюють економіку країн, а передусім змінюють зміст праці, зміст трудових процесів, структуру зайнятості на ринках праці на користь зростання розумової, інноваційної праці. На ринках праці зростає сегмент працівників, зайнятих розробкою або впровадженням інновацій, обслуговуванням техніки, що потребує нових знань, комп'ютерної грамотності, принципово нових знань та навичок, компетентностей. Настав час швидких інноваційних змін у змісті праці, про що свідчать:

- зростання інноваційної компоненти трудових процесів в умовах зростання ролі інноваційних технологій, наукоємності виробництва; інтелектуалізація праці, збільшення частки працівників, зайнятих розумовою та творчою працею, що позначається на професійно-кваліфікаційній структурі зайнятого населення;

- автоматизація, комп'ютеризація, роботизація трудових процесів, зростання віртуальної складової у змісті праці, що постійно підвищує вимоги до рівня підготовки працівника, його безперервного професійного розвитку;

- постійне зростання частки персоналу підприємств, зайнятого у сфері інформаційних систем і технологій; підвищення попиту на «універсальних» працівників – працівників, які володіють знаннями, уміннями, навичками для вирішення комплексних завдань і одночасно володіють комп'ютерними технологіями;

- неможливість жорсткої регламентації не лише процесу праці, а й робочого часу; поширення нестандартних, дистанційних форм зайнятості, які передбачають посилення особистої відповідальності працівника за результати праці, прояв творчих здібностей та активне використання комп'ютерної техніки тощо.

На рівні держав уряди впроваджують ідеї цифровізації економіки, що передбачає: масштабне впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо; перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів); перехід діяльності з реального світу у світ віртуальний (онлайн).

Перехід до цифровізації економіки, прискорення інноваційного розвитку декларується нині в Україні. Вважається, що це дозволить ефективніше управляти працею і людиною.

Однак при цьому важливо бачити у праці складне та багатоаспектне явище, яка все більше стає сферою вияву унікальних компетентностей людини, її

творчих здібностей. А це передбачає зміну ставлення до людини – носія головного інтелектуального капіталу, до оцінки його трудових зусиль, необхідності безперервного професійного розвитку.

З цього приводу доречно згадати думки мислителів минулого, які звучать, як ніколи сучасно. В. Петті був одним з перших, хто висловив думку про те, що люди з їхніми виробничими здібностями являють собою багатство: «Вбачається розумним те, що ми звемо багатством, майном чи запасом країни і що є результатом попередньої чи минулої праці, не вважати чимось відмінним від живих діючих сил, а оцінювати однаково» [1, с. 82]. А. Сміт, оцінюючи роль людини в суспільному прогресі, також вважав її не тільки джерелом, але й частиною суспільного багатства: «Зростання продуктивності корисної праці залежить передусім від підвищення вправності та вміння працівника, а потім від поліпшення машин та інструментів, за допомогою яких він працює» [2, с. 490].

Вважаємо, що саме таке розуміння цінності людини, ролі її навчання сьогодні надзвичайно важливе та актуальне для менеджерів усіх рівнів і має бути покладено в основу механізмів компенсаційної політики українських підприємств.

Сучасні наукові пошуки відомих українських дослідників А. Колота, М. Семикіної, І. Петрової, С. Цимбалюк, Л. Шаульської [3-7] зосереджують увагу на недоліках сучасної системи мотивації в Україні, необхідності кардинальних змін в оплаті праці та доходах, компенсаційній політиці підприємств, з чим не можна не погодитися.

Узагальнюючи наукову думку, розуміємо компенсаційну політику як сукупність заходів, стратегічних рішень щодо формування і трансформацій систем матеріальної винагороди за працю в залежності від інноваційних змін у змісті трудової діяльності персоналу.

З нашої точки зору, процес вдосконалення механізму компенсаційної політики на підприємствах має відповідати таким вимогам:

- 1) бути багатоетапним;
- 2) ґрунтуватися на вивченні специфіки праці працівників різних категорій;
- 3) передбачати аналіз потреб персоналу, його компетентностей та вивчення глибинних причин послаблення мотивації;
- 4) орієнтуватися на індивідуалізований підхід в оцінці праці та розробці компенсаційного пакету;
- 5) бути гнучким в часі.

В умовах інноваційних змін у змісті праці необхідно, передусім, здійснити діагностику існуючої системи стимулювання праці з метою з'ясування ситуації, що склалася всередині підприємства і аналізу реальних причин слабкої зацікавленості працівників у ретельному виконанні своїх посадових обов'язків та вимог керівників. При цьому необхідно дослідити особливості робочих місць і умов праці, з'ясувати зміну вимог до працівників, що відбулися останнім часом. Доцільно залучити фахівців або консультантів, які зможуть виконати незалежний і кваліфікований аналіз проблем, пов'язаних з мотивацією і стимулюванням праці на лі змін у змісті праці. Черговий етап потребує аналізу існуючої системи оплати праці, дієвості стимулів для працівників, що застосовує роботодавець. Лише після цього має розпочинатися етап вдосконалення



компенсаційної політики через розробку постійної і змінної частини оплати праці, формування індивідуалізованих компенсаційних пакетів, що враховують особливості праці – прояв творчої та інноваційної компоненти у трудових процесах, складність, рівень відповідальності, необхідність опанування новими інформаційними технологіями, кращим чином відповідають потребам цінних для підприємства працівників тощо.

### Список використаних джерел

1. Петти В. Экономические и статистические работы / Пер с фр. – Москва: Соцекиздат, 1940. – С. 82
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – Москва: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
3. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ. – 2014. – 479с.
4. Інноваційна праця: діагностика проблем, важелі активізації: [кол. монографія] / М.В. Семикіна, С.Р. Пасека та ін. / За ред. М.В. Семикіної. – Черкаси: вид-во «МАКЛАУТ». – 2012. – 320 с.
5. Петрова І.Л. Управління змінами в умовах інноваційного розвитку: монографія / І.Л. Петрова, Г.В. Макаркіна, І.В. Терон та ін. – К.: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» . – 2012. – 268 с.
6. Соціально-трудові відносини: проблеми гармонізації [текст] : монографія / М.В. Семикіна, З.В. Смутчак, С.Р. Пасека, Ю.Д. Петров; за ред. М.В. Семикіної. – Кіровоград: «КОД», 2012. – С. 88.
7. Шаульська Л.В. Реалізація концепції гідної праці на основі забезпечення конкурентоспроможності активів людського капіталу / Л.В. Шаульська // Вісник Приазовського державного технічного ун-ту. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 28. – С. 278 -284.

УДК 338: 004

*Красовський О.О.,  
Стадник В.В., д.е.н., проф.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## **ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ**

Відмітною рисою сучасного ринкового простору є його висока динамічність. Це зумовлено багатьма чинниками і передусім – високими темпами науково-технічний прогресу, який не тільки змінює та урізноманітнює ресурсну основу господарської діяльності, а й постійно розширює спектр споживчих потреб, удосконалює і розвиває способи їх задоволення. За цих обставин важливим завданням менеджменту є кваліфікована оцінка стійкості ринкових трендів у зонах стратегічного господарювання підприємства і зіставлення з їх урахуванням місткості потенційних ринків у їх динаміці із власними технологічними й інноваційними можливостями. Це забезпечує необхідну інформаційну основу для планування інноваційної діяльності – за традиційними для підприємства напрямками (для розвитку продуктів і ринків у

разі стабільного або зростаючого попиту на існуючий асортиментний ряд) або ж за новими напрямками, технологічні можливості для яких у підприємства є або ж вони можуть бути швидко сформованими.

Другий сценарій ринкової поведінки особливо ефективний в кризових умовах – коли руйнуються старі ринки, змінюються споживчі пріоритети і ймовірність банкрутства за відсутності оперативного реагування на ситуацію стає загрозливо великою. У такій ситуації зараз знаходяться багато підприємств – як великих, так і малих, як промислових, так і тих, що працюють у сфері послуг. Пандемія Covid-19 поставила під загрозу виживання (у прямому сенсі цього слова) не тільки жителів мегаполісів, а й мешканців невеликих містечок, які вели свій невеликий бізнес – торговельний, фермерський чи туристичний. У звичному порядку його ведення значно ускладнилось, а в сфері послуг стало майже неможливим через карантинні заходи. Очевидно, що для збереження бізнесу необхідні радикальні зміни у багатьох його складових, передусім – пов'язаних з логістикою і збутом. Це потребує цифровізації багатьох управлінських процесів, розроблення і широкого використання спеціалізованих інформаційних технологій для роботи з партнерами і споживачами у всій протяжності ланцюжків створення споживчої цінності.

За цих обставин у системі функціональних служб менеджменту підприємств ключова роль має належати функції маркетингу – як такій, що не тільки визначає складові споживчої цінності товарів і послуг, а й впливає на їх формування. І це дає змогу підтримувати і в деяких випадках навіть розширювати ринковий потенціал бізнесу в умовах кризи, викликаній пандемією Covid-19. Свідченням цього є зростання обсягів Інтернет-продажів не тільки провідних ритейл-компаній, а й малих підприємств, які сформуvalи відповідну політику роботи із споживачами, залучившись підтримкою служб кур'єрської доставки товарів.

Це сприятиме зростанню ринкового потенціалу підприємства, величина якого визначається на основі прогнозування «можливого обсягу продаж за умови реалізації товару всім без винятку потенційним споживачам у максимальному обсязі» [1]. Згідно Ж.-Ж. Ламбена, це може здійснюватися за рахунок: розширення кола споживачів завдяки інтенсифікації маркетингових зусиль, наповнення продукту новими функціями, а також – технологічного вдосконалення процесу виробництва [2, с. 279].

Ринковий потенціал будь-якого підприємства змінюється в часі під впливом багатьох чинників – змінами споживчих звичок, уподобань та пріоритетів, культурних цінностей, доходів, технологій, рівня цін, змінами в законодавстві й т. ін. Перелічені чинники обумовлюють зміни в етапах життєвого циклу товарів, унаслідок чого змінюється величина ринкового потенціалу. Нинішня криза внесла свої корективи у обсяги і способи споживання багатьох товарів і послуг, тому питання збереження ринкового потенціалу підприємств є одним із першочергових завдань менеджменту. І його вирішення потребує осучаснення маркетингових інструментів і технологій – передусім у роботі зі споживачами.

В умовах зростаючої інформатизації суспільства Інтернет та інші цифрові канали стають поштовхом до розвитку технологій взаємодії зі споживачами засобами цифрового маркетингу, який змінює форми і методи маркетингової

діяльності, значно розширює можливості маркетингу впливати на поведінку споживачів (рис. 1, побудовано з використанням [3]).

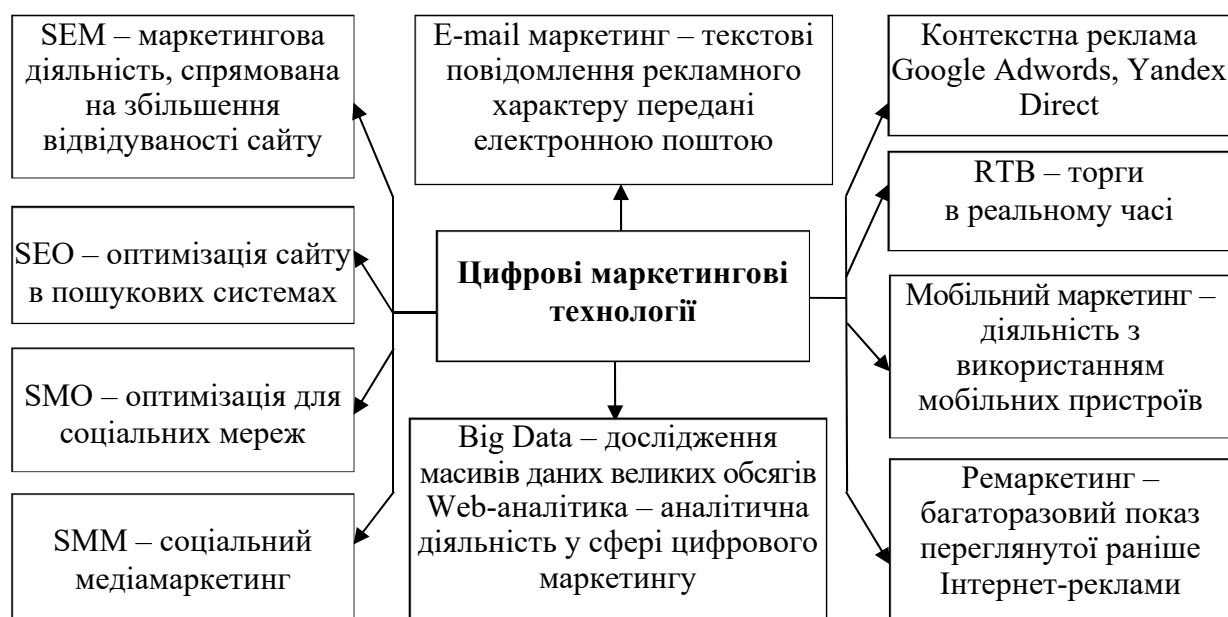


Рис.1. Цифрові технології маркетингу у роботі з перспективними цільовими аудиторіями

Цифрові технології, за умови їх релевантного використання, дають змогу індивідуалізувати структуру споживчої цінності продуктів та послуг для багатьох видів бізнесу і не тільки у сфері послуг. Вони можуть використовуватися для сегментування покупців продукції і для оцінки місткості різних сегментів ринку в межах стратегії розвитку продуктів і ринків. І це може стати вирішальним аргументом для прийняття відповідних рішень.

Використання цифрових технологій дає суттєві переваги у роботі з маркетинговою інформацією багатьом компаніям, так як порівняно з традиційними технологіями маркетингу вони забезпечують:

- можливість здійснювати діяльність поза прив'язкою до конкретної території – завдяки оперативному інформаційному обміну;
- скорочення часу на пошук партнерів, укладання угод на здійснення операційної діяльності, розробку нового продукту тощо;
- зниження асиметрії інформації і, відповідно, зниження трансакційних витрат, пов'язаних з перевіркою доброчесності потенційних партнерів;
- зниження ризику, пов'язаного з невизначеністю вибору споживача;
- зниження витрат на роботу з продуктом за рахунок вибору оптимального асортиментного ряду, скорочення часу на розробку й впровадження нового продукту, обґрунтованої політики ціноутворення, зниження кількості посередників і витрат на просування й продаж продуктів.

Використання цифрових технологій в умовах кризи дає значні переваги компаніям, що працюють на більшості типів ринків і особливо – за такими маркетинговими схемами як: «бізнес-бізнес» (B2B), «бізнес-споживач» (B2C), «бізнес-бізнес-споживач» (B2B2C), і навіть «бізнес-бізнес-бізнес-споживач» (B2B2B2C), яка особливо поширена у індустрії гостинності. Вони можуть стати

надзвичайно корисними в умовах сучасної кризи, яка обмежує соціальні контакти і ускладнює роботу бізнесу зі споживачами.

Зокрема, використання мобільних додатків для створення віртуальної реальності та формування туристичного маршруту за QR-кодами, можуть забезпечити розроблення віртуальних туристичних продуктів, насичення їх змістом, що відповідатиме запитам багатьох цільових аудиторій. Тим самим можна вивести туристичні подорожі у віртуальний простір, який може стати альтернативою реальності, підтримуючи туристичну галузь в умовах пандемічної кризи.

### Список використаних джерел

1. Зайчук Т.О. Теоретичні аспекти визначення ринкового потенціалу і таргетингу вітчизняними підприємствами. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 1. С. 96-104.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под. ред. В.Б. Колчанова. Санкт-Петербург: Питер, 2008. 800 с.
3. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: [монографія] / авт. кол.: Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І [та ін.]; за ред. д. е. н., проф. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.

УДК 33

*Мельнік М.А., доц.  
Східноукраїнський національний  
університет імені Володимира Даля  
м. Северодонецьк*

## ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ АНТИКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ

В сучасних кризових умовах розвитку економіки велика кількість підприємств опинилася на межі можливостей збереження та відновлення свого інноваційного потенціалу. Але основною умовою подолання кризових явищ та забезпечення економічного зростання є саме інноваційна діяльність, можливість забезпечити постійне оновлення і поліпшення технології виробництва продукції або надання послуг. Про важливість інноваційного чинника в економічному розвитку свідчить, зокрема, той факт, що питома вага нових знань, що втілюються в товарах, технологіях, освіті, організації виробництва в розвинутих країнах, становить від 70% до 85% їх ВВП [1, с. 95].

З погляду на це підприємствам потрібні сучасні підходи до оцінки можливостей удосконалення або зміни шляхів розвитку свого інноваційного потенціалу.

Дослідженню питань оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств присвячені наукові праці таких українських вчених, як О. Алейнікова, Ж. Говоруха, В. Гурочкіна, І. Зятковський, Г. Кульнєва, С. Ковальчук, Є. Лазарева, А. Поручник, І. Сидорчук, В. Чубай та ін. Незважаючи на вагомість отриманих наукових

результатів, учені дотримуються погляду, що невирішеними залишаються питання оцінки інноваційного потенціалу в кризових умовах діяльності підприємства.

Інноваційний потенціал відображає спроможність підприємства до вдосконалення або оновлення, він характеризує той максимальний обсяг інноваційної продукції, який можливий при повному використанні наявних інноваційних ресурсів.

Зважаючи на структуру фінансового забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств, можна зазначити, що держава не приділяє цьому питанню належної уваги. Так, у 2018 році у структурі фінансування інноваційної діяльності в Україні частка бюджетних асигнувань дорівнювала 5,3 % (5,2% – за рахунок Державного бюджету та 0,1% – за рахунок місцевих бюджетів), збільшившись порівняно з 2017 р. на 1,8, а з 2015 р. – на 4,6 відсоткового пункту. Як і в минулі роки, пріоритетним залишається фінансування наукової діяльності за рахунок власних коштів підприємств, яке у 2018 р. склало 88,2 % (табл. 1). Переважання власних коштів підприємств серед джерел фінансування інновацій спостерігається з причини недостатності та ускладненого залучення інших ресурсів (у силу несприятливого інвестиційного клімату, відсутності венчурного капіталу та ін.).

Таблиця 1

Розподіл обсягів фінансування інновацій в Україні  
за основними джерелами [2, с. 68]

Джерела фінансування	2015		2017		2018	
	млн грн.	у% до загального обсягу	млн грн.	у% до загального обсягу	млн грн.	у% до загального обсягу
Усього	13813,7	100,0	9117,5	100,0	12180,1	100,0
за рахунок коштів:						
Власних	13427,0	97,2	7704,1	84,5	10742,0	88,2
Державного бюджету	55,1	0,4	227,3	2,5	639,1	5,2
Місцевих бюджетів	38,4	0,3	95,6	1,0	13,4	0,1
Інвесторів – резидентів	74,3	0,5	273,1	3,0	109,7	0,9
Інвесторів – нерезидентів	58,6	0,4	107,8	1,2	107,0	0,9
Кредитів	113,7	0,8	594,4	6,5	473,9	3,9
Інших джерел	46,6	0,4	115,2	1,3	95,0	0,8

На сповільнення в останні роки інноваційної діяльності в Україні вплинули такі фактори, як загальний спад виробництва, незадовільна динаміка структурних перетворень у промисловості, ресурсні обмеження. Кризові симптоми характерні і для кадрової складової інноваційного потенціалу України, що виявляється передусім у відтокові спеціалістів з науково-технічної сфери.

Беручи до уваги те, що джерелом власних коштів, які підприємство вкладає в інноваційну діяльність є прибуток, а в умовах кризи можливість постійно

отримувати та нарощувати прибутки є досить марною, зрозумілим є скорочення інноваційної активності багатьох підприємств. Ті ж підприємства, які отримують стабільний прибуток, не поспішають вкладати його в інновації тому, що інноваційна діяльність є більш ризикованою, порівняно з іншими видами діяльності [3, с. 231].

При оцінюванні інноваційного потенціалу підприємства в науковій літературі можна визначити необґрунтоване дублювання показників за різними його складовими, неврахування певних параметрів цих складових, підміни понять шляхом ототожнювання інноваційного потенціалу з іншими видами потенціалів, наприклад, інтелектуальним, науково-технічним тощо, що в сукупності призводить до недостовірності результатів оцінювання [4].

Найбільш оптимальним, на нашу думку, методом оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства є порівняння фактичних значень показників, що характеризують складові інноваційного потенціалу, з еталонними показниками (найбільш оптимальними для найефективнішого ведення інноваційної діяльності на підприємстві) у поєднанні з елементами методу експертних оцінок [5].

Склад показників, що є складовими інноваційного потенціалу підприємства потрібно визначити з урахуванням галузі діяльності.

Структура інноваційного потенціалу представляється єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої та результативної. Для визначення рівня інноваційного потенціалу необхідно спочатку розрахувати значення кожної із його складових. Для цього обираються показники, які характеризують рівень кожної із складових, та визначається їх фактичні та еталонні значення.

Показники складових інноваційного потенціалу підприємства необхідно обирати серед показників соціально-економічної діяльності аналізованого підприємства, зростання чи зниження яких безпосередньо впливає на обсяг, якість, новизну інноваційної продукції. Еталонні значення визначаються, виходячи з особливостей діяльності підприємства, галузі, умов функціонування.

Результати порівняння показників дозволяють визначити стан інноваційного потенціалу та запровадити низку заходів щодо його підвищення або вдосконалення, що вимагає залучення як традиційних ресурсів, так і інноваційних.

Таким чином, створення ефективного механізму управління інноваційним потенціалом на підприємстві дає змогу приймати обґрунтовані рішення у сфері управління в кризових умовах, коли можливості підприємства вкрай обмежені. Достовірна оцінка інноваційного потенціалу підприємства дозволяє визначити рівень його достатності для ефективного господарювання, оцінити реальні ресурси та можливості здійснення інноваційної діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Поручник А.М. Інноваційний потенціал України та його реалізація в міжнародному науково - технічному співробітництві / А.М. Поручник // Науковий збірник КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 94-117.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. 2018 рік.: [статистичний збірник]. – К.: ДП Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України, 2019. – 305 с.

3. Сидорчук І.П. Оцінка сучасного стану інноваційного розвитку промислових підприємств України / І.П. Сидорчук // Наукові записки. Серія Економіка. – Випуск 23 // Електронний ресурс <http://ecj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/44/pdf>.

4. Чубай В.М. Аналіз інноваційного потенціалу підприємства у процесі формування і реалізації інноваційної стратегії підприємства / В.М. Чубай // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8 (110). – С. 183-190.

5. Бойчук А.Б. Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства з урахуванням особливостей машинобудівної галузі / А.Б. Бойчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016, №2, с. 129-143.

УДК 33:65

*Нікіфорова А.А., студент,  
Стадник В.В., д.е.н., проф.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## **МОЖЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ «TEAMBUILDING» В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

Протягом останніх років спостерігається стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, результати якого втілюються у різноманітних бізнес-ідеях, стаючи новим напрямом розвитку бізнесу. Однак таким шляхом йдуть лише ті підприємства, що здатні розпізнати комерційний потенціал нових ідей і оперативно втілити їх у нові продукти чи нові технології, випередивши конкурентів у боротьбі за споживача. Це завдання є складним і потребує не лише таланту передбачення, а й широкого кола компетенцій у сфері організування діяльності, пов'язаної з інноваціями. Адже не можна досягти значного результату, просто проявляючи інноваційну активність (тобто, займаючись діяльністю у сфері створення нового). Принципово важливо, щоб результати такої діяльності могли забезпечити підприємству такі конкурентні переваги, які б дали змогу йому розвивати бізнес, розширювати його межі на інші ринкові сегменти. В Україні, як показує офіційна статистика, частка інноваційно-активних підприємств в останні 5 років сягає від 14,3 до 16%, однак частка інноваційної продукції у загальних обсягах реалізації з кожним роком падає і в 2018 р. склала всього 0,8% [1]. Тобто, віддача від інноваційної активності є недостатньою і причина може корінитися у неефективній роботі команд, що займаються інноваціями. Для створення такої команди доцільно використати одну із ефективних управлінських технологій, яка ґрунтується на досягненнях соціальної психології і теорії організаційної поведінки – технології teambuilding (командотворення).

В англomовному бізнес-словнику наводяться наступні визначення цього терміну: «Тімбілдінг – це філософія планування роботи, за якої співробітники розглядаються як члени взаємозалежних команд, а не як окремі працівники; це здатність ідентифікувати і мотивувати окремих співробітників для формування команди, яка залишається разом, працює разом і досягає разом» [2]. Із цього

визначення стає зрозуміло, що побудова успішної і продуктивної команди залежить не тільки від фаховості окремих виконавців, а й значною мірою від кваліфікованих зусиль менеджменту з формування лояльності працівників до підприємства, формування у них відчуття значущості свого місця у команді і відданості кожного з них загальним цілям. Відчуття необхідності командної роботи особливо важливе у сфері управління інноваціями, де особливо потрібні інтенсивний і плідний обмін думками – для генерування ідей, що можуть забезпечити успішний результат у створенні чи упровадженні новинки.

Ще у 80-х роках ХХ століття були сформульовані чотири базові підходи безпосередньо для побудови команд, які й зараз залишаються актуальними. У табл.1 охарактеризовано основну сутність цих підходів.

Таблиця 1

Основні підходи до формування команд

Підхід	Характеристика
Цілепокладаючий (заснований на цілях)	Дозволяє членам групи краще орієнтуватися в процесах вибору і реалізації групових цілей. Процес здійснюється за допомогою консультанта. Цілі можуть бути стратегічними, за своєю природою, або можуть бути встановлені у відповідності з специфікою діяльності
Міжособистісний підхід (інтерперсональний)	Сфокусований на поліпшенні міжособистісних відносин у групі і заснований на тому, що міжособистісна компетентність збільшує ефективність існування групи як команди. Його мета – збільшення групової довіри, заохочення спільної підтримки, активізація внутрішньоконандних комунікацій
Рольовий	Проводяться дискусії і переговори серед членів команди щодо їх ролей; передбачається, що ролі членів команди частково перекриваються. Командну поведінку може бути змінено в результаті зміни їх виконання, а також індивідуального сприйняття ролей
Проблемно-орієнтований	Передбачає організацію заздалегідь спланованих серій зустрічей з фасилітації процесу (за участю третьої сторони – консультанта) з групою людей, що мають спільні організаційні відносини і цілі. Зміст процесу включає в себе послідовний розвиток процедур вирішення командних проблем і потім досягнення головного командного завдання

Сформовано за джерелом: [3]

Порівнявши вищезазначені характеристики, можна зробити висновок, що конкретний підхід обирається за основу для формування команди залежно від ситуації у вже існуючому колективі або від того, якою бачить свою команду керівник в конкретній організації. Для того щоб визначити або обґрунтувати доцільність використання обраного підходу потрібно зібрати та проаналізувати інформацію про працівників та причини ситуації, що склалася, тобто діагностувати проблему. Щоб сформувати команду за потрібним підходом здійснюється планування дій та, на основі цього, прийняття необхідних управлінських рішень. Після виконання запланованих заходів проводиться моніторинг та оцінювання ефективності створеної команди.

Розглянуті вище підходи є фундаментом для побудови команди, але основною метою застосування технологій тимблдингу в інноваційній діяльності



є розвиток її креативності та підвищення результативності. Тому серед різноманітних методик, які зазвичай обираються для командотворення з метою зміцнення командного духу, слід особливу увагу приділити тренінгам з розвитку креативності.

На сьогодні існує багато компаній, що пропонують послуги тренера, який займається організаційною роботою та безпосередньо проведенням тренінгу. Найвідомішими є мотузкові курси – це активний тренінг тривалістю від одного до чотирьох днів, спрямований на поліпшення навичок командної взаємодії. Для проведення мотузкового курсу часто використовується альпіністське спорядження (мотузки, карабіни, страхувальні системи), що і дало назву програмі [4]. Але цей тренінг підходить як мінімум не для всіх вікових категорій, тому керівники частіше обирають командні ігри. Ця технологія є дещо вдалішою тому, що в іграх може приймати участь велика кількість людей, їх можна проводити як у спеціально обладнаних закладах так і в офісі чи на природі. Також важливою позитивною стороною є велика різноманітність командних ігор, наприклад: активно-спортивні, пригодницькі, тематичні, креативні. Окремою категорією є ексклюзивні ігри, до яких відносяться квести, ігри в різних стилях, водні, міські, екологічні і т. п. Отже, маючи величезний вибір методів тимблдіingu, керівник може підібрати той, що буде відповідати цілям роботи колективу.

Командотворення – це процес, що насамперед потребує креативного підходу та гнучкості, щоб бути оптимальним саме для конкретного випадку, тому що не можна сказати напевно чи спрацює обраний метод чи ні, тому потрібно вчасно зорієнтуватися і бути готовим скорегувати його або замінити. Це відповідає специфіці управління інноваційною діяльністю, яка характеризується багатоплановістю, новизною вирішуваних завдань і високим рівнем невизначеності.

Отже, можна зробити висновок, що використання технологій тимблдіingu може бути корисним у сфері управління інноваціями. Створення неформальної атмосфери командної роботи допомагатиме працівникам почуватися вільно, бачити позитивні якості характеру колег, налагодити або зміцнити дружні стосунки, відчувати задоволення та піднесення у командному виконанні завдання. Водночас це сприятиме поліпшенню відносин з керівництвом, що мінімізує виникнення конфліктних ситуацій та робить процес управління інноваціями більш ефективним і результативним.

#### **Список використаних джерел**

1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах (2000-2018 pp.) Url: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ni/ind\\_pp/vi\\_pp\\_u.xlsx](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ni/ind_pp/vi_pp_u.xlsx) (Дата звернення 22.03.2020).
2. BusinessDictionary. Url: <http://www.businessdictionary.com/definition/team-building.html>.
3. Управление персоналом: Учебник для вузов/ Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. Url: <http://bibliograph.com.ua/upravlenie-personalom-3/154.htm>
4. Вербочный курс. Url: <https://ru.wikipedia.org/>

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Стратегічним імперативом сучасного розвитку світового господарства є його інноваційна спрямованість, що визначає необхідність забезпечення інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. З цією метою держава формує диференційовану стратегію інноваційного розвитку.

Підвищення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є однією з головних передумов стабільності та сталого розвитку економіки. Успішне функціонування організації можливе лише за умов систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук нових різноманітних можливостей, які надає середовище господарювання. Таке новаторство є змістом інноваційної діяльності, його результати збагачують і вдосконалюють виробничо-господарські процеси, визначають напрями майбутнього розвитку організації, які ґрунтуються на нових підходах до задоволення потреб ринку.

Управління інноваційною діяльністю має бути орієнтоване на розвиток інноваційної активності підприємства та її інноваційного потенціалу, а також забезпечення ефективного здійснення систематичного, цілеспрямованого планування, розробки, впровадження та використання інновацій. Інноваційний розвиток потребує пошуку джерел фінансування серед яких важливе місце посідає залучений капітал.

Фінансову основу підприємства складає власний капітал, проте, ми вважаємо, що ефективна фінансова діяльність підприємства неможлива без постійного залучення позикових коштів. Вони дають змогу суттєво розширити обсяг господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фінансових фондів та підвищити ринкову вартість підприємства.

Позиковий капітал, що використовується підприємством, характеризує в сукупності обсяг його фінансових зобов'язань. Згідно П(С)БО 11, зобов'язання характеризують заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої, як очікується призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди. Основним видом позикового капіталу можна вважати кредит [1].

Україна орієнтується на Європейські країни і відповідно обрала курс на інноваційний розвиток національної економіки відповідно суб'єктів підприємницької діяльності. У цьому зв'язку посилюється значення залучення позикового капіталу для фінансового забезпечення інноваційного розвитку. Формування джерел залучення позикового капіталу має відповідати інноваційній стратегії.

Цілеспрямовані стратегії розвитку суб'єкта господарювання в виробничій, збутовій чи управлінській сферах тісно пов'язані інноваціями. Інновації в стратегіях розвитку діяльності підприємств можуть бути спрямовані на одержання нових продуктів, технологій і послуг чи менеджменту організації.

Значну роль у забезпеченні діяльності аграрного сектору відіграє інформаційна допомога сільськогосподарським товаровиробникам і сільському населенню. Це допомога з організації вирішення майнових земельних питань, що виникають у процесі реформування колишніх колективних сільськогосподарських підприємств, планування й аналіз роботи агроформувань, впровадження досягнень науки, техніки, ведення управлінського, податкового та бухгалтерського обліку, зокрема в частині формування фінансових результатів згідно з вимогами галузевої нормативної регламентації, консалтингове супроводження фінансового менеджменту клієнтів, надання послуг з аналізу фінансового стану та оцінки ймовірності банкрутства. Цю роботу здійснюють Дорадницькі служби, які створюються в обласних центрах. Типовим представником в Кіровоградській області є Кіровоградська обласна сільськогосподарська дорадча служба – неприбуткова установа.

Дорадництво поки що не досить розвинуте як в Україні в цілому, так і на Кіровоградщині зокрема. Але за ним майбутнє, адже воно спрямоване на підвищення інтелектуального потенціалу села, на якісні зміни рівня знань товаровиробників та сільського населення. Для дорадницької служби проблематика забезпечення інноваційного розвитку підприємств аграрного сектору є надзвичайно важливою.

Подальший розвиток сільського господарства України передбачає впровадження нових технологій, розробок, нових способів виробництва, виробництво нової якісної продукції, розвиток і нарощування інфраструктури. Такий розвиток можливий лише за умови тісної співпраці держави, науково-дослідних установ та сільськогосподарських виробників з метою реалізації комплексної інноваційної політики.

Подальшого вдосконалення потребують механізми фінансового забезпечення ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств, впровадження у виробництво наукових розробок, створення ефективної моделі інноваційно-інвестиційного розвитку аграрних формувань. У цьому зв'язку потребує удосконалення механізм кредитування та пошук альтернативних джерел залучення капіталу для здійснення інновацій, що пов'язується із створенням земельного банку та кредитною кооперацією на селі.

#### **Список використаних джерел**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.12.2000 р. № 353 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

У сучасних умовах однією з головних проблем, вирішення якої забезпечує виживання та досягнення стратегічних цілей суб'єкта господарювання є ефективне управління ним. Процес управління потребує відповідної системи забезпечення, до якої входять підсистеми інформаційного, методологічного, організаційного та управлінського забезпечення. Серед зазначених підсистем найбільш невизначеною є підсистема інформаційного забезпечення, метою якої є інформаційне забезпечення всіх фаз процесної підсистеми.

Інформаційне забезпечення у широкому розумінні науковцями розглядається як процес створення інформаційних умов функціонування системи, забезпечення необхідними даними, застосування засобів пошуку, отримання, зберігання, накопичення, передачі, обробки інформації, організації банків даних тощо.

Система інформаційного забезпечення в значній мірі залежить від суб'єктів сприйняття інформації. Функції персоналу інформаційних систем та їх взаємозв'язок, на різних рівнях управління є різними. Інформаційне забезпечення функціонування інноваційно-інтегрованих структур є більш складним, що пов'язано із складністю цих організаційних об'єктів. Інноваційно-інтегровані структури можуть об'єднувати установи і підприємства різних масштабів, галузей і форм власності, в яких одночасно можуть застосовуватися різні підходи до організації управління, що вимагає відповідного інформаційного забезпечення.

Інноваційно-інтегровані структури забезпечують злиття інформаційних просторів зсередини, що, у свою чергу, сприяє створенню якісно нового інформаційного простору інтегрованої структури. Інформаційне забезпечення різних складових інноваційно-інтегрованої структури є неоднаковим, тому є доцільним гармонійно доповнювати різною інформацією кожної ланки інтегрованої структури. У такий спосіб інноваційно-інтегрована структура має можливість збільшити свій інформаційний простір та подолати ринкову невизначеність в основних напрямках, таких як збут продукції та планування виробничих ресурсів.

В умовах ринкових відносин кінцевою метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є максимізація отримання прибутку. Тому важливе значення для функціонування інноваційно-інтегрованих структур має планування, розподіл та використання прибутку, що покладено на функцію управління. Збут продукції є основним джерелом прибутку та ланкою, що поєднує виробництво і ринок. Постійна зміна зовнішніх умов функціонування

суб'єктів господарювання обумовлює необхідність взаємодії економічних і організаційних елементів механізму просування товарів (послуг) від виробників до кінцевих споживачів. Ефективність збутової діяльності підприємств підвищується за рахунок здійснення ними активної комунікаційно-інформаційної політики, яка реалізується через заходи, що спрямовані на забезпечення поінформованості існуючих і потенційних партнерів.

Збут продукції є тим етапом інтегрованого об'єднання, який закінчує один господарський цикл і починає інший. Від ефективності кінцевої стадії просування продукту залежить економічний результат діяльності всієї ланки підприємств інтегрованої структури.

У процесі реалізації продукції суттєве значення має формування попиту. На цьому етапі є доцільним сформулювати обізнаність покупців щодо характеристик товару, його перевагах, недоліках; наявності товару на ринку; гарантії захисту покупців, якщо вони не будуть задоволені якісними властивостями. Важливим інформаційним потоком у контексті роботи з покупцями є зворотній зв'язок, який дозволяє вирішити досить широке коло питань, а саме: планування обсягу продажів, навантаження на точки збуту, проведення рекламних заходів тощо.

Інноваційно-інтегровані структури мають ряд принципово важливих переваг перед іншими формами господарювання, а саме: в них досягається реальна інтеграція виробництва, науково-дослідницьких і навчальних закладів та торговельної діяльності. Це забезпечує інтеграцію ресурсів, визначення загальних інтересів і точок взаємодії між усіма учасниками структури. При цьому діяльність кожного з елементів спрямовується на рішення певного кола завдань, що виключає дублювання функцій окремих елементів структури та забезпечує реалізацію оптимальної моделі взаємодії (зникає багато посередників і збільшуються доходи). Крім того, відбувається внутрішній перерозподіл фінансових потоків та стимулювання відповідних структурних одиниць, що входять до складу інноваційно-інтегрованої структури.

У процесі своєї діяльності інноваційно-інтегровані структури дають можливість отримати так званий ефект масштабу. Великі масштаби виробництва дозволяють застосовувати сучасну високопродуктивну техніку та інноваційні технології і завдяки цьому істотно підвищувати продуктивність ресурсів, знижувати витрати на одиницю продукції, а отже, підвищувати ефективність виробництва. Застосування інноваційних технологій створюють можливості забезпечити безперечні конкурентні переваги порівняно з іншими формами господарювання.

Ефективне функціонування інноваційно-інтегрованих структур можливе тільки за умов ефективного використання адекватного інформаційного забезпечення. Інформаційне забезпечення функціонування інноваційно-інтегрованих структур є інструментом для прийняття управлінських рішень на всіх рівнях, стратегічним ресурсом інноваційно-інтегрованих структур.

## ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: АСПЕКТИ КОНКУРЕНТНОЇ ЯКОСТІ

Сьогодні і надалі успіхів в економічному, соціальному та інноваційному розвитку досягатимуть країни, де приділяється пріоритетна увага розвитку людського капіталу (ЛК), підвищенню його конкурентної якості.

Конкурентною називаємо таку якість людського капіталу, яка виявляє переваги в конкурентному середовищі завдяки характеристикам, сформованим і накопиченим навчанням, вихованням, оздоровленням, освітньо-професійним розвитком. Переваги такої якості ЛК у поєднанні з прийнятною ціною трудових послуг забезпечують власникам ЛК розширення можливостей в ринковій економіці для трудового вибору, ефективної зайнятості, отримання більшого доходу та інших соціально-економічних зисків.

Досвід розвинених країн засвідчує, що людський капітал найчастіше досягає конкурентної якості в тих країнах, де уряди, громадські організації, соціальні партнери вважають пріоритетом запровадження соціальних інновацій у різні сфери життєдіяльності людини, зокрема в освіту, професійний розвиток, зайнятість. Тому доцільно зосередимо увагу на тісному зв'язку аспектів конкурентної якості ЛК і соціально відповідального ставлення до людського капіталу з боку держави. Авторське бачення можливостей підвищення конкурентної якості людського капіталу в Україні на засадах соціальної відповідальності відображає концептуальна схема на рис. 1.



Рис. 1. Соціально відповідальний розвиток людського капіталу як передумова забезпечення його конкурентної якості\*

\*Схему запропоновано автором

Варто підкреслити, що забезпечення конкурентної якості людського капіталу в Україні можливе, передусім, за рахунок забезпечення:

- випереджаючого розвитку соціальних інститутів – освіти, охорони здоров'я, культури;

- випереджаючого стимулювання високопродуктивної праці кваліфікованих працівників;

- стимулювання державою економічного та соціального самозабезпечення працюючих та їх родин.

Тому коло пріоритетів для розробки інновацій з метою підвищення конкурентної якості ЛК має передбачати:

- модернізацію системи освіти, належне фінансування її розвитку;

- інвестування в сучасний розвиток охорони здоров'я;

- відродження культури, утвердження здорового способу життя;

- забезпечення ефективної зайнятості;

- проведення прогресивної пенсійної реформи;

- підвищення соціальних стандартів життя;

- подолання високої диференціації в доходах;

- надання широкого переліку соціальних послуг;

- будівництво сучасного доступного житла, автошляхів.

Окреслене потребує соціальних інновацій, тобто комплексу ініціатив, нововведень, нових послуг, які мають постійно упроваджуватися державою, соціальними партнерами, колективами, окремими суб'єктами господарювання у різних сферах формування, використання й розвитку людського капіталу заради корисних керованих соціальних змін, спрямованих на поліпшення якості ЛК та підвищення його конкурентоспроможності через розвиток продуктивних здібностей людей в економіці і краще задоволення соціальних потреб.

Такий підхід дає змогу розглядати соціальні інновації як важливий інструмент підвищення конкурентної якості людського капіталу і одночасно як сферу відповідальності соціальних партнерів.

З нашої точки зору, підвищення конкурентної якості ЛК неможливе без належного управління впровадженням соціальних інновацій.

Управління соціальними інноваціями, орієнтоване на підвищення конкурентної якості ЛК, має ґрунтуватися:

- по-перше, на системній, багаторівневій оцінці стану людського капіталу, ролі впливових чинників;

- по-друге, діагностиці пріоритетних потреб в соціальних інноваціях;

- по-третє, соціальній експертизі доцільності соціальних інновацій за різними напрямками життєдіяльності; визначенні адекватних, корисних інноваційних змін, що мають підпорядковуватися обраній стратегії використання та розвитку людського капіталу (рис. 2).



Рис. 2. Соціальні інновації в процесах підвищення конкурентної якості людського капіталу\*

\*Схему запропоновано автором

Реалізація такого підходу має бути орієнтована на досягнення прогресивних змін у конкурентній якості людського капіталу, сприяти поліпшенню умов його розвитку та використання в Україні.

#### Список використаних джерел

1. Соціальні інновації: концептуальні підходи, можливості розвитку та запровадження / В.П. Антонюк, О.Ф. Новікова, О.В. Водоводова та ін. / НАН України. Ін-т економіки пром.-ті. – Донецьк, 2010. – 102 с.
2. Сандига О.І. Інновації: соціально-філософський аналіз / О.І. Сандига // Мультиверсум. Філософський альманах. – К.: Центр духовної культури. – 2005. – № 48. – С. 43-54.
3. Рычев М.В. Инновации и инвестиции в процессе становления рыночной экономики в современной России / М.В. Рычев // Вестник СамГУ. – 2007. – №1 (51). – С. 85-94.
4. Кучко Е.Е. Социальные инновации: подходы к определению и классификации // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер.: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2011. – № 941 – С. 27-33.
5. Семикіна А.В. Людський капітал: підвищення конкурентоспроможності на основі соціальних інновацій [монографія] / А.В. Семикіна. – Одеса: «Атлант» ВОИСОІУ, – Одеса, 2018. – 272 с.



*Феськов В.І., магістр гр. АТ-19М(1.4)  
(науковий керівник – Нісфоян С.С., к.е.н.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **МЕТОДИКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Для ефективного управління підприємством, спираючись на традиційні методи управління, необхідно використовувати інновації, тобто нові, вдосконалені та нетрадиційні підходи в управлінській діяльності, тому що в наші дні основою будь-якого виду управління підприємством є високоефективна діяльність, що спирається на прогресивні інноваційні фактори. До одних із них відноситься управління трудовими ресурсами, спрямовані на забезпечення нормальних умов праці та створення конструктивних взаємин між роботодавцями, працівниками та державою.

Управління трудовими ресурсами відбувається на рівні держави та підприємства. Державний рівень управління трудовими ресурсами підприємств – це рівень управління трудовими ресурсами в межах окремого регіону та держави в цілому, що представляє собою сукупність органів державних і регіональних законодавчих, виконавчої і судової влади, централізовано регулюючих основні соціально-економічні відносини в країні та її суб'єктів, а також сукупність методів управління та механізмів їх використання.

Управління трудовими ресурсами на рівні підприємства передбачає ряд наступних основних завдань:

- визначення потреби підприємства у робітниках різних спеціальностей та кваліфікації;
- аналіз ринку праці і управління зайнятістю;
- відбір і адаптація персоналу;
- планування кар'єри співробітників того чи іншого підприємства, їх професійного та адміністративного зростання;
- забезпечення раціональних умов праці, у тому числі сприятливої для людини соціально-психологічної атмосфери;
- організація трудових процесів, їх координація, аналіз витрат та результатів праці, встановлення оптимального співвідношення між кількістю одиниць обладнання та чисельністю персоналу різних груп;
- розробка систем мотивації ефективної діяльності;
- обґрунтування структури доходів, ступеня їх диференціації, проектування систем оплати праці;
- організація винахідницької та раціоналізаторської діяльності;
- участь у проведенні тарифних переговорів між представниками роботодавців і працівників;
- рішення етичних проблем праці;

- управління конфліктами;
- профілактика девіантної поведінки [1].

У такій обстановці, всі функції управління трудовими ресурсами на підприємстві сфери послуг повинні бути тісно взаємопов'язані і в сукупності становити єдиний процес управління трудовими ресурсами, метою якого є більш ефективна, інноваційно-орієнтована трудова діяльність персоналу. При цьому основою розвитку управління трудовими ресурсами на підприємстві, є цілеспрямована діяльність по впровадженню нових, більш ефективних методів трудового управління. В сучасних умовах управління професійним розвитком персоналу підприємства передбачає наявність таких найважливіших компонентів:

- відповідного середовища – системи управління професійним розвитком персоналу;
- необхідних і достатніх коштів – механізму управління професійним розвитком персоналу;
- конкретних дій – процесу управління професійним розвитком персоналу підприємства [2].

У той же час, сучасний менеджер нерідко стикається з різного роду проблеми, які вимагають від нього певної здатності до необхідних змін в управлінні і функціонуванні підприємств, що інноваційно розвивається. Досягається це, насамперед, на основі інноваційної діяльності, спрямованої на здійснення конкретних інноваційних цілей, оптимальних результатів раціонального використання наукових, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, застосування різноманітних принципів, функцій та методів економічного механізму [2].

Основні функції інноваційного кадрового менеджменту об'єднуються, як правило, в наступні групи:

За напрямками сфер управління персоналом можна виділити функції:

- організація безперервної освіти персоналу (підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації новаторських кадрів);
- пошук і добір кадрів для нових виробництв, дефіцитних професій, елітних і новаторських кадрів;
- атестація та оцінка праці інноваційних структур, інноваційних якостей персоналу;
- розробка схем посадового розвитку, вдосконалення посадових інструкцій у зв'язку з розвитком робочих місць, вдосконаленням організації праці та персоналу;
- просування і переміщення працівників сходами службової та професійної кар'єри, організація формування та робота з кадровим резервом керівного персоналу;
- робота із раціоналізаторськими кадрами;
- мотивація персоналу при нововведеннях;
- розробка нововведень в організації роботи самої кадрової служби;
- забезпечення нових стандартів і підвищення якості трудового життя.

- По реалізації кадрових нововведень як об'єкта управління виділимо функції:
- організація та проведення науково-аналітичної роботи в області розвитку людських ресурсів;
  - виявлення та вирішення нових кадрових проблем (спільно з науково-дослідними організаціями);
  - оцінка ефективності кадрових нововведень;
  - розробка прогнозів, концепцій, інноваційно-кадрової політики, планів, програм і проектів кадрових нововведень, їх фінансово-ресурсне забезпечення;
  - організація кадрових нововведень і контроль їх реалізації;
  - мотивація кадрів [3].

Стратегічною метою інноваційної діяльності в управлінні трудовими ресурсами в сфері послуг є розвиток і підвищення ефективності трудової діяльності в перспективі [4]. В обох випадках кінцевим результатом має бути підвищення ефективності управління трудовими ресурсами, що, в свою чергу, призводить до зростання продуктивності праці і підвищення ефективності сфери послуг. Підвищення ефективності роботи підприємства сфери послуг полягає в підборі, при цьому обсязі послуг, такого поєднання ресурсів, яка мінімізує зроблені витрати. Отже, мінімізація витрат є інструментом збільшення прибутку – основної мети виробника в ринкових умовах, а також головним критерієм оцінки ефективності розміщення ресурсів та ефективності управління підприємством сфери послуг в цілому.

#### Список використаних джерел

1. Сіроштан, М.А., Потапов, В.І., Білявцев, М.І., Олійник, С.І., Тимохін, О.М. Стратегічні цілі і моделі ефективної діяльності підприємства : навчальний посібник. – Харків. : Око, – 1999.
2. Царенко О.М. Підготовка кадрів: досвід, проблеми, перспективи // Вісник аграрної науки. – 2003. – №7. – С. 23-25.
3. Экономическая стратегия фирмы : Учебное пособие / под ред. проф. А.П. Градова. – с.-Пб. : Специальная литература, – 2005. – 411 с.
4. Экономико-правовые проблемы привлечения иностранных инвестиций // Ю.В. Макогон, В.В. Хахулин и др. – Донецк : ИЗПИ НАН Украины. – 2006. – 59 с.

УДК 331

*Цимбалюк Д. І., студент  
(науковий керівник – Вінська О.Й., доц.)  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ*

### **МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ**

У сучасних умовах високої конкурентної боротьби на національному та глобальному ринках успіх підприємства залежить від спроможності

прогнозувати зміни у запитах споживачів товарів і послуг, швидко реагувати на ці зміни, від здатності оптимізувати основні бізнес-процеси й запропонувати не просто якісні товари (послуги), а нові аналоги та моделі з новими функціональними можливостями. У зв'язку з цим інновації стають не тільки ключовим фактором створення конкурентних переваг на національному та глобальному ринках, а й фактором забезпечення життєдіяльності компанії. При цьому важливо не просто передбачити та своєчасно реагувати на зміни у запитах споживачів, а випередити своїх конкурентів.

Відповідно до даних Держстату України частка підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), у загальній кількості промислових підприємств у 2018 р. становила 15,6 %. Порівняно з 2000 р. (14,8 %) цей показник практично не змінився. Протягом зазначеного періоду збільшилася кількість впроваджених нових технологічних процесів на 42,7 %. У 2018 р. кількість таких процесів дорівнювала 2002. Разом з тим частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств є дуже мізерною. У 2018 р. цей показник дорівнював 0,8 %. Причому порівняно з 2000 р. цей показник зменшився майже у 12 раз, що не сприяє зміцненню конкурентних позицій вітчизняних підприємств на глобальному ринку [2].

Виходячи з цього, питання активізації інноваційного розвитку вітчизняних підприємств є надзвичайно актуальним. При цьому для активізації інноваційної діяльності мають бути не тільки створені умови, наявні необхідні фінансові ресурси для інвестування коштів в інновації, а й важливою є мотивація працівників до інноваційної діяльності.

Основним методом заохочення співробітників до інноваційної діяльності є матеріальна винагорода. Інноваційні проекти є ризикованими й часто співробітники, котрі беруть участь у них, піддають ризику свою кар'єру. Керівники підприємств мають це усвідомлювати й запроваджувати спеціальні преміальні системи з метою заохочення співробітників брати участь у таких проектах. Важливо заохочувати ініціативу й преміювати співробітників, котрі ініціюють новації. До інноваційних проектів зазвичай долучається колектив, що обумовлює запровадження колективного преміювання. Таке преміювання своєю чергою потребує врахування внеску кожного співробітника в кінцевий результат.

Під час розроблення системи преміювання треба враховувати кількість наукових і технічних пропозицій, міру новизни інноваційних продуктів, економічний ефект від впровадження інновацій, терміни проведення робіт, їхню якість тощо.

З метою активізації інноваційної діяльності важливо не тільки винагороджувати результат від імплементації інновацій, а і зусилля, витрачені на його одержання. Такий підхід є доцільним для заохочення участі співробітників у ризикованих інноваційних проектах.

Крім матеріальної винагороди важливе значення мають нематеріальні методи заохочення співробітників, спрямовані на задоволення потреб у самовираженні, можливості займатися престижною діяльністю, професійному

зростанні. Тому важливо підвищувати привабливість інноваційної діяльності. Активна позиція працівника в інноваційному процесі залежить від того, наскільки він відчуває особисту значущість. Цьому сприяє насамперед його професійна компетентність, творчі здібності та здатність до інноваційної діяльності [1, с. 216-217].

Для активізації інноваційної діяльності важливо застосовувати такі нематеріальні методи заохочення співробітників:

- належна організація праці;
- сприятливі умови праці;
- зручні режими праці та відпочинку, зокрема запровадження гнучкого режиму;
- використання новітніх методів і технологій, наявність технічних засобів;
- позитивний клімат в колективі;
- демократизація управління, залучення до прийняття рішень;
- можливість самостійно планувати свою роботу;
- умови для професійного та кар'єрного зростання;
- визнання заслуг працівників керівництвом тощо.

Отже, використання керівництвом широкого спектра матеріальних і нематеріальних методів мотивації працівників до інноваційної діяльності позитивно впливатиме на інноваційний розвиток вітчизняних підприємства, а отже, сприятиме створенню конкурентних переваг на національному та глобальному ринках.

#### **Список використаних джерел**

1. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди : монографія / І.Л. Петрова, Т.І. Шпильова, Н.П. Сисоліна ; за наук. ред. І.Л. Петрової – Київ : Дорадо, 2010. – 320 с.
2. <http://ukrstat.gov.ua> // Офіційний сайт Державної служби статистики України.

**УДК 33:304.4:32**

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ГАЛЬМУВАННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Люди не змогли встановити повний контакт з природою. Це проявилось в тому, що вона відмовилася віддавати безоплатно свої складові для благоденства роду людського. Таким чином, збиральництво, бортництво і полювання, поступово трансформувалися до рівня промислового конвеєра зі знищення природних ресурсів [1].

Як відомо (головна проблема політекономії), кількість природних ресурсів обмежена, але ж саме вони створюють всі передумови для функціонування людського організму. У той же час людські потреби необмежені і постійно зростають, особливо в силу розвитку прогресу. Людина – істота соціальна,

колективна і першою фазою формування існуючого нині антипорядку, стала радість убивства мамонта ціною життя одного або декількох одноплемінників. Результат був отриманий подвійний – отримання їжі і зменшення кількості їдців. Однак, у той же час, загибель у процесі полювання сприяла не лише розвитку кмітливості тих істот, що залишилися в живих, а й природному відбору, що підвищує ймовірність виживання.

Однак, як з'ясувалося трохи пізніше, їжу можна отримати не лише шляхом полювання на небезпечного хижака, а й шляхом обману або вбивства свого одноплемінника, який тобі довіряє і не очікує підступу. У той же час, поступово відбувається усвідомлення уцербності управління племені найбільш сильним членом колективу. Хитрість і витонченість беруть перші перемоги над м'язовою силою не лише в окремих племенах, а й у суспільній свідомості, що поступово зароджується.

Рано чи пізно, будь-який первісний колектив або вимирав, або розростався до таких розмірів, які не дозволяли йому існувати за старими принципами і вимагали освоєння нових територій. Відтак, людина зустрічалася з собі подібними, які не бажали поступатися свого права на землю, воду і ліс, що призвело до перших воєн в ім'я власного шлунку [2, с. 42]. Так було забито черговий цвях у знецінення людського життя. При цьому почали розквітати зарозумілість і чванство – з одного боку, і лестощі в поєднанні з пристосовництвом – з іншого.

Як показав час, винаходити нові способи землеробства або скотарства було менш цікаво, ніж воювати. Можливо, головною проблемою людини стала саме нездатність приборкати інстинкти або хоча б максимально їх обмежити. При цьому кровожерливий інстинкт посів більш чільне місце в системі мотивації, ніж інстинкт самозбереження або продовження роду.

Після того, як людина вирішила не вбивати, а залишати в живих захоплених ворогів, стало абсолютно ясно, що людська істота може виконувати різні роботи, в деяких випадках не набагато гірше, ніж приручені на той час тварини. Їжі ж двоногими споживається значно менше, ніж парно- і непарнокопитими, та й період експлуатації перших, навіть при її максимальній інтенсивності перевищує аналогічний показник тварин. „Чистий” розум, що не обтяжений моральними нормами, не міг не скористатися цією перевагою після подібного емпіричного дослідження. Після цього, людина найчастіше сприймалася собі подібними, не лише як ворог, а й як ворог нерозумний, нездатний ні на що, крім як на виконання важкої фізичної роботи. А чого вартує життя безглуздої тварини?

Відтворення людства вимагало відтворення товарного. Тоді ще ніхто не замислювався про те, що збільшення виробництва здатне знищувати природу, а значить і саму людину. Виробництво ж матеріальне цінувалося вище нематеріального, в тому числі й творів мистецтва, що можна пояснити недосконалістю (на перших порах) способів видобутку продуктів. Саме вони й були результатом низького рівня прогресу. Висновок: недостатній рівень розвитку культури і мистецтва був викликаний низькими темпами розвитку прогресу.

Підприємництво як специфічна діяльність з організації виробництва виникло природним шляхом. Як з'ясувалося, можна не мати ніяких здібностей, в тому числі й розумових, крім організаційних, і отримувати реальний і серйозний прибуток. Специфіка сучасної економіки полягає в тому, що людина найвищого рівня інтелекту буде завжди отримувати винагороду меншу, ніж його «недалекий»

роботодавець. А їх спільна діяльність просто необхідна для реалізації інноваційної або прогресивної функції підприємництва на якій, багато в чому, ґрунтується НТП.

Натуральний товарний обмін був максимально незручним, що призвело до появи унікального товару, на який можна було б обміняти будь-який інший, і який могли прийняти в якості будь-якого іншого товару при обміні. Таким товаром стали гроші, що з'явилися у вигляді певних товарів, зливків або рубаних частин дорогоцінних металів. Пізніше вони трансформувалися в гроші паперові, або ж просто кажучи – умовні.

Можливо, найбільшу травму в суспільній свідомості слід шукати саме тут. Якщо раніше людина жила і працювала, щоб забезпечити себе продуктами харчування, одягом, засобами підвищення домашнього і особистого комфорту – то тепер вона отримувала за свою роботу умовні знаки, які самі по собі (без інших людей, які визнають їх цінними), не могли задовольнити жодну з її потреб.

Крім того, грошовий капітал був більш вигідним для експлуатації осіб, зайнятих раніше в промисловому виробництві. Шляхом контролю за його вартістю можна було контролювати і працівників уже на рівні економічної системи держави.

Явище інфляції (знецінення грошей) того, що саме по собі не має ніякої вартості, остаточно збентежило (нехай на рівні підсвідомості) представників думуючої частини двоногих прямоходящих. (На секунду повернувшись до сучасності, рекомендую подумати про гроші безготівкові). Після цього ніяке знецінення не могло вже нікого здивувати, і людське життя, як і совість, і порядність, остаточно перетворилися на товар, причому доволі часто – неходовий.

На підставі торгівлі, як окремого виду діяльності, виникло безліч варіантів заробітку за рахунок обману інших людей. Це призвело до появи нового класу суспільства, представники якого рідко відрізнялися наявністю моральних принципів, однак часто приносили користь.

Торгівля привела до існування банків, спочатку як організацій призначених для заощадження коштовностей. Зараз світова банківська система – це павутина, що нічого не виробляє та сосе кров «з усіх та з уся», і контролює кожен рух своїх жертв.

Послуг торгівлі потребували і промислові виробники, які заклали основу урбанізації і прагнули до абсолютної ринкової влади, яку зараз ми називаємо монополізмом.

Що ж ми маємо зараз? Абсолютну владу, монополію прогресу абсурду над життям, гідністю, турботою про навколишнє середовище і про ближнього [2, с. 43]. А також мільйони неусвідомлених помилок людства, яке впевненими кроками рухається шляхом тотальної деградації. Кожен наступний крок у тому напрямку, який ми звикли називати прогресом, створював нові умови для розумового забуття і психологічного відчуження один від одного.

Ноосфера академіка Вернадського на ділі виявилася не оболонкою розуму, здатної об'єднувати, трансформувати і створювати, а плівкою, що приховує неякісний продукт еволюційного розвитку, нездатною до того ж захистити його від подальшого розпаду.

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р. Інфляція всего [Електронний ресурс] / Р. Яковенко. – Режим доступу : <https://surmasite.wordpress.com/2017/06/30/инфляция-всего/>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р. Эволюция деградации / Р. Яковенко // Журнал Порог. – 2004. – № 7. – С. 42-43.

**СЕКЦІЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА:  
НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ  
ГОСПОДАРЮВАННЯ»**

УДК 33

*Абдулаев З.і.О., здобувач  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»  
м. Полтава*

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ  
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ТА УМОВИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

Теоретичний аналіз дозволяє стверджувати, що вітчизняною та світовою економічною наукою дотепер залишається недостатньо вивченою сутність конкурентоспроможності працівників у сфері торговельних послуг. Як наслідок, спостерігається нестача єдиного бачення з боку науковців, що перешкоджає розробці та реалізації спостережень за станом конкурентоспроможності осіб, які працевлаштовуються і надалі працюють саме на торговельному підприємстві.

Узагальнюючи та розвиваючи наукові підходи Л. Лісогор, М. Семикіної, Л. Шаульської, М. Даневича та інших дослідників [1-5], пропонуємо трактувати «конкурентоспроможність працівників у сфері торговельних послуг» як спроможність обирати конкурентні робочі місця завдяки набутим та розвиненим компетентностям, безперервному освітньо-професійному розвитку, прояву трудової та професійної мобільності, активності у наданні торговельних послуг високої якості.

Умови підвищення конкурентоспроможності працівників торговельної галузі мають розглядатися в контексті системного розгляду ролі внутрішніх і зовнішніх чинників впливу. Запропонована нижче блок-схема виокремлює їх дію (рис. 1). За схемою, в залежності від можливих позитивних і негативних наслідків впливу на конкурентоспроможність, серед зовнішніх чинників виокремлено стимулятори та дестимулятори, серед внутрішніх, – активатори і блокатори конкурентної поведінки.

Стимуляторами пропонуємо вважати зовнішні чинники, завдяки впливу яких відбувається стимулювання підвищення конкурентоспроможності працівників підприємств через розширення можливостей щодо отримання якісної сучасної освіти, пошуку прийняттого робочого місця з привабливою оплатою та умовами праці; модернізацію робочих місць; заохочення професійного розвитку на підприємствах, наявність можливостей кар'єрного зростання, підвищення доходу на основі реалізації сформованих конкурентних переваг в процесі праці.

Дестимуляторами, у свою чергу, слугують зовнішні чинники, які призводять до зниження конкурентоспроможності; це, наприклад, такі: обмеженість доступу до якісної освіти; соціально несправедлива оцінка та оплата праці, слабкий соціальний захист; несприятливі, шкідливі, важкі умови праці;



застарілі обладнання, інструменти; обмежені можливості для професійного та кар'єрного зростання; відсутність перспектив для задоволення актуальних потреб.

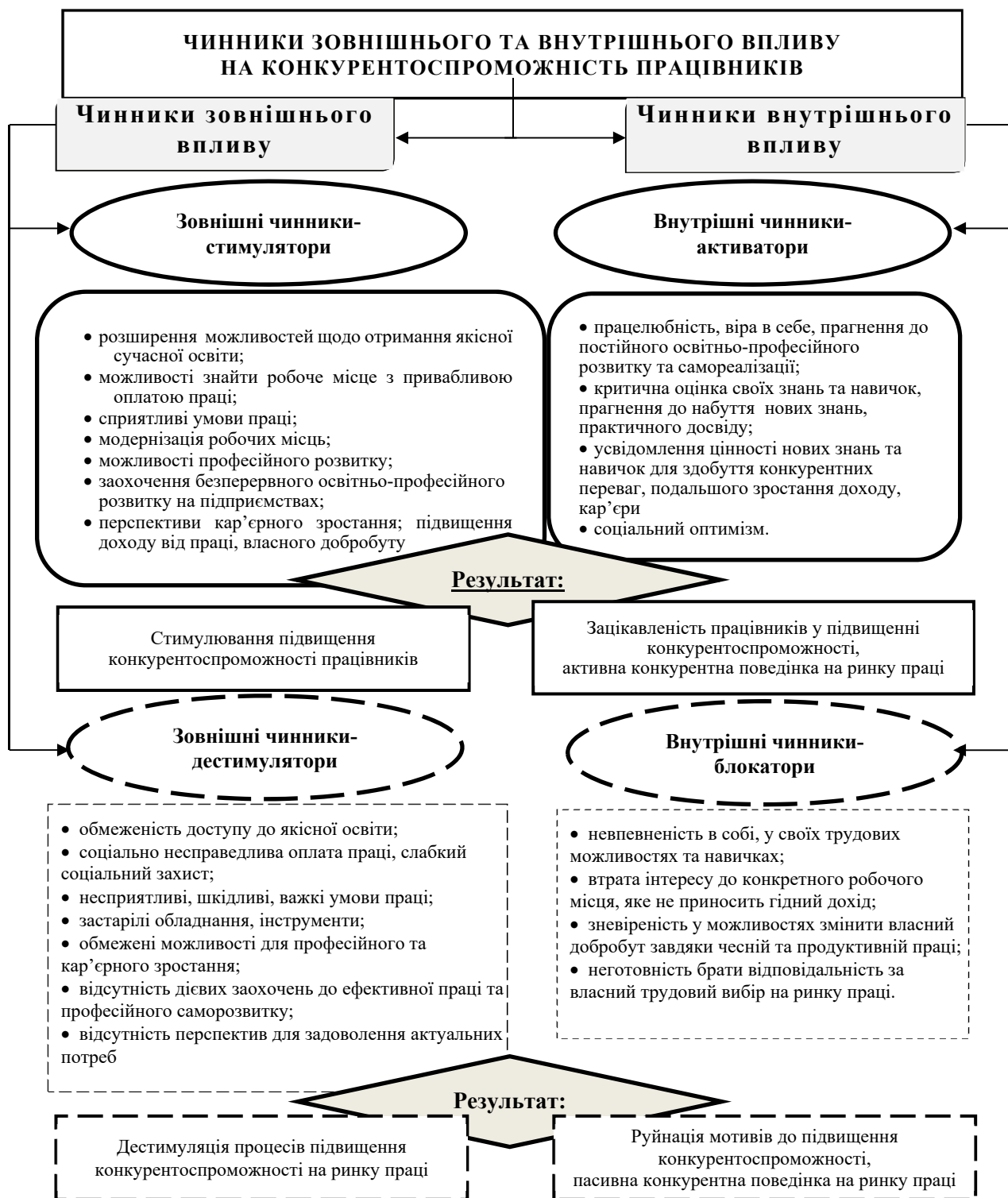


Рис. 1. Блок-схема відображення дії внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на конкурентоспроможність працівників підприємств\*

\*Схему розроблено автором

Виходячи з поданої схеми на рис. 1, не менш значиму роль грають чинники внутрішні, пов'язані зі структурою особистості, специфікою потреб, інтересів,

цінностей, мотивів, які можуть або блокувати поведінку у напрямі підвищення конкурентоспроможності, або активізувати її, робити більш конкурентною, посилюючи зацікавленість випускників у нарощуванні конкурентних переваг у власних якісних характеристиках, знаннях, вміннях, навичках. Тому увагу до внутрішніх чинників-блокаторів і чинників-активаторів не можна недооцінювати.

Отже, система управління конкурентоспроможністю фахівців у сфері торговельних послуг має враховувати інтегральний вплив та суперечливу взаємодію зовнішніх та внутрішніх чинників.

### Список використаних джерел

1. Лісогор Л.С. Конкурентність ринку праці: механізми реалізації (монографія) / Л.С. Лісогор; Відп. ред. Е.М. Лібанова. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАНУ, 2005. – 168 с.
2. Семикіна М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення // Демографія та соціальна економіка. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. – № 2. – С.94-103.
3. Шаульська Л.В. Реалізація потенціалу конкурентоспроможності фахівця в умовах кризового стану ринку праці / Л.В. Шаульська // Вісник ДонНУ. – 2014. – № 2. – С. 97-101.
4. Danevych N.V. Regulation of employees' competitiveness on the basis of activation of social partnership / N.V. Danevych // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – Кіровоград : КНТУ, 2014. – Вип. 26. – С. 124-132.
5. Семикіна М.В. Конкурентоспроможність людського капіталу на молодіжному ринку праці / М.В. Семикіна, А.В. Семикіна, С.С. Голбанос // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв, 2015. – № 3 (459). – С. 110-117.

УДК 338

*Багрій К.Л., к.е.н., доц.  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### **ВАЖЛИВІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Успішна робота підприємства потребує постійного поліпшення ключових параметрів виробничо-господарської діяльності шляхом розробки та впровадження більш ефективних методів управління, сучасних способів і прийомів ведення бізнесу, забезпечення високоякісних кінцевих результатів. На сьогоднішній день моделювання є одним з найбільш потужних інструментів, якими володіє підприємство.

Модель – це замішувач, об'єкта дослідження, що знаходиться з ним в такій відповідності, яка дозволяє отримати нове знання про цей об'єкт [1, с. 76].

З цього випливає, що будь-яка модель суб'єктивна, оскільки її вибір зумовлений індивідуально-особистісними характеристиками дослідника; будь-

яка модель є гомоморфною, оскільки вона володіє не всіма, а тільки істотними властивостями об'єкта; можна побудувати набір моделей, які відрізняються цілями рішення адекватності завдання для одного і того ж реального об'єкта-оригіналу.

Бізнес-модель підприємства зазвичай включає в себе комбінацію графічних і текстових даних, з частим використанням коштів динамічного моделювання, які дозволяють імітувати процеси управління діяльністю підприємства.

Управлінські рішення по моделюванню бізнес-процесів зазвичай приймаються в наступних ситуаціях: спостерігається значне зростання економічного потенціалу внаслідок розширення сфери діяльності підприємства; відбувається виснаження внутрішніх резервів екстенсивного зростання підприємства; відсутня «технологічна прозорість» в діяльності підприємства; керівництво усвідомлює необхідність здійснення змін і розвитку, а також бачить майбутні перспективи.

У зв'язку з цим виникає необхідність розробити організаційно-економічну модель поліпшення результатів виробничо-господарської діяльності підприємств на основі підвищення ефективності використання і розвитку виробничого потенціалу.

Результат господарської діяльності залежить від ступеня досягнення підприємством цілей виробничої діяльності, кількісною характеристикою яких можуть бути такі показники, як прибуток від реалізації товарної продукції, рентабельність виробництва, вартість підприємства і ряд інших прямих показників ефективності, на позитивну зміну яких можливо вплинути через систему непрямих показників.

Значення непрямих показників ефективності, в свою чергу, безпосередньо залежить від стану структуроутворюючих елементів виробничого потенціалу організації. Отже, підвищення ефективності роботи підприємства безпосередньо залежить від здатності керівництва оперативно виявляти і правильно використовувати резерви виробничо-господарської діяльності підприємства шляхом реалізації стратегії підвищення ефективності розвитку і використання елементів виробничих потужностей.

Однією з головних характеристик стабільного становища підприємства служить його фінансова оцінка. Фінансовий стан є важливою характеристикою ділової активності та надійності організації. Він визначає конкурентоспроможність підприємства та його потенціал в діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності підприємства і його партнерів.

Схема проведення аналізу фінансового стану підприємства наведена на рис. 1.

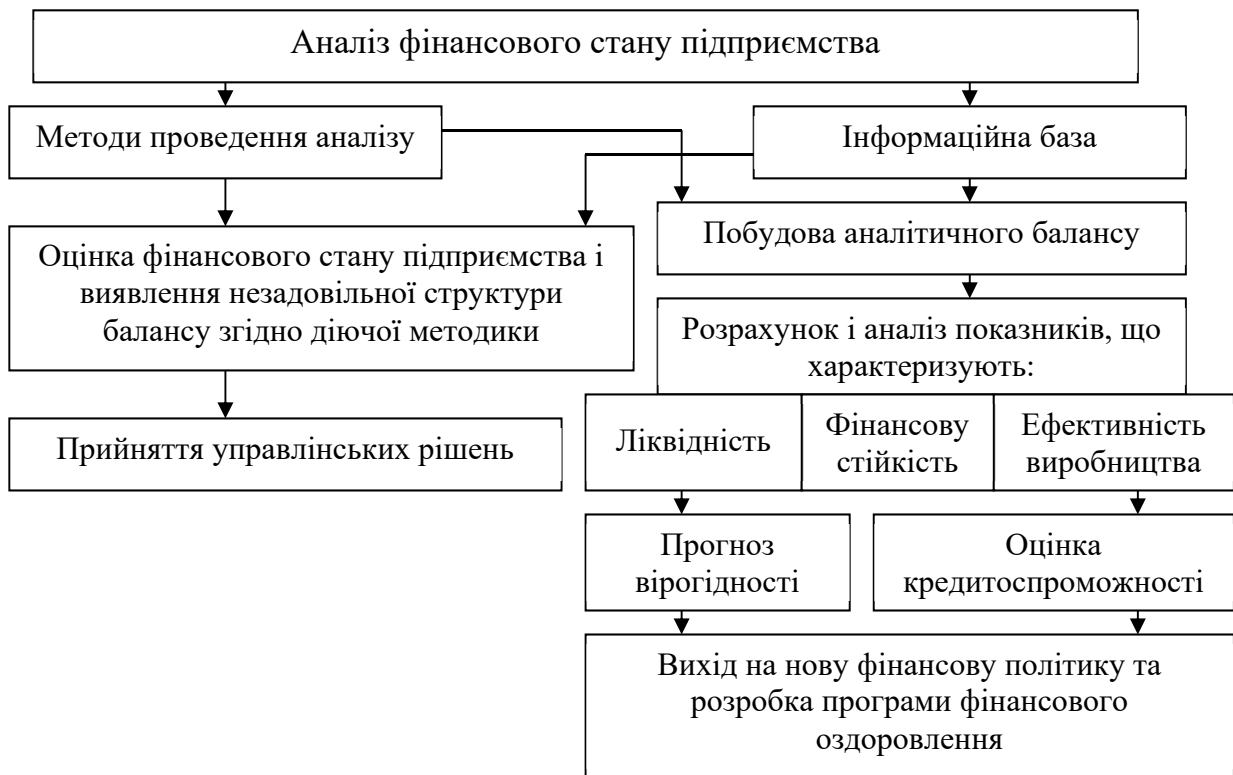


Рис. 1. Схема проведення аналізу фінансового стану підприємства

Аналізуючи різні підходи до визначення фінансового стану можна зробити висновок, що фінансовий стан характеризує кругообіг капіталу підприємства, ефективність управління фінансовими та реальними активами, здатність підприємства залучати необхідні фінансові ресурси, що виражається в системі показників.

Основною метою аналізу фінансового стану є своєчасне виявлення та виправлення недоліків у фінансовій діяльності і пошук резервів для поліпшення фінансового стану підприємства і його платоспроможності з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Зміст і основна цільова установка фінансового аналізу – оцінка фінансового стану і виявлення можливості підвищення ефективності функціонування господарюючого суб'єкта за допомогою раціональної фінансової політики.

Аналіз фінансового стану підприємства спрямований на підвищення ефективності його роботи на основі системного вивчення діяльності і узагальнення її результатів.

Завдання аналізу фінансового стану підприємства:

- ідентифікація реального стану аналізованого об'єкта;
- дослідження властивостей і складу об'єкту, порівняння його з базовими характеристиками і нормативними значеннями;
- своєчасне виявлення змін стану об'єкта;
- встановлення основних чинників, які викликають зміни стану об'єкта з урахуванням їх впливу;
- прогнозування основних тенденцій.

Фінансовий аналіз може бути як зовнішнім, так і внутрішнім. Зовнішній фінансовий аналіз проводиться з метою виявлення перспективи подальшої

діяльності. Внутрішній фінансовий аналіз спрямований на виявлення резервів і розробку заходів щодо підвищення прибутковості і нарощування власного капіталу, зміцненню фінансового стану підприємства і скорочення фінансових ризиків.

Таким чином, аналіз сприяє розвитку інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на використання науково-технічних досягнень, пошуку нових ресурсів, що сприяє поліпшенню продукції і підвищує конкурентоспроможність.

Як метод пізнання аналіз фінансового стану підприємства здійснюється в певній послідовності: встановлення мети і завдання аналізу, складання плану аналітичної роботи, конкретної програми аналізу, в якій уточнюються: терміни проведення аналізу, матеріали, за якими проводиться аналіз, порядок проведення аналізу і узагальнення його результатів, виконавці (плановий відділ, бухгалтерія та ін.), календарні терміни виконання робіт.

Аналіз фінансового стану підприємства важливий елемент в системі управління підприємством, за допомогою якого визначається сутність господарських процесів, оцінюється фінансова ситуація, виявляються резерви виробництва і розробляються заходи щодо їх використання, приймаються науково-обґрунтовані плани і управлінські рішення.

#### **Список використаних джерел**

1. Катренко А.В. Системний аналіз об'єктів та процесів комп'ютеризації : навчальний посібник. Львів : «Новий світ - 2000», 2007. 424 с.

УДК 33

*Баранецька Н.М., студент,  
Полець М.Ю., студент  
(науковий керівник – Літинська В.А., доц.)  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

### **МОТИВАЦІЯ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

За сучасних ринкових умов господарювання пріоритетним напрямом в управлінні персоналом на вітчизняних підприємствах є мотивація кар'єрного просування працівників. Проте, як свідчить сучасна теорія та практика управління кар'єрним просуванням персоналу підприємства, на сьогоднішній день не існує чітко розробленої мотивації кар'єрного просування персоналу підприємства. Саме тому, виникає об'єктивна необхідність створення науково-обґрунтованої мотивації кар'єрного просування персоналу підприємств, яка би дозволяла за допомогою організаційно-економічних інструментів підвищити зацікавленість працівників стрімко розвивати своє кар'єрне просування.

З метою визначення дієвого організаційно-економічного інструментарію впливу на кар'єрне просування персоналу на вітчизняних підприємствах, було проведено відповідне дослідження.

Так, респонденти переконані, що для мотивації кар'єрного просування персоналу підприємства необхідно використовувати два організаційно-економічних інструменти впливу: посадовий оклад (понад 54 %) та соціальний пакет (понад 45 %).

З метою визначення ефективної системи оплати праці персоналу підприємства та керуючись практикою зарубіжного та вітчизняного досвіду оплати праці персоналу для оплати праці управлінського персоналу пропонується використовувати компенсаційну систему оплати праці.

Так, компенсаційна система оплати праці персоналу підприємства – це виплата винагороди працівникам підприємства, на розмір якої істотно впливають трудовий стаж працівника та його професійні, ділові та особистісні якості.

Специфіка даної системи оплати праці персоналу полягає в тому, що кожен працівник підприємства знатиме, що із збільшенням його трудового стажу відповідно буде зростати посадовий оклад. Дана ситуація сприятиме підвищенню продуктивності праці працівника підприємства та позитивно впливатиме на його професійний та кар'єрний розвиток.

Керуючись вищезазначеним, розглянемо процес запровадження компенсаційної системи оплати праці персоналу підприємства, який передбачає виконання таких завдань [1, с. 56]:

- встановлюється обов'язковий (мінімальний) рівень заробітної плати персоналу підприємства;
- визначається посадовий оклад кожного працівника підприємства;
- обчислюється індивідуальний коефіцієнт трудового стажу персоналу підприємства;
- проводиться безпосереднє обчислення посадового окладу кожного працівника підприємства.

Мінімальний розмір заробітної плати персоналу підприємства встановлюється на законодавчому рівні відповідно до визначеного прожиткового мінімуму та, в обов'язковому порядку і у встановлені терміни, виплачується працівнику підприємства за виконану ним роботу.

Таким чином, виплата мінімальної заробітної плати є соціальною гарантією з боку держави, виконання якої є обов'язковою на всій території України для підприємств, установ, організацій усіх форм власності і господарювання та фізичних осіб.

Після визначення обов'язкового (мінімального) рівня заробітної плати працівників підприємства визначається посадовий оклад кожного управлінського працівника підприємства з метою визначення рівня заробітної плати, яку необхідно виплачувати працівнику відповідно до його посади та виконання своїх посадових обов'язків. Розміри посадових окладів управлінського персоналу підприємства зазначаються у штатному розкладі підприємства, в якому чітко визначений розмір заробітної плати відповідно до кожної посади.

Визначення величини посадового окладу працівників підприємства дає змогу розрахувати індивідуальний коефіцієнт трудового стажу працівників підприємства [2, с. 74]:

$$K_{mc} = \frac{TC_i}{TC_3}, \quad (1)$$

де  $K_{mc}$  – індивідуальний коефіцієнт трудового стажу персоналу підприємства;  
 $TC_i$  – трудовий стаж працівника на даному підприємстві, роки;  
 $TC_3$  – загальний трудовий стаж працівника на певному підприємстві за його  
планом кар'єрного просування за весь період трудового життя, роки.

Визначення коефіцієнта трудового стажу працівника підприємства дає змогу розрахувати заробітну плату працівника підприємства [3, с. 130]:

$$ЗП_n = ПО_i \cdot K_{kn} \cdot (1 + K_{mc}), \quad (2)$$

де  $ПО_i$  – посадовий оклад працівника підприємства, грн.;

$K_{kn}$  – індивідуальний коефіцієнт кар'єрного просування персоналу підприємства;  
 $K_{mc}$  – індивідуальний коефіцієнт трудового стажу персоналу підприємства.

Другим організаційно-економічним заходом, який за результатами дослідження, необхідно використовувати для мотивації кар'єрного просування персоналу машинобудівних підприємств – соціальний пакет, під яким розуміють фінансування соціального розвитку персоналу підприємства.

Соціальний пакет має бути максимально універсальним та, водночас, враховувати індивідуальні потреби працівника. Завдання роботодавця – розробити таку систему, яка надасть можливість запровадити єдиний стандарт підходу до соціального пакета, підвищити рівень послуг, які надаються працівнику, та, разом з цим, створити умови для оптимізації витрат компанії на соціальні цілі. При цьому однією з основних умов ефективності управління соціальним пакетом є відповідність загальним стратегічним цілям підприємства, його корпоративній культурі та політиці управління персоналом.

Отже, застосування запропонованих організаційно-економічних інструментів впливу на мотивацію кар'єрного просування персоналу на машинобудівних підприємствах є надзвичайно відповідальним й клопітким завданням, однак за умови їхнього впровадження можна досягнути значного підвищення мотивації працівників підприємства до свого кар'єрного та професійного розвитку та сприяти:

- створенню сприятливих умов праці персоналу підприємства;
- розвитку у працівників почуття приналежності до підприємства;
- створенню належних умов для розвитку здібностей та потенціалу працівників підприємства;
- формуванню позитивного соціально-психологічного клімату у трудовому колективі;
- підвищенню зацікавленості персоналу у покращенні результатів своєї праці;
- підвищенню добробуту та якості життя працівників підприємства;
- стимулюванню трудової активності персоналу підприємства;
- вдосконаленню організаційної структури управління підприємством;
- створенню ефективної системи управління кар'єрним просуванням персоналу підприємства;

- підвищенню ефективності використання матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів підприємства;
- вдосконаленню системи управління персоналом підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Шаргородська Н.В. Службова кар'єра / Н.В. Шаргородська, І. Бардук // Віче. – 2007. – № 13. – С. 56-57.
2. Семикова Н.С. Управление карьерным ростом сотрудников как средство формирования их лояльности к компании / Н.С. Семикова // Управление персоналом. – 2007. – № 9. – С. 74-75.
3. Новікова О.С. Формування мотиваційного механізму в системі управління персоналом / О.С. Новікова, О.В. Ліпська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – №4,Т.2. – С. 127-131.

УДК 33:35

*Батієвська О.В., студент 2-го курсу  
(науковий керівник – Мустеца І.В., к.е.н., доц.)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці*

### ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку і посісти провідне місце. Актуальним є завоювання й утримання конкурентних переваг. Це становить один із ключових факторів успіху суб'єкта господарювання в конкурентній боротьбі. Конкурентоспроможність не являється постійною характеристикою підприємства, тобто зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах будуть змінюватися порівняльні конкурентні переваги.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності певних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу [3].

Таким чином, оцінку конкурентоспроможності можна здійснити шляхом порівняння конкурентних позицій кількох суб'єктів господарювання. При порівнянні слід враховувати технологію виробництва, потенційні можливості обладнання, кваліфікацію персоналу, маркетингову політику, рівень системи управління, інновації. Для підтримання високої конкурентоспроможності суб'єктам державного сектору необхідно здійснювати вдосконалення товарної політики, впроваджувати нові технології, модернізацію збуту продукції, проводити диверсифікацію виробництва. Усі заходи підприємства, що мають на меті покращення конкурентоспроможності повинні відповідати загальній стратегії підприємства та враховувати специфічні вимоги і фактори, що можуть на них впливати.



Фактори, які можуть стати ключовими у конкурентній боротьбі можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні – ті фактори, на які суб'єкт господарювання вплинути не може і повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них належать: характеристика попиту, діяльність державних структур, господарська кон'юнктура, розвиток технологій та інше.

Внутрішні фактори – чинники, які підприємство може контролювати, такі як діяльність керівництва та апарату управління підприємства, стан технологічного оснащення, збут продукції, рівень організації процесу виробництва, якість виготовленої продукції [1].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства слід розглядати як довгостроковий процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах діяльності, здійснюваний на перспективу довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому середовищі та стану самого підприємства.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять: забезпечення пріоритетності продукції; зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів; виявлення переваг товару порівняно із заміниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції; диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів [2].

Конкурентні умови господарювання вимагають від підприємств державного сектору запровадження інновацій і технологій, які б могли зменшити витрати на виробництво, але в той же час підвищити якість товару.

Конкурентоспроможність є необхідною умовою для розвитку суб'єкта господарювання в цілому. Зважаючи на це, в сучасних економічних умовах підприємствам необхідно стежити за змінами вартості сировини, попиту ринку та іншими факторами, що впливають на їх діяльність, а питання підвищення конкурентоспроможності залежить від ступеня використання нових інноваційних підходів в управлінні, виникає необхідність у постійному пошуку нових шляхів для підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів державного сектору.

Зменшення впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на суб'єкт державного сектору гарантують належний рівень конкурентоспроможності, а дотримання запропонованих шляхів дасть можливість досягти не лише конкурентних переваг, а і підвищити ефективність господарювання.

Тому, підвищення конкурентоспроможності можна досягнути за допомогою наступних заходів:

- досконале вивчення запитів споживачів та аналіз конкурентоспроможності конкурентів;
- систематичний підхід до планування діяльності;
- зниження собівартості продукції;

- зміна технічних характеристик та підвищення якості продукції;
- впровадження інновацій;
- вдосконалення асортиментної і цінової політики на базі адаптивної стратегії;
- використання фактору ціни;
- вихід на нові ринки збуту;
- модернізація обладнання;
- вдосконалення обслуговування та збутових технологій;
- впровадження процесу підготовки висококваліфікованих кадрів підприємств;
- постійна оцінка рівня сучасності та продуктивності матеріально-технічної бази, пошук резервів їх покращення.

### **Список використаних джерел**

1. Балабанова, Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2014. – 147 с.
2. Ігнатюк А.І. Формування конкурентного середовища та механізм протидії монополізму в економіці України / А.І. Ігнатюк // Держава та регіони. – 2018. – №5. – С. 211.
3. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Харченко Т.Б. // АПЕ. – 2013. – 2. – 71 с.

**УДК 658.8.02**

*Біловодська І.М., студент гр. ЕП-17-3ск  
(науковий керівник – Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет*

## **НЕДОЛІКИ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ТОВАРООБІГУ**

Ринкова економіка завжди знаходиться під контролем державного регулювання, що являє собою комплексну систему заходів, здійснюваних державою, щодо забезпечення передумов для ефективного розвитку ринкової економіки і бізнесу зокрема.

Торгівля є важливим джерелом формування прибуткової частини бюджету країни.

Вплив держави на сферу товарообігу здійснюється з метою збалансування попиту та пропозиції і повинні здійснюватися за такими напрямками:

- регулювання цін і тарифів на окремі соціально-значимі товари і послуги;
- введення квот, ліцензій, стандартів і технічних умов до якості товарів і послуг;
- регулювання податкової та грошово-кредитної політики;
- ведення соціальних, гуманітарних та екологічних норм;
- визначення вимог до статистичної, бухгалтерської та іншої інформації, що представляється в державні органи;
- розробка системи програм та заходів для досягнення певних параметрів економіки [1].

Основною метою державного регулювання є створення умов для розвитку бізнесу в торгівлі.

Ринковому механізму регулювання у сфері товарообігу притаманні такі недоліки: він не сприяє збереженню невідтворюваних природних ресурсів; не має економічного механізму захисту навколишнього середовища; не може регулювати використання ресурсів, що належать всьому людству та що мають загальносвітову цінність; він ігнорує потенційно негативні соціальні наслідки рішень, що приймаються; не стимулює виробництво товарів та послуг колективного використання (дороги, комунікації, транспорт та інше); не гарантує права на працю кожному громадянину, сприяє виникненню масового безробіття та майнової нерівності; не забезпечує перерозподілу доходів між багатими та бідними верствами населення, дотримання відповідного рівня добробуту народу і, особливо, працевлаштування населення; не забезпечує фундаментальних досліджень в науці, розвитку освіти, культури, безкоштовної охорони здоров'я; не забезпечує виробництва соціально-необхідних товарів за низькими цінами; він схильний до нестабільного розвитку з притаманним йому загостренням соціальної напруженості в суспільстві та розвитком інфляційних процесів.

Наведені недоліки ринкового механізму характеризуються терміном «зона недосяжності або неефективності ринку» та визначають необхідність рішення цих проблем через механізм державного регулювання у сфері товарообігу (таблиця 1) [2].

Таблиця 1

Недоліки ринкового механізму у сфері товарообігу

Недоліки	Характеристики
1. Соціальний захист	Обумовлений концепцією «соціального» ринкового господарства та проголошенням людини вищою цінністю суспільства та держави.
2. Захист навколишнього середовища	Необхідність в якому обумовлена тим, що вільна гра ринкових сил ставить під загрозу фізичні основи існування людей через витрати ресурсів та забруднення навколишнього середовища.
3. Захист людської гідності, прав та свобод громадян	Повага людської гідності, зокрема в економічному житті, є важливим завданням держави, яка має передбачати фізичну недоторканність, охорону приватної власності та репутації громадян України.
4. Захист демократії	В своєму прагненні до отримання прибутку підприємство не завжди звертає увагу на демократичну організацію громадських відносин, тому право участі трудового колективу в рішенні господарських питань має бути закріплене законодавством.
5. Захист інформації	Володіння інформацією обумовлює економічну владу, держава повинна вжити заходів щодо охорони прав людини на розпорядження інформацією, що їй належить, а також щодо захисту підприємства від промислового шпигунства.
6. Захист споживачів	Оскільки споживач має в ринковій економіці слабші позиції порівняно з виробником або продавцем, то для дотримання ринкового рівноправ'я та захисту споживачів необхідне державне регулювання цими взаємовідносинами шляхом інформування споживачів, антимонопольного законодавства, встановлення відповідальності виробників за якість виробленої продукції, здоров'я споживачів.

Отже, задача держави – забезпечити оптимальне поєднання прямих і непрямих методів державного регулювання у сфері товарообігу в умовах, що склалися на даний момент.

Регламентуючи окремі аспекти діяльності підприємств, держава водночас зацікавлена в активному розвитку як ринкової економіки в цілому, так і кожного конкретного підприємства України.

Також слід зазначити, що державне регулювання економіки не є «чарівною паличкою», яка автоматично усуває недоліки ринкового механізму. Багато чого залежить від форм, методів і ступеня втручання держави в економіку. Світовий досвід показує, що у застосуванні державного регулювання ринкової економіки не існує світових стандартів, а сліпе копіювання чужого досвіду може завдати тільки шкоди.

### Список використаних джерел

1. Державне регулювання торговельної діяльності [електронний ресурс] – режим доступу: <http://epi.cc.ua/gosudarstvennoe-regulirovanie-torgovoy-27053.html>
2. Державне регулювання діяльності торговельних підприємств [електронний ресурс] – режим доступу: <https://studfile.net/preview/5424423/page:22/>

УДК 334.784(658.5)

*Бондар Ю.А. к.е.н., доц.,  
Засць О.М., студент факультету менеджменту 3-го курсу, гр. 473  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Тенденції сучасного розвитку України характеризуються інтеграцією національної економіки до міжнародної та орієнтацією структурних зрушень на користь сфери послуг. У контексті економічних перетворень неминуче постає питання про необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельного бізнесу завдяки проведенню організаційних змін. В сучасних економічних умовах підприємства функціонують і розвиваються як складний організм, життєвий потенціал якого забезпечує корпоративна культура. Корпоративна культура зумовлює не тільки відмінність між організаціями, а й визначає успіх їх функціонування та виживання в конкурентній боротьбі.

Актуальність корпоративної культури набуває все більшої значущості в системі управління розвитком підприємства в сучасному економічному середовищі (якому притаманні нестабільність, турбулентність, динамічність і, як наслідок, криза), з одного боку, і зростаючому рівні інформатизації суспільства, рівня комунікацій у всіх сферах економіки – з іншого. Фундаментальну роль у цьому відіграє загальний перехід до економіки знань, для якої характерно

домінування інформаційного ресурсу, інтелектуального капіталу та нематеріальних активів.

Всі компанії незалежно від форми власності та цілей діяльності створюються і живуть у певному середовищі, яке називається культурою. Вона значною мірою визначає зміст їхнього існування, діє як ззовні, так і всередині організації.

Культура – це сукупність духовних і матеріальних цінностей, створених людством протягом свого існування. На додаток до норм, прийнятих у суспільстві, кожна група осіб, у тому числі й компанія, виробляє власні культурні зразки, які одержали назву ділової або організаційної культури. Можна сказати, що між згуртованістю об'єднання людей і рівнем їхньої групової культури існує певна позитивна кореляція. Тому якщо мета – створити міцну організацію, варто подбати про заходи, спрямовані на формування її внутрішньої культури.

Посилення глобалізації світогосподарських процесів й загострення конкурентної боротьби як на міжнародних, так і національних туристичних ринках вимагає формування конкурентних переваг суб'єктами туристичного бізнесу. Одними із таких суб'єктів, що надають характерні послуги при комплексному обслуговуванні туриста, є підприємства готельного господарства.

Сучасні готелі не обмежуються наданням лише послуги розміщення, а пропонують широкий асортимент додаткових послуг, якість надання яких часто формує враження туриста від подорожі в цілому. Постійна диверсифікація готельного продукту, розуміння того, яким має бути сервіс та рівень обслуговування, вимагають чіткого формулювання готельним менеджментом вимог до персоналу та організації його роботи.

Перед готельним бізнесом стоїть стратегічне завдання бути не тільки конкурентоспроможним, а постійно покращувати свій імідж та якість сервісу. Тому особливої уваги також набуває формування готелями такої корпоративної культури, яка враховує інтереси власників бізнесу, гостей і персоналу готелю.

За визначенням Д. Солохи, корпоративна культура підприємств готельного бізнесу – це сукупність найважливіших положень, які визначають та безпосередньо впливають на діяльність підприємства, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє менеджмент усіх рівнів та більшість працівників [2].

Сучасний готельний менеджмент визначає корпоративну культуру важливим елементом успішності у сфері гостинності, що охоплює всі рівні управління і реалізовується кожним співробітником через її функції (рис. 1). Д.А. Чернишевим виділено 5 функцій корпоративної культури: інтегруюча, регулююча, комунікативна, мотиваційна, іміджева [1].

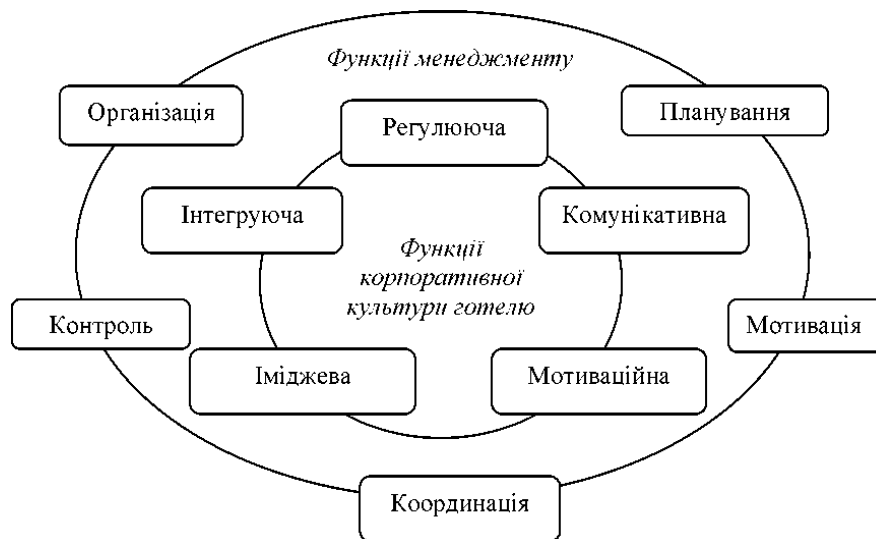


Рис. 1. Місце корпоративної культури в системі функцій менеджменту готелю

Розуміння свого місця кожним співробітником у діяльності готелю, створення якісного сервісу протягом всього ланцюжку готельних послуг завдяки командній роботі персоналу, відповідальності за результати своєї роботи й забезпечення синергетичного ефекту від реалізації готельного продукту визначає дієвість інтегруючої функції корпоративної культури підприємства. Вона знаходить відображення в соціально-психологічному кліматі в колективі і знаходиться у тісному зв'язку з комунікативною функцією. Завданням останньої є встановлення конструктивних міжособистісних контактів між управлінським складом (топ-менеджментом) та лінійними працівниками готелю, прискорення обміну інформацією та економія часових витрат з доведення прийнятих рішень до персоналу. Саме ефективна комунікація та вчасна інформованість забезпечують ефективну взаємодію персоналу як на вертикальному так і горизонтальному рівнях управління. Передача інформації суттєво впливає на продуктивність праці і якість сервісу й вимагає окрім виконання працівниками своїх посадових обов'язків дотримання внутрішніх стандартів готелю й делегування повноважень, оскільки якісний процес надання послуг вимагає швидкої реакції й прийняття рішень. Саме правильність і швидкість прийнятих рішень має передувати виникненню конфліктів в готельному бізнесі, що забезпечується ефективною мотивацією і контролем.

Для ефективної організації роботи готелю, надання високого рівня сервісу у більшості незалежних (які не відносяться до великих світових мереж) готелів, доцільним є впровадження командної корпоративної культури. Такий тип корпоративної культури в готелі дозволить гармонійно поєднати бажання персоналу реалізувати особистісні мотиви і власний потенціал, бажання топ-менеджменту надавати сервіс високої якості й розвивати готель, а також удосконалювати обслуговування.

Корпоративні норми як формалізований виклад корпоративної культури визначають поведінку персоналу на робочих місцях, який виконує свої професійні обов'язки і поставлені перед ним задачі. Поряд з цим, важливе місце

посідають неформальні норми і правила, які впливають на становлення корпоративної культури в готелі, в тому числі на психологічний клімат в колективі. Проте, не всі корпоративні цінності, усвідомлювані і навіть прийняті співробітниками, дійсно стають особистісними цінностями працівника.

Отже, в основу корпоративної культури готельних холдингів, готельних мереж, незалежних готелів закладаються постійний розвиток персоналу, його навчання й підвищення кваліфікації, взаємна повага та персоніфікований підхід до обслуговування гостя.

#### Список використаних джерел

1. Луцкий С.Я., Ландсман А.Я. Корпоративная культура и управление изменениями. Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 192 с.
2. Солоха Д.В. Формування корпоративної культури підприємств готельного бізнесу / Д.В. Солоха // Економіка і менеджмент культури .2014. – №1. – С. 66-71. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk\\_2014\\_1\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2014_1_13)

УДК 33:67:62

*Войтків С.В.  
Науково-технічний центр «Автополіпром»  
м. Львів*

### **НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АВТОБУСОБУДУВАННЯ**

В сучасних умовах економічного розвитку країни надзвичайно важливе значення мають створення та освоєння виробництва нової перспективної продукції, конкурентоспроможної, як мінімум, на вітчизняному ринку і, як максимум, на ринках інших країн. Ця теза, безперечно, стосується і сфери автобусобудування – однієї із визначальних в плані розвитку систем пасажирських перевезень автобусним та тролейбусним транспортом. На протязі 2019 року цими видами транспорту перевезено 2750,6 млн пас., тобто понад 64,5 % усього обсягу міських пасажирських перевезень, у т.ч. автобусним – 1804,9 млн пас. і тролейбусним – 945,7 млн пас. [1].

Станом на 01.01.2020 р. парк автобусів різного призначення та тролейбусів налічував біля 55,5 тис. од. Проте, більша їх половина не відповідає необхідним вимогам комфортабельності і зручності перевезень пасажирів, експлуатується уже понад 10 і більше років і потребує заміни новими сучасними транспортними засобами.

Одним із найактуальніших завдань суспільного життя нашої країни являється реорганізація системи міського пасажирського транспорту громадського користування, провідну роль в якій відіграє автобусно-тролейбусний транспорт. Складовими частинами пропонованої реорганізації системи міських пасажирських перевезень являються реформування інфраструктури міських маршрутів та забезпечення фірм-перевізників сучасними автобусами, електробусами і тролейбусами [2].

Виробництвом автобусів і тролейбусів займаються кілька вітчизняних підприємств, серед яких ДП «Автоскладальний завод №1» АТ «АК «Богдан моторс» (м. Луцьк), ПрАТ «Чернігівський автозавод» (корпорація «Еталон»), СП «Електронтранс» (корпорація «Електрон», м. Львів). У виробничих програмах цих підприємств – автобуси різного призначення і тролейбуси. Ведуться, також, і дослідно-експериментальні роботи зі створення електробусів, кілька дослідних зразків яких проходять підконтрольну експлуатацію. Проте, за результатами проведених тендерів на постачання міських низькопідлогових автобусів у 2018-2019 роках і ДП «Автоскладальний завод №1» і СП «Електронтранс» за обсягами автобусів, поставлених у різні міста нашої держави, навіть разом узяті поступилися білоруському виробнику «Мінський автомобільний завод». Ця тенденція продовжується і у 2020 році, адже серед аносованих закупівель автобусів великої і особливо великої вмістимості – продукція МАЗу та турецької компанії «Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.».

Серед основних причин такої невтішної ситуації у першу чергу відсутність державної підтримки вітчизняних виробників, яка, до слова, постійно декларується усіма урядами, міністерствами та іншими державними органами. Затим, уже як наслідок, нижча надійність автобусів вітчизняних виробників, дещо завищена їх ринкова вартість та дуже низька конкурентоспроможність.

Отже, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних автобусовиробників являється чи не найважливішим їх завданням за умов тривалого і стабільного їх перебування бодай на вітчизняному ринку автомобільних пасажирських транспортних засобів громадського користування.

Одним із основних напрямків забезпечення конкурентоспроможності автобусів, тролейбусів та електробусів являється проектування їх нових перспективних моделей на основі застосування інноваційних конструкторських рішень та створення виробів, яким присутні одна-дві явні конкурентні переваги. Наприклад, на нинішній час у багатьох містах для міських перевезень пасажирів застосовуються автобуси великого класу з габаритною довжиною біля 12,0 м. Такі автобуси вмістимістю 100-105 чол. виготовляють усі згадані вище заводи та ще багато інших. Зрозуміло, що рівень конкуренції у цьому секторі дуже високий, тим паче що практично усі моделі автобусів цього сектору дуже близькі за конструкціями і, здебільшого, мають однакову агрегатну базу, наприклад привідні мости порталного типу тощо. Забезпечення конкурентних переваг при створенні нових перспективних автобусів цього сектору можливе за рахунок застосування привідних мостів з незалежною підвіскою одинарних коліс. Такі мости моделей IDS TJ 105-225 та IDS TJ 105-225 HR виготовляє італійська фірма «BRIST Axle Systems S.r.l». Проект автобуса, обладнаного таким мостом у варіанті планування пасажирського салону, наведеного на рис. 1, забезпечує, за рахунок зменшення маси моста і спорядженої маси автобуса збільшення його пасажировмістимості до 108 чол., а у години «пік» – до 116 чол.



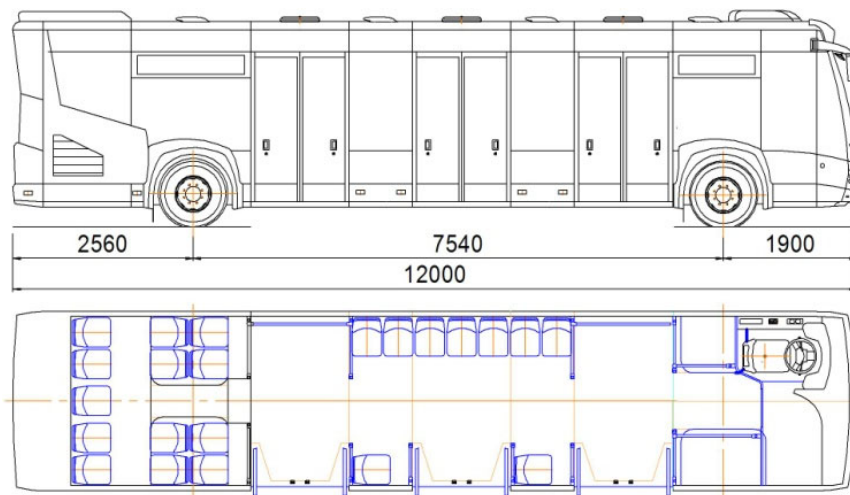


Рис. 1. Проект міського автобуса sV-12

Ще кращим напрямком являється створення і освоєння конкурентоспроможних пасажирських транспортних засобів, конструкції яких оптимізовані для експлуатації в сучасних умовах конкретних міських маршрутів різних за інтенсивністю пасажиропотоків та за параметрами міських вулиць. Адже автобус довжиною 12,0 м і шириною 2,55 м на навіть на відносно широких вулицях під час руху і, особливо, під час зупинок для посадки-висадки пасажирів дуже сповільнюють рух, утворюючи затори. Для таких маршрутів пропонується проект автобуса та електробуса, вмістимість яких адекватна вмістимості автобусів з довжиною 12,0 м, тобто 100-105 чол., але меншої габаритної довжини (рис. 2).

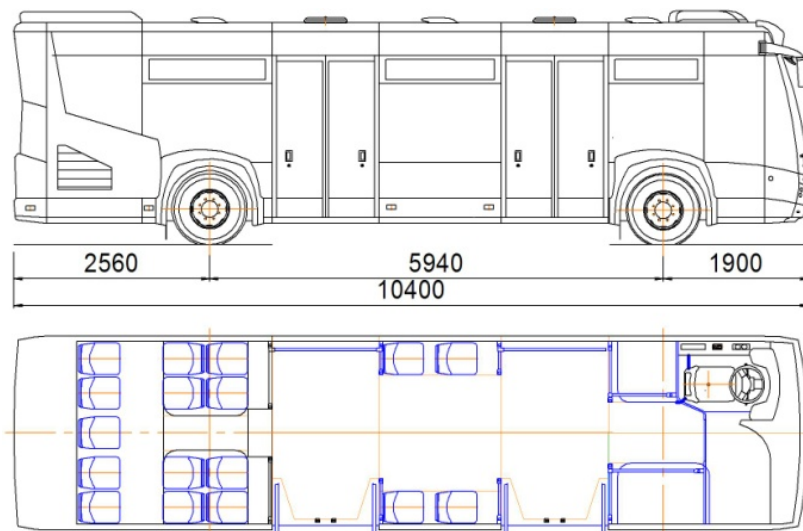


Рис. 2. Проект міського автобуса sV-10

При габаритній довжині автобуса проекту sV-10, рівній 10,4 м, його вмістимість становить 98 чол., що лише на 2-7 чол. менше, ніж у стандартних автобусів з довжиною 12,0 м. Отже, такий автобус за рахунок меншої спорядженої маси економічніший в експлуатації та зручніший для застосування на маршрутах, прокладених по вузьких вулицях.

Крім того, пропоновані варіанти компоновань кузовів автобусів з розміщенням пасажирських дверей лише у межах їх колісних баз забезпечують можливість застосування різних варіантів планувань пасажирських салонів

шляхом зменшення кількості накопичувальних площадок та застосування різної кількості пасажирських сидінь.

До слова, наведені проекти передбачають повне відокремленні робочого місця водія від пасажирського салону, тобто виділення ізольованого відділення водія, у якому забезпечується створення відповідних комфортабельних умов праці водія – шумових, температурних, оглядовості і, особливо, безпечності. Це компоувальне рішення для міських автобусів пропонується ще з 2000-х років, та лише на протязі кількох останніх років отримало широке застосування.

Висновки. Забезпечення конкурентоспроможності перспективних автобусів та інших пасажирських транспортних засобів вітчизняними підприємствами можливе лише шляхом створення їх конструкцій на основі інноваційних конструкторських рішень – таких як застосування нових компоувальних схем, привідних мостів з незалежною підвіскою одинарних коліс замість стандартних привідних мостів порталного типу, і створення типорозмірних рядів пасажирських транспортних засобів, оптимізованих для різних умов експлуатації.

### Список використаних джерел

1. Автомобільний та міський транспорт. Загальна інформація про галузь. Міністерство інфраструктури України : офіц. веб-сайт. URL: <https://mtu.gov.ua/content/zagalna-informaciya-pro-galuz.html> (дата звернення: 21.02.2020).

2. Проблеми реорганізації системи міських пасажирських перевезень. Меморандум учасників круглого столу. Зовнішньоекономічний кур'єр. Львів: Торгово-промислова палата, 2018. Січень-лютий (№ 1). С. 20-21.

3. e-Drive Products. Independent Drive Axles : офіц. веб-сайт. URL: <https://bristaxle.com/products/independent-drive-axles-and-single-speed-transmission/> (дата звернення: 17.03.2020).

УДК 33:32

*Волчкова Г.К., к.е.н., ст. викл.,*

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЗАКОНІВ ПРИДБАННЯ ТОВАРІВ У ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Правило ефекту Торндайка свідчить про оптимістичну тенденцію пам'яті, згідно якої запам'ятовуються перш за все позитивні показники. Тому таким істотним з точки зору маркетингової стратегії є те, щоб споживач отримав позитивні враження навіть тоді, коли він придбав товар не найвищої якості чи взагалі недоброякісну продукцію.

Правило Гампертона проголошує, що ймовірність бажаного результату дії (вчинку) зворотно пропорційна силі, з якою його бажають. Чим бажанішим є товар чи послуга, тим меншою буде ймовірність існування на ринку товару чи

послуги, які б відповідали вимогам споживача. Така ситуація особливо відчутна й добре помітна на неврівноваженому ринку, де попит переважає пропозицію.

Правило Рудіна стверджує, що у складній (кризовій, стресовій) ситуації, коли треба обирати з різних можливостей, переважна більшість людей здійснює найгірший вибір.

Ефект сполучення Лейбенштейна виникає з парадоксу людської натури, в якій потреба суспільного конформізму або групової приналежності знаходиться в боротьбі з потребою індивідуалізму та одноосібності. Кожна людина містить в собі дві особистості, які репрезентують як груповий інтерес, так і власний, егоїстичний. Групова приналежність та ідентифікація ефективно допомагають кооперації та комунікації з найближчим оточенням, але надмірний зв'язок з групою загрожує індивідуальності та самоідентифікації. Якщо кількість таких осіб чи думок стає занадто великою, тоді з'являються тенденції до відокремлення і неминучим стає поділ на менші групи та пошук відмінностей всередині соціуму.

Снобістський ефект Лейбенштена. Його суть зводиться до порушення рівноваги між конформізмом та індивідуалізмом на користь останнього [2, с. 48]. Це робить прогнозування попиту на певні товари абсолютно неможливим.

Ефект кислого (зеленого) винограду Ельстера є протилежним до ефекту забороненого плода. Він полягає у феномені зниження цінності товару у випадку, коли цей товар стає недосяжним. Його недоступність спричинює ситуацію пізнавального дисонансу, який може бути ліквідований виключно за допомогою так званої внутрішньої компетенції. Він спричиняється незадоволенням від того, що певний товар перестає бути доступним [1, с. 127]. Тому не рекомендується надовго залишати певні групи товарів поза увагою споживачів.

Ефект забороненого плода – це закономірність, згідно з якою зростає кількість переваг товару, який раніше був недосяжним. Альтернатива вибору, що перестає бути доступною, дає виграв у вартості. Якщо усунуто певну можливість вибору, то це загрожує втратою споживачем свободи рішень і внутрішнього контролю. Людина реагує на таку загрозу, збільшуючи вартість втраченої альтернативи.

Ефект навмисного планування властивості Фрея. Його протиставляють як ефекту кислого винограду, так і забороненого плода. Йдеться про ретельно виважене, свідоме пристосування зміни структури преференції не шляхом зниження вартості недоступних товарів чи переоцінки заборонених, а шляхом підвищення вартості доступних, що купуються. Це явище пов'язане з переконанням, що можливим є контроль і самокерування преференціями. В той же час відомо, що поточний економічний вибір здійснюється з огляду на бажані чи очікувані колишні (а не актуальні) преференції. Крім того, структура преференцій не є сталою і залежить від ситуації.

Ефект придбання Талера стосується суб'єктивного відчуття змін у власному добробуті на підставі оцінки придбаного товару та свідчить, що певні випадки змушують людей швидше до захисту того, чим вони вже володіють, ніж до збільшення кількості товарів. Доходи і збитки оцінюються людиною, як правило, відносно прагнень і очікувань, а не відносно поточного фінансового стану. Несподівана додаткова сплата податку сприймається не як втрата, а як

зменшення доходу. Поряд із цим з'являється схильність до уникнення ризику в економічних ситуаціях, які оцінюються позитивно (з огляду на перспективу очікуваного, надійного прибутку, збільшення доходів тощо), а також пошук ризику у ситуаціях, що оцінюються негативно (велика вірогідність втрати, зниження доходів).

Ефект пізнавального дисонансу Фестінгера зазначає, що кожне рішення споживача приносить відчуття невдоволення. З першої ж миті купівлі покупець не залишає відчуття дисонансу, йому здається, що він мав змогу краще використати власні кошти [3]. Цей ефект стосується не тільки сфери споживання, його сутність полягає у відчутті людиною дисонансу певний час після прийняття будь-якого рішення.

Ефект самоздійснення Шеллінга можна легко помітити на прикладі загрози банкрутства банку: чим більше чуток про це виникає, тим більше людей відчують необхідність терміново забрати свої внески, і тим пришвидшують його крах. Якщо з'являються чутки про підвищення цін на певний товар, люди поспішають придбати його якомога більше до моменту підвищення цін, і ажіотажний попит обов'язково викликає підвищення цін.

Закон самопідтримки можна спостерігати під час розпродажу, торгів, аукціонів, де з'являються покупці, схильні заплатити більше за інших. Чим більше таких осіб – тим вищою буде ціна.

Закон самозаперечення можна пояснити на прикладі пляжу: чим більше людей вважають, що пляж буде переповнений, тим більша частина з них залишиться вдома. Отже, очікування підвищення ціни або зменшення обсягу пропозиції може викликати відмову від придбання товару.

Закон самоврівноваження полягає у поступовому збалансуванні обсягів закупівлі різних товарів членами однієї сім'ї у випадку, коли кожен її учасник буде турбуватись про всіх інших. Поступово вони перестануть закуповувати «все для всіх» і збалансують обсяг власних витрат, особливо у випадку домовленості.

На законі самопідтвердження базуються зв'язки товарів із кольором. Наприклад, покупці очікують, що ментолові цигарки повинні бути в зеленій упаковці, тому кожен виробник відчуває вигоду від продажу цигарок з ментолом в упаковках зеленого кольору [3]. На схожих підставах білий, світло-блакитний, срібний кольори «приписані» до молочних виробів; жовтий, коричневий, чорний – до виробів з меду; основні виробы у пастильних сумішах – до косметичних виробів тощо.

Закон споживчої конкуренції виражений наступним формулюванням: бажання купити обраний товар індивідуальним споживачем є прямо пропорційним до кількості покупців, які демонструють бажання придбати цей товар у той самий час. Йдеться про колективну форму свідомості та відчуття загальних потреб всередині кожної соціальної групи.

#### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.

2. Яковенко Р.В. Суб'єктивістські доповнення до законів попиту і пропозиції / Р.В. Яковенко, І.І. Бідна // *Materialy VII mezinarodni vedecko–prakticka konference [«Veda a technologie : krok do budoucnosti – 2011»]*. (Прага, Чехія, 27 лютого – 5 березня 2011 р.). – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2011. – Dil 7 : *Ekonomické vedy*. – С. 46-49.

3. Яковенко Р.В. Психологічні фактори купівлі. Тусовка : веб-сайт. URL: <https://tusovka.kr.ua/news/2018/06/17/psihologichni-faktori-kupivli> (дата звернення: 02.02.2020).

УДК 33

*Журило І.В., к.е.н., доц.,  
Лазарева Ю.Г., магістрант гр. ЕП-19М  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОСЕРВІСУ**

Для успішного функціонування на ринку та підвищення ефективності господарської діяльності, вітчизняним підприємствам слід ретельно формувати свій конкурентний потенціал, використовуючи ті внутрішні можливості, що є унікальними і властиві лише даному підприємству.

Однією з таких внутрішніх можливостей, зокрема для підприємств автосервісу, є організація дієвої системи логістичних бізнес-процесів, пов'язаних з рухом матеріальних потоків. Мова йде про інтегроване управління бізнес-процесами з просування матеріального потоку і обслуговуючих його інших логістичних потоків (інформаційних, фінансових тощо) від джерела їх виникнення до кінцевого споживача з метою досягнення цілі функціонування логістичної системи [5].

На першому етапі організації даних процесів на підприємстві автосервісу необхідно визначити об'єктний зміст логістичної системи. З цією метою звернемося до існуючих підходів, у рамках яких мають місце багато різних трактувань логістики.

Однією з причин неоднозначності тлумачення терміну «логістика» є специфіка й різниця масштабів завдань, вирішення яких пропонується у тих або інших літературних джерелах і які, відповідно, намагаються розв'язати окремі суб'єкти господарювання у межах своєї логістичної системи. Проте існуючі визначення, у більшості своїй, не суперечать концептуальній сутності логістики, а їх різноманітність є відбиттям процесу становлення і розвитку нових науково-практичних напрямків [1].

Так довгий час основним об'єктом дослідження, управління й оптимізації в логістиці вважався саме матеріальний потік. Пізніше в сферу інтересів логістики потрапили інформаційні та фінансові потоки. Сьогодні здійснюються спроби подальшого розширення сфери застосування логістики шляхом виділення як об'єктів її дослідження енергетичних, трудових та інших потоків, присутніх в економічних системах [1]. Однак, за ствердженням В.І. Сергеева, «розширення об'єктної сфери логістики припустиме лише тоді, коли до нового об'єкта можна

застосувати ту ж методологію, методи, прийоми дослідження і менеджменту, що і до матеріального потоку» [4].

Зважаючи на об'єкт нашого дослідження, а саме підприємства автосервісу, нас цікавлять особливості логістичних операцій у сфері надання послуг. Основним стратегічним елементом менеджменту для багатьох закордонних фірм, які надають послуги, є «логістика сервісного відгуку» (service response logistics, SRL) [2]. SRL-підхід це процес координації логістичних операцій, найефективнішим щодо витрат і задоволення запитів споживачів способом. Тобто мережу автосервісу необхідно побудувати так, щоб з максимальною ефективністю задовольняти вимоги клієнтів щодо рівня обслуговування.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що *логістика бізнес-процесів на підприємствах автосервісу* – це інтегрована система планування, контролю, управління та регулювання потоками ресурсів як єдиним цілим, що допомагає заощаджувати кошти, час, обладнання, площі, витрати праці та ін. Логістика дозволяє контролювати всі процеси, де можна здійснити економію, а саме: постачання, продаж, транспортування, пакування, закупівлю, зв'язок з митницею та державними органами.

У процесі формування і подальшого вдосконалювання логістичної системи на підприємствах автосервісу необхідно: постійно підвищувати якість, надійність обслуговування і готовність до виконання замовлень і запитів споживачів; знижувати сукупні витрати, пов'язані з обслуговуванням й утриманням запасів; знижувати собівартість надання послуги.

Ми дослідили ринок автосервісу м. Кропивницький, який містить більше вісімдесяти юридично самостійних підприємств. При цьому помітною є різноманітність СТО за їх розмірами та спеціалізацією – від дрібних кустарних і сімейних фірм до великих СТО з мільйонним оборотом.

У галузі автосервісу вирішальну роль грає конкуренція якості й ціни, а на ринку лідирують підприємства, які пропонують відмінну якість за прийнятну ціну і мають низькі витрати. Більшість досліджених нами підприємств мають чималий досвід роботи на ринках послуг автосервісу та пов'язану з цим наявність деяких ключових навичок для ефективної конкуренції, високу репутацію у споживачів, імідж надійного партнера. Оскільки на ринку багато споживачів, що достатньо активно реагують на ціни, важливо проводити зниження витрат на всіх етапах та напрямках виробництва й обігу, тобто створювати стійкі переваги над конкурентами у витратах.

Індикаторами конкурентної сили (переваги) підприємств автосервісу виступають: поступове зростання кількості клієнтів-замовників; лідируюча стратегія; диференціація послуг підприємства; добре підготовлений персонал.

Щодо діапазону конкуренції стосовно кожного конкретного підприємства, можна говорити, що він може бути досить великий, якщо підприємство надає повний цикл ремонтно-діагностичних послуг стосовно великої гами моделей автомобілів. Ці роботи є часто дуже складними, високотехнологічними та, навіть, унікальними.

На нашу думку, першочергові заходи, які необхідно вжити для підвищення ефективності господарської діяльності підприємств автосервісу та запобігання їхнього банкрутства, полягають у наступному.

Керівництву даних підприємств слід звернути увагу на недоліки у плануванні потреби у запчастинах і терміновому їх забезпеченні при проведенні ремонту авто. Адже створення та збереження репутації надійного СТО, здатного не лише якісно провести діагностику та ремонт автомобіля, а й зробити це швидко з мінімальною втратою часу на очікування потрібних запчастин, дозволить підприємству стати безперечним лідером автосервісу.

Розв'язання цих проблем вимагає перегляду методів контролю товарних запасів з метою можливого вивільнення складських приміщень, а також грошових коштів, «заморожених» у надлишкових запасах.

Вирішення поставленого перед спеціалістом з логістики завдання передбачає групування товарних позицій (запчастин для ремонту автомобілів) з метою подальшого аналізу виділених груп та вибору оптимальних технологій планування та управління запасами для усього товарного асортименту, використовуваних СТО. Розділення товарів на групи повинно враховувати долю запасів по кожній позиції у сукупному обсязі товарних запасів, а також ступінь нерівномірності попиту (з урахуванням точності прогнозування) по кожній позиції. Вирішити поставлене завдання дозволить застосування методів ABC- та XYZ-аналізу.

Поєднання даних про співвідношення кількості та вартості ABC-аналізу з даними про співвідношення кількості та структури споживання XYZ-аналізу дозволяють отримати цінні інструменти планування, контролю й управління для системи постачання в цілому, і управління запасами зокрема.

При побудові системи логістичних бізнес-процесів підприємства необхідно враховувати сучасні засоби комп'ютерного моделювання, зокрема систему логістичних бізнес-процесів, спроектовану засобами UML, та модель її потоків з використанням розфарбованих мереж Петрі. Імітаційна модель на основі CP-net дозволяє отримати вихідні характеристики в залежності від варіативних вхідних даних.

Аналіз вимог до логістичної системи за допомогою засобів UML та розфарбованих мереж Петрі дозволяє, насамперед, виявити помилки ще на стадії проектування і, разом з цим, одержати готові до реалізації алгоритми, правильність функціонування яких вже доведено формально. Дана методика дозволяє отримати перевірений проект системи логістичних бізнес-процесів та уникнути помилок чи дублювання потоків, тим самим підвищуючи її дієвість та ефективність використання [3].

Для надання якісних послуг дуже важливою є узгодженість робіт персоналу, що неможливе без чіткого розуміння процесу надання послуг і чіткого його документування. Успішне планування й бездоганне виконання кожної фази надання послуги лежать в основі задоволення клієнта й забезпечує зростання прибутку підприємства.

Створення та збереження репутації надійного СТО, здатного не лише якісно провести діагностику та ремонт автомобіля, а й зробити це швидко з мінімальною втратою часу на очікування потрібних запчастин, дозволить товариству стати безперечним лідером автосервісу не лише у м. Кропивницькому, а й за його межами.

## Список використаних джерел

1. Заборська Н.К. Основи логістики: навчальний посібник / Н.К. Заборська, Л.Е. Жуковська – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. 216 с.
2. Кулибанова В.В. Сервисная деятельность. Маркетинг: учебник и практикум для СПО. М.: Издательство Юрайт, 2018. 259 с.
3. Мельник Г.В., Скіцько В.І. Моделювання логістичних бізнес-процесів з використанням розфарбованих мереж Петрі // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №6. – С. 429-443.
4. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. 608 с.
5. Солодка О.В. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів як спосіб їх вдосконалення // Вісник НУ «Львівська політехніка». – Серія: Логістика. – 2010. – №669. – С. 317-322.

УДК 65.012.331

*Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.,  
Ковальова В.В., студент гр. ЕП-16  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІ ТА ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

З розвитком ринкових відносин в Україні на результативність діяльності торговельного підприємства визначний вплив продовжує здійснювати економічний аспект в управлінні персоналом.

Основними напрямками діагностики персоналу підприємства є визначення потреби та розробка заходів, спрямованих на підвищення ефективності його використання. Такий широкий діапазон задач і напрямів аналізу і планування передбачає використання різних прийомів і методів їх проведення.

Під персоналом підприємства розуміють сукупність осіб, що працюють на певному підприємстві і вкладають свій труд, фізичні та розумові здібності, знання та навички в проведення господарсько-фінансової діяльності підприємства, реалізацію його статутних завдань (закупівлю та реалізацію товарів, виробництво продукції, надання послуг та інше).

Основною метою управління персоналом є забезпечення мінімізації витрат підприємства на його формування і утримання та максимізація результатів від використання.

Усі трудові процеси, виконувані працівниками в торговельному бізнесі розділені на два різних по своїй природі і змісту виду:

- зв'язані зі зміною форм вартості товару;
- обумовлені продовженням процесів виробництва в сфері обігу.

Перший вид робіт забезпечує зміну форм вартості і містить у собі процеси купівлі-продажу, обслуговування покупців, ведення обліку і звітності, організації реклами й ін.

Другий вид робіт містить у собі такі трудові процеси, як транспортування, фасовка, збереження, підсортування, навантаження, вивантаження товарів тощо.



Обидва види робіт взаємозалежні і складають основу організації торгово-технологічного процесу. Таким чином, перша відмінна риса праці на торгових підприємствах – її двоїстий характер.

Друга відмінна риса в тім, що праця, зв'язана з продовженням виробництва в сфері обігу, займає велику питому вагу в загальній сумі трудових процесів.

Головна причина даного явища – низька оснащеність технікою торгових підприємств.

Третя особливість праці в торговому бізнесі в тім, що праця, зв'язана зі зміною форм вартості, досить одноманітна і разом з тим вимагає великої нервової і фізичної напруги.

Четверта особливість праці в торговельному бізнесі – значний вплив на нього імовірнісних факторів

П'ята особливість праці полягає в тім, що кінцевим результатом праці є не продукт, а послуга.

Важлива особливість структурного складу персоналу торговельних підприємств полягає в тому, що біля 80% їхньої загальної кількості складають жінки, а серед продавців їхня питома вага ще вище. Це висуває ряд специфічних соціальних проблем перед галуззю, серед них у першу чергу необхідність скорочення частки ручної праці і збільшення засобів на соціальні потреби колективу.

Характеристика персоналу підприємства здійснюється за наступними ознаками класифікації:

I. За характером участі в господарській діяльності підприємства всі його працівники поділяються на 2 групи – персонал основного виду діяльності (або виробничий персонал), та персонал неосновного виду діяльності (невиробничий персонал).

II. Залежно від функцій у складі виробничого персоналу підприємств торгівлі виділяють 4 категорії працівників: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.

III. Залежно від напрямку спеціальної підготовки здійснюється розподіл персоналу підприємства за професіями та спеціальностями.

IV. Залежно від кваліфікаційного рівня персонал підприємства поділяють на групи: спеціалістів вищої та середньої кваліфікації, спеціалістів-практиків, висококваліфікованих, кваліфікованих, малокваліфікованих та некваліфікованих робітників.

Необхідною передумовою добору персоналу торговельного підприємства є проведення аналізу сучасного стану використання персоналу підприємства.

Аналіз чисельності, складу та руху персоналу торговельного підприємства проводиться з метою оцінки наявного трудового потенціалу підприємства та для проведення аналітичної роботи.

Аналіз персоналу підприємства передбачає проведення наступних етапів аналітичної роботи.

1. Аналіз чисельності персоналу та динаміки її зміни проводиться з метою попередньої оцінки загальної кількості працівники торговельного підприємства в цілому та за окремими категоріями (групами) персоналу.

2. Аналіз складу персоналу передбачає визначення питомих ваг окремих категорій (груп) персоналу в його загальній кількості та тенденцій її зміни порівняно з попередніми періодами.

3. Аналіз руху персоналу передбачає детальне вивчення процесів, пов'язаних з прийомом та звільненням працівників підприємства.

4. Аналіз укомплектованості персоналу проводиться з метою вивчення ступеня забезпеченості працівниками всіх робочих місць та посад, передбачених штатним розкладом підприємства.

5. Аналіз ефективності використання робочого часу проводиться з метою оцінки напруженості праці, виявлення непродуктивних втрат робочого часу та визначення на базі цього можливих резервів скорочення персоналу торговельного підприємства.

Аналіз персоналу на торгових підприємствах дозволяє оцінити забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, укомплектованість штату працівників різних професій, ефективність використання робочого часу й ін.

Чисельність працівників торговельного підприємства характеризується показниками облікової і середньооблікової чисельності, іноді використовується показник явочного складу.

Облікова чисельність у зв'язку з прийомом і звільненням працівників є величиною перемінною і тому враховується на визначену дату. Для характеристики забезпеченості торговельного підприємства персоналом в середньому за період (місяць, квартал, рік) визначають середньооблікову та середню чисельність працівників.

Наявна чисельність – це кількість робітників, які щоденно повинні бути на роботі для забезпечення заповнення віх передбачених робочих місць впродовж усього часу роботи торговельного підприємства з врахуванням витрат часу.

Середньооблікова чисельність характеризує загальну кількість працівників, потрібних підприємству, з врахуванням відпусток, хвороб, а також інших невиходів на роботу з поважних причин.

Потреба в інших категоріях персоналу (керівниках, спеціалістах, допоміжному персоналі) визначається, як правило, факторно-аналітичним методом на базі вивчення фактичного завантаження персоналу, ліквідації непродуктивних втрат робочого часу, впровадження рекомендацій з наукової організації праці. За результатами розрахунку планової чисельності на підприємствах складається штатний розклад.

Основну увагу у сфері управління персоналом на сьогодні необхідно в першу чергу звернути саме на питання добору висококваліфікованого персоналу. Торговельному підприємству слід інтенсифікувати власні зусилля у напрямку кадрового планування.

Добір персоналу для підприємств торгового бізнесу вимагає чітких орієнтирів:

- аналіз роботи, нормування праці й оцінка виконання;
- система стимулювання;
- оргкультура;
- система заходів для адаптації нових працівників до роботи в організації і до трудового колективу;
- навчання – це продовження процесу добору працівників.

Ефективність діяльності служби з управління персоналу, пошуку і добору нових працівників підвищується, якщо цей напрямок роботи здійснюється під

єдиним керівництвом і координується з іншими сферами діяльності, пов'язаними з управлінням персоналом, починаючи від ведення кадрової документації і кінчаючи питаннями нормування і соціального захисту. Це дозволяє не тільки дотримуватися більш чітких критеріїв і процедур при пошуку і доборі кадрів, але і забезпечує високі результати в професійній і соціальній адаптації нових працівників.

Отже, пошук і добір кадрів не повинні розглядатися як просте перебування придатного людини для виконання конкретної роботи; пошук і добір повинні бути ув'язані з загальним контекстом програм, реалізованих у сфері управління персоналом, покликаних забезпечити досягнення цілей торговельного підприємства й успіх у реалізації стратегії, розробленої керівництвом.

УДК 33:65

*Кульчицька Я.К., студент факультету менеджменту  
(науковий керівник – Ситник О.Ю., к.е.н., доц.)  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## **ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ)**

Трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, зумовлюють її спрямованість на інтеграцію у світову економічну систему. Україна розміщена на перехресті міжнародних торговельних шляхів, що дає реальні можливості використання наявного та подальшого розвитку її транспортного потенціалу. Євроінтеграційні процеси та стрімкий розвиток авіаційного партнерства між Україною й провідними європейськими авіаційними структурами збільшують міжнародний пасажиропотік, що є підґрунтям для використання потенціалу повітряного транспорту та обумовлює можливості розвитку транспортної інфраструктури й раціональне розміщення продуктивних сил України.

Після різкого падіння у 2014-2015 роках, авіаційна індустрія України доволі швидко повертає втрачені позиції. За даними Державіаслужби, за січень – лютий 2020 року обсяги пасажирських перевезень українських авіакомпаній зросли порівняно з відповідним періодом минулого року на 3,1% та склали 1546,6 тис. чол., у т.ч. міжнародні – на 3% та склали 1385,1 тис. чол. Пасажиропотоки через аеропорти України збільшились на 15% та становили 3237,4 тис. чол., у т.ч. у міжнародному сполученні – на 16,6% та становили 2912,7 тис. чол. Упродовж січня – лютого 2020 року українськими авіакомпаніями виконано 12,7 тисяч комерційних рейсів (скорочення порівняно аналогічним періодом минулого року – на 2,9%), у т.ч. міжнародних – 10,5 тисяч (скорочення – на 2,6%) [1].

Слід зазначити, що окрім активізації пасажиропотоку між Україною і іншими країнами, важливою складовою транспортного потенціалу є авіаційна промисловість. Зазначимо, що більшість країн не може собі дозволити

підтримувати повний цикл виробництва авіаційної техніки, через те, що даний вид продукції є наукоємними та капіталоємним. Тому, саме авіапромисловість здатна зробити значний вплив на темпи переходу країни на інноваційні темпи розвитку. Вона впливає на формування машинобудівного комплексу країни, роблячи внесок у розвиток інтелектуального, науково-технічного та транспортного потенціалу України. Прогнозоване зростання попиту на авіаційну техніку як в Україні, так і на світовому ринку сприяє розкриттю потенціалу авіаційної промисловості та зміцненню конкурентоспроможності країни в цілому [5].

Зауважимо, що за результатами досліджень англійського інституту «Рендел», щодо коефіцієнту транзитності Україна займає перше місце в Європі. Україна – найбільша країна Європи з вигідним географічним розташуванням – має усі можливості, аби стати міжнародним транспортним хабом та належить до небагатьох держав, які володіють повним циклом створення авіаційної техніки, і займає значне місце на світовому авіаційному ринку в секторі транспортної та регіональної пасажирської авіації [4].

Проведений нами аналіз результатів дослідження потенціалу підприємств авіаційної промисловості свідчать про цілком можливе збільшення обсягів розроблення та виробництва авіаційної техніки, зокрема за такими напрямками, як літакобудування (регіональні пасажирські та транспортні літаки), авіаційне двигунобудування, авіаційне агрегатобудування, бортове радіоелектронне обладнання, орієнтоване на використання супутникових систем зв'язку, навігації та спостереження, надлегкі та легкі літальні апарати, вертольотобудування, безпілотні літальні апарати [4].

Значну кількість напрацювань з метою підвищення використання транспортного потенціалу України було викладено у «Національній транспортній стратегії України на період до 2030 року» та проекті «Авіаційній транспортній стратегії України на період до 2030 року». Так, 30 травня 2018 р. Кабінет Міністрів України прийняв рішення про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року, яка визначає концептуальні засади формування та пріоритети реалізації державної політики в галузі транспорту, спрямовані на інтеграцію національної транспортної мережі до міжнародної транспортної мережі, задоволення потреб населення у перевезеннях та покращення умов ведення бізнесу задля створення конкурентоспроможної та ефективної національної економіки. Метою Авіаційної стратегії є гармонійний розвиток авіаційної галузі, як складової частини національної транспортної системи України, подальша її інтеграція до світової авіатранспортної мережі, створення сучасної авіаційної транспортної інфраструктури, реалізація авіаційного транзитного потенціалу України, підвищення доступності авіаперевезень для широких верств населення, сприяння вільній конкуренції та лібералізації ринку авіатранспорту [2]. Одним з пріоритетних напрямів стратегії є підвищення конкурентоспроможності авіаційного транспорту України.

Реалізація Авіаційної стратегії сприятиме наближенню України до Європейського Співтовариства, поступовій інтеграції України у внутрішній європейський ринок ЄС та спільний авіаційний простір, збільшенню обсягу

виробництва конкурентоспроможної продукції у 3-5 разів. Від реалізації Авіаційної транспортної стратегії очікується досягнення наступних показників: зростання пасажиропотоку через аеропорти України до 2030 року – до 71,2 млн пасажирів на рік, зростання частки пасажиропотоку через регіональні аеропорти – до 50 % від загального обсягу, збільшення мережі внутрішніх маршрутів втричі, міжнародних – вдвічі, створення мультимодальних комплексів в аеропортах, збільшення транзитного потоку через повітряний простір України втричі.

Таким чином, належна конкурентоздатність авіаційного виду транспорту на світовому ринку не може бути забезпечена через експлуатацію в основному застарілої авіаційної техніки і браку літаків, придатних для роботи на міжнародних лініях, зокрема північноамериканських. Наявний парк літаків українських підприємств значно поступається авіаційній техніці розвинених країн за рівнем сервісу та паливної економічності. Відзначається недостатня присутність авіакомпаній України і на міжнародних ринках вантажних авіап перевезень, які за даними міжнародної організації цивільної авіації зростають у світі щорічно на 6-7%. Причини такого становища полягають в нестачі сучасної авіатехніки, пристосованої до застосування при міжнародних перевезеннях методів завантаження і розвантаження вантажів у контейнерах і на піддонах [5].

Проте, завдяки здійсненню поетапного та адресного розв'язання «вузьких» проблем транспорту, перш за все пов'язаних з закупівлею транспортних засобів для міжнародних перевезень та забезпеченням зовнішньоекономічних зв'язків, стає можливим більш ефективно використання транспортного потенціалу країни як складової підвищення конкурентоспроможності повітряного транспорту.

### Список використаних джерел

1. Оперативна інформація щодо основних показників діяльності авіаційної галузі за січень-листопад 2020 року. Державна авіаційна служба України. Електронний ресурс – режим доступу URL: <https://avia.gov.ua/pro-nas/statistika/operativna-informatsiya/> (дата звернення – 17.03.2020р.);
2. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Урядовий портал. Електронний ресурс – режим доступу URL: <https://www.kmu.gov.ua/nras/proshvalennya-nacionalnoyi-transportnoyi-strategiyi-ukrayini-na-period-do-2030-roku> (дата звернення – 22.03.2020р.);
3. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України Про схвалення Авіаційної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Електронний ресурс – режим доступу URL: <https://mtu.gov.ua/projects/166/> (дата звернення - 20.03.2020р.);
4. Стратегія розвитку вітчизняної авіаційної промисловості на період до 2020 року. Електронний ресурс – режим доступу URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1656-2008-%D1%80> (дата звернення - 25.03.2020р.);
5. Чернявська Т.А. Проблеми підвищення конкурентоспроможності транспорту. Електронний ресурс – режим доступу URL: [file:///C:/Users/38068/Downloads/Znpchdtu\\_2010\\_26\(1\)\\_41.pdf](file:///C:/Users/38068/Downloads/Znpchdtu_2010_26(1)_41.pdf) (дата звернення – 25.03.2020р.).

*Капелюш І.А., студент*  
(науковий керівник – *Федосенко Л.В., к.е.н., доц.*)  
*УО «Гомельський державний університет імені Франціска Скорини»*  
*м. Гомель (Білорусь)*

## **БАНКИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Справжній період соціально-економічного розвитку характеризується проникненням цифрових технологій в усі сфери і ланки господарської системи. Сьогодні цифровізація є найважливішою конкурентною перевагою, як для країни в цілому, так і окремо взятої компанії. Цифровий сегмент економіки змушує кардинально перебудовувати традиційні форми господарські, кардинально змінює бізнес-моделі, підвищуючи їх ефективність за рахунок усунення посередників і оптимізації. Цифрова (електронна) економіка несе в собі величезні зміни для більш ніж 50% різних галузей. Частка цифрової економіки держав в ВВП щорічно збільшується майже 20 % [1].

Сьогодні світові лідери банківської системи залучені в цифровізаційні процеси, пов'язані з розвитком мікроелектроніки, телекомунікацій та ІТ-технологій. Однак багато банків у всьому світі слабо висловлюють прагнення до цифрової трансформації, а клієнти низько оцінюють їх здатність надати їм персоналізовані послуги в діапазоні сучасних вимог [2].

Найважливіше завдання для білоруських банків – зайняти лідируючі позиції в цифровізації послуг за допомогою цифрової трансформації банків. Білоруські банки повинні стати для всіх суб'єктів економічних відносин прикладом ведення цифрового бізнесу за світовими стандартами і, звичайно ж, зміни мислення.

Цифрова трансформація для банківського сектора має свої переваги і недоліки. Переваги полягають у наступному [3]:

- клієнт отримує доступ до банківських послуг в режимі 24/7 з будь-якої точки земної кулі;
- ліквідація відділень знижує витрати, а скорочення операційних витрат знижує вартість банківських послуг;
- економиться час клієнтів – всі операції вони виконують вдома і в зручний час, при цьому розширюється територіальний доступ клієнтів (Інтернет є скрізь);
- формується імідж банку як сучасної технологічно просунутої організації, що пропонує зручний рівень обслуговування;
- більш низькі тарифи, підвищення швидкості і безпеки обслуговування, можливість для клієнта мінімізувати терміни виконання операцій;
- інтеграція в соціальні мережі і цифровий маркетинг на їх основі.

Перехід до цифрового бізнесу має і свої недоліки, причому значні, так як пов'язані, в першу чергу, з новими зовнішніми і внутрішніми викликами і, як наслідок, новими ризиками. І треба відзначити, що банки, в тому числі і білоруські, ще не в повній мірі готові ними управляти новими методами і забезпечити собі і клієнтам хеджевий захист.

Ризики поширюються як всю діяльність кредитної організації. Цифровізація поступово стирає межу між власне банківською діяльністю та небанківськими

видами діяльності, швидкість створення нових платіжних інструментів випереджає можливості пристосування до неї банківського середовища [4].

На наш погляд, з безлічі видів ризиків, пов'язаних з цифровізацією банківського сектора, доцільно виділити три основних:

– кібернебезпечних (кіберризик) – ризик, пов'язаний з порушенням конфіденційності електронної інформації та/або її захисту від пошкодження, неправильного використання або крадіжки;

– можливість масового безробіття, так як цифрова трансформація економіки зачіпає, перш за все, людей;

– зростання «цифрового розриву» між громадянами і бізнесом, що полягає в розриві в цифровому світі, в умовах доступу до цифрових послуг і продуктів, і як наслідок – розрив у рівні добробуту.

Таким чином, білоруські банки змушені будуть стати драйверами цифровізації економіки, якщо хочуть залишитися в «конкурентноспроможному полі» і потіснити на ринку фінансових послуг фінтех-компанії, які, як показала практика, виявилися більш мобільними в наданні значного масиву електронних послуг клієнтам.

#### Список використаних джерел

1. Савіна Т.Н. Цифрова економіка як нова парадигма розвитку: виклики, можливості та перспективи // Фінанси і кредит. – 2018. – Т.24, №3. – С. 584.

2. Кронк, Дж. Цифрова трансформація фінансових послуг – надійне вкладення в майбутнє [Електронний ресурс] / Дж. Кронк // Cisco. – Режим доступу: [https://www.cisco.com/c/dam/m/ru\\_ru/internet-of-everything-ioe/iac/assets/pdfs/Cisco\\_Financial\\_ru.pdf](https://www.cisco.com/c/dam/m/ru_ru/internet-of-everything-ioe/iac/assets/pdfs/Cisco_Financial_ru.pdf). – Дата доступу: 25.02.2020.

3. М. Ковальов, Г. Головенчик. Цифрова трансформація банків. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10575.pdf>. – Дата доступу: 24.02.2020.

4. Н. Комлев. Банківська система при переході до цифрової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tpprf.ru/ru/mobile/interaction/experts/comments/245746/> – Дата доступу: 25.02.2020.

УДК 33

*Маклаков С.М., к.е.н,  
Денисенко К.С., аспірант  
(науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький*

#### ДІАГНОСТИКА ЗАОХОЧЕННЯ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ

Методи заохочення персоналу підприємств до продуктивної праці персоналу не втрачають своєї актуальності як в Україні, так і в світі. В умовах сьогодення їх розглядають переважно через призму мотиваційного менеджменту, який набув розвитку на тлі нових глобальних інноваційних змін у змісті праці, поширення інформаційних технологій у трудових процесах.

Зміни, що відбуваються у змісті праці, передусім відображають інноваційні процеси в економіці під впливом науково-технічного прогресу, ринкової кон'юнктури. Тому є важливим не просто стимулювання зацікавленості працівників у зростанні продуктивності праці, а й присутності у праці елементів інноваційності.

Наукове підґрунтя сучасних уявлень про методи заохочення до продуктивної праці створено працями В. Врума, В. Герчикова, Ф. Герцберга, І. Ільїна, Е. Лоулера, Д. Мак-Грегора, Д. Мак-Клелланда, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескона та ін. В Україні серед сучасних авторів, які присвятили свої публікації цим проблемам слід назвати А. Колота, Т. Костишину, О. Магопець, В. Нижника, М. Семикіну, С. Цимбалюк, Л. Червінську, О. Чернушкіну, Н. Шалімову та ін.

Заохочення до продуктивної праці персоналу доцільно розглядати як складний процес впливу на поведінку працівників, детермінований внутрішніми та зовнішніми чинниками, що передбачає застосування як економічних (задоволення матеріальних потреб), так і соціальних (задоволення статусних потреб) важелів впливу, використання яких забезпечує продуктивну працю з елементами інноваційності.

У той час, коли провідні держави світу поширюють новітні практики мотивації інноваційної діяльності у високотехнологічних секторах економіки, в Україні залишаються невирішеними численні проблеми ефективної праці, породжені нестабільним внутрішнім середовищем. Ринок праці України програє в конкуренції з європейськими державами, що спричиняє значні міграційні втрати. Одним з пріоритетів покращення існуючої ситуації є впровадження у систему менеджменту вітчизняних підприємств дієвої системи заохочення до продуктивної праці персоналу, яка б забезпечувала результати праці з ознаками інноваційності.

З метою діагностики дієвості існуючих методів заохочення персоналу до продуктивної праці розроблено та апробовано методику експертного опитування, яка передбачала вивчення:

- 1) загальної ситуації на підприємстві щодо ефективності праці персоналу з ознаками інноваційності;
- 2) практики заохочення (мотивації) до продуктивної праці;
- 3) результативності мотивації;
- 4) перешкод мотивації;
- 5) ефективності мотивації персоналу підприємства.

Експертне опитування, здійснене на прикладі підприємств Черкаської і Кіровоградської областей, не виявило суттєвих розбіжностей і дозволило констатувати таке:

– для вітчизняної практики менеджменту є характерним обмежене застосування економічних інструментів заохочення до продуктивної праці і вкрай обмежене – інструментів соціальних (табл.1), що свідчить про кризу;



Поширеність застосування інструментів заохочення до продуктивної праці персоналу на досліджуваних підприємствах

Інструменти заохочення до продуктивної праці	
Економічні інструменти, % використання	Соціальні інструменти, % використання
1. Премії, надбавки і доплати до заробітної плати (100,0 %)	1. Проведення спільних святкувань, корпоративних виїздів (93,3 %)
2. Штрафи і покарання (60,0 %)	2. Навчання, тренінги (80,0 %)
3. Базовий і мотиваційний соціальні пакети (46,7 %)	3. Сприятливі та безпечні умови праці (73,3 %)
4. Участь у прибутку (13,3 %)	4. Управління трудовою поведінкою, корпоративна культура (53,3 %)
5. Компенсація витрат на навчання (13,3 %)	5. Сприятливі умови кар'єрного зростання (46,7 %)
	6. Надання самостійності в роботі (46,7 %)
	7. Надання додаткового вільного часу (відпустки, вихідних) (46,7 %)
	8. Делегування повноважень (33,3 %)
	9. Забезпечення територіальної мобільності (компенсація транспортних витрат) (33,3 %)
	10. Ефективна кооперація праці (6,7 %)
	11. «Збагачення» змісту праці (3,3 %)
	12. Запровадження гнучких графіків роботи, забезпечення дистанційним робочим місцем (0,0 %)
	13. Спонування до громадської активності (0,0 %)

– вихідною умовою покращення дієвості заохочення до продуктивної праці має бути передусім підвищення задоволеності персоналу оплатою праці;

– організація праці та умови розвитку персоналу потребують суттєвого покращення, враховуючи новітні тренди на ринку праці (неперервний розвиток, мобільність, гнучкість, дистанційність, інноваційність, технологічність, глобальність). Варто надавати перевагу корпоративним умовам діяльності, які б посилювали відповідальність за виконання трудових завдань, сприяли усвідомленню працівниками наявних можливостей у кар'єрному зростанні;

– потребує перегляду мотивація управлінських кадрів в контексті стратегічного бачення розвитку підприємства та ефективного використання інтелектуально-трудоного потенціалу працівників, боротьби з проявами інертності в управлінській діяльності.

Проведене опитування дало змогу встановити обмеженість застосування інструментів мотивації в частині кооперації, «збагачення» змісту праці, гнучких графіків режиму робочого часу. Результати здійсненої діагностики довели, що нагальним завданням є подолання деформації мотиваційних чинників, перегляд політики доходів в бік зростання та поширення застосування соціальних інструментів заохочення до продуктивної праці персоналу на підприємствах.

Виконаний аналіз засвідчує, що в Україні більшість суб'єктів господарювання поки орієнтовані на «екстенсивний» тип використання потенціалу працівників, тим самим провокуючи втрату конкурентних позицій за умов зростаючої глобальної мобільності.

Надалі така ситуація буде лише витісняти Україну та її ринок праці з числа конкурентоспроможних держав. Вкрай небезпечною в цьому контексті є криза політики доходів на підприємствах. Це призводить до того, що високий

демографічний та освітній потенціал населення України не трансформуються в результати економічного розвитку. Питання гідної оплати праці на підприємствах набули пріоритетного значення. Їх невирішеність посилює міграційні настрої серед працівників, спонукає до пошуку роботи в країнах ЄС. За показником середньомісячної заробітної плати Україна посідає найнижчу позицію на європейському континенті після Молдови. Відставання від країни-лідера Швейцарії складає 17 разів, сусідніх Польщі і Словаччини – 3,4 рази, Румунії і Угорщини – 2,5 рази.

У зв'язку з цим стає нагальною потреба оновлення мотиваційних стратегій менеджменту на підприємствах і перегляду методів заохочення персоналу до продуктивної праці.

### Список використаних джерел

1. Мотиваційний менеджмент [Текст] : підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – Київ : КНЕУ, 2014. – 479 с.
2. Семикіна М.В. Криза політики доходів як чинник демотивації у сфері праці / М.В. Семикіна, А.В. Семикіна, С.В. Дудко // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – №25(14), 2017.– С. 80-91.
3. Семикіна М.В. Деформація мотиваційних чинників у сфері праці як передумова формування міграційних настроїв вітчизняних працівників / М.В. Семикіна, А.В. Мельник, В.О. Кабай // Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки». – Черкаси, 2017. – № 4 (частина 1). – С. 95-106. Доступ до електронного ресурсу: <http://economejournal.cdu.edu.ua/issue/viewIssue/207/112>

УДК 338

*Олійник Н.М., к.т.н., доц.,  
Козін О.В., магістр  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДОМІНАНТА СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

В сучасних умовах пріоритетним завданням для України є інституціональна трансформація економіки, основна мета якої – забезпечення сталого соціально-економічного розвитку. Рушійною силою та домінантою сталого соціально-економічного розвитку являється управління конкурентоспроможністю підприємства. Отже, удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах загострення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках є актуальною проблемою та потребує подальшого вивчення.

Теоретичні й методологічні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств відображено в публікаціях таких науковців, як: Бугай В.З. [1], Макаренко С.М., Данько В.В., Капліна Є.О. [2], Бурик Ю. [3] та ін. Проте попри ґрунтовні наукові доробки в окресленому колі питань дослідженню конкурентоспроможності як домінанти сталого соціально-економічного розвитку приділено недостатньо уваги.

Метою дослідження є вивчення проблематики управління конкурентоспроможністю підприємства у контексті забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

Конкурентоспроможність підприємства є одним із важливих аспектів ринкового середовища, який характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку, посісти провідне місце і втримати його якомога довше [1, с. 33].

У раніше проведених дослідженнях [2] зазначалось, що під поняттям конкурентоспроможності суб'єктів господарювання слід розуміти здатність суб'єкта господарювання адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі з метою забезпечення рентабельності не менш ніж на середньогалузевому рівні.

На рівень конкурентоспроможності підприємства впливає безліч факторів. Загальноприйнятою вважають вузьку класифікацію чинників формування конкурентоспроможності підприємства, які поділяють на зовнішні та внутрішні (рис. 1) [3, с. 6-7].

Проведені дослідження свідчать, що розуміння факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства є основою при прийнятті ефективних управлінських рішень для досягнення конкурентних переваг та забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

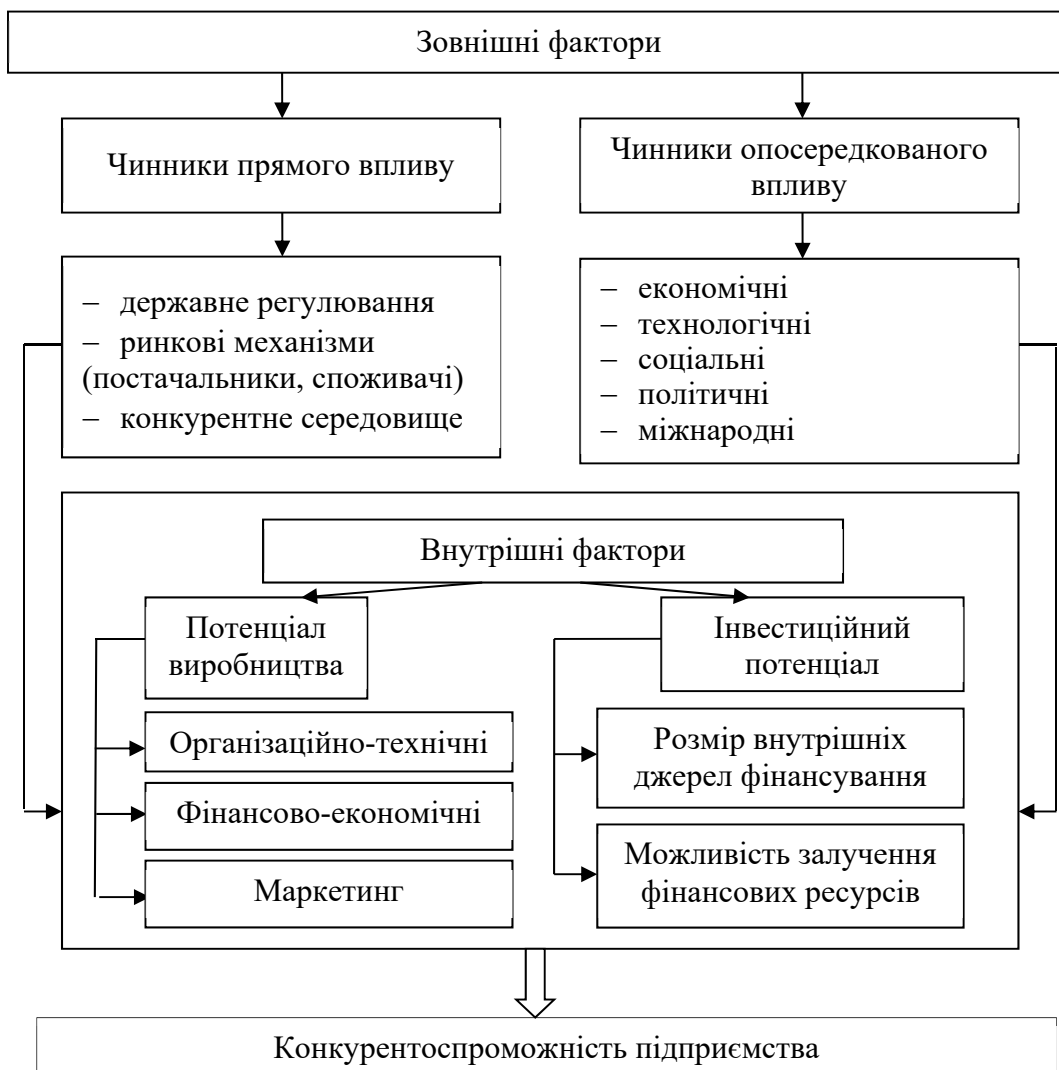


Рис. 1. Система факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства

## Список використаних джерел

1. Бугай В.З. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / В.З. Бугай, В.О. Сидоренко // *Modern Economics*. – 2019. – № 14. – С. 33-38.
2. Makarenko S. Formation of an Innovative Competitiveness Management System of the Enterprise: On the Case of Ukraine's Healthcare / S. Makarenko, N. Oliinyk, V. Danko, Y. Kaplina // *Journal of Economics and Management Sciences*. – New York. – 2020. – Vol. 3. – № 1. – P. 1-12.
3. Олійник Н. Конкурентоспроможність підприємства як визначальна характеристика ефективності його функціонування / Н. Олійник, Ю. Бурик // *Соціально-економічні проблеми і держава: Електронне наукове фахове видання*. – 2018. – Вип. 2 (19). – С. 3-12.

УДК 339.137.22

*Орищенко Ю.О., студент гр. ЕП-16,  
Ванельчук Д.В. студент гр. ЕП-16  
(науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства є актуальним питанням. При його розгляді необхідно відзначити, що одним із важливих атрибутів ринкової економіки є конкуренція.

Ринок – це механізм, що не може існувати без розвинутих форм конкуренції. Як стверджував відомий англійський економіст Ф. Хайек: «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети».

Конкуренція – це суперництво між учасниками ринкового господарства за найвигідніші умови виробництва, продажу і купівлі товарів та послуг, за привласнення найбільших прибутків. Такий вид економічних відносин існує тоді, коли виробники товарів виступають як самостійні, ні від кого незалежні суб'єкти, їхня залежність пов'язана тільки з кон'юнктурою ринку, бажанням виграти у конкурентів позиції у виробництві та реалізації своєї продукції. В ринкових відносинах конкуренцію – природно і об'єктивно існуюче явище – можна розглядати як закон товарного господарства, дія якого для товаровиробників є зовнішньою примусовою силою до підвищення продуктивності праці на своїх підприємствах, розширення масштабів виробництва, прискорення НТП, впровадження нових форм організації виробництва і систем зарплати тощо.

Виникнення ринкової економіки спонукало до появи вільної конкуренції. Але існування купівлі-продажу товарів, використання грошей може бути і без неї. Тому доцільно розглянути умови виникнення конкуренції (табл. 1).

## Основні умови виникнення конкуренції

№	Умова виникнення конкуренції	Передумови
1	наявність на ринку великого числа незалежно діючих виробників одного продукту або подібних продуктів	Якщо виробництво зосереджено в руках одного власника, то панує монополія, яка по суті заперечує конкуренцію. Монополія і конкуренція – це антиподи
2	свобода вибору господарської діяльності виробників	Кожний сам вирішує, що виробляти, скільки виробляти та які зміни вносити у виробництво
3	відповідність між попитом і пропозицією	Якщо, попит перевищує пропозицію, то покупець не може обирати між певними виробниками, адже існує дефіцит даного товару. Там, де є дефіцит, там немає вільної конкуренції
4	наявність на ринку засобів виробництва та технологій	У конкурентній боротьбі велике значення має встановлення високої норми прибутку, яка по суті є орієнтиром у виборі господарської діяльності. Однак вибір діяльності показує тільки можливість виробництва. Для того щоб ця можливість перетворилась на дійсність, потрібно, маючи грошовий капітал, перетворити його на засоби виробництва

У загальному виді конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними, що визначають ефективність потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів. Важливою характеристикою конкурентоспроможності потенціалу є здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація потенціалу має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають успішну діяльність підприємства на ринку [1].

У 1998 році в наукових працях І.М. Рєпіної вперше запропоновано графоаналітичний метод діагностики підприємницького потенціалу підприємства, названий автором «Квадрат потенціалу». Даний метод дає можливість системно встановити кількісні і якісні зв'язки між елементами потенціалу підприємства, рівень розвитку та конкурентоспроможність і зробивши аналіз обрати такі управлінські рішення, що допоможуть підвищити ефективність функціонування підприємства. Після побудови квадрату потенціалу підприємства роблять відповідні висновки.

В основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним

підприємством, що має найліпші результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, й найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі. Цей підхід відповідає практиці ринкової конкуренції [2].

Існує зв'язок між формою та розміром квадрата потенціалу підприємства і його життєвим циклом. На першій стадії – «стадії розвитку» – перебувають підприємства з формою потенціалу другого типу і можливостями його перетворення від малого до середнього за час проходження стадії. На другій стадії – «стадії успіху» – розташовані підприємства, форма потенціалу яких належить до першого типу й існує можливість перетворення його із середнього на велике. Стадія занепаду свідчить про негативні явища, що відбуваються з потенціалом підприємства, тобто про перехід до другої форми потенціалу та зменшення його розміру від великого до середнього, а потім і до малого [3].

У сучасній економічній літературі пропонується розрізняти чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

- для потенціалу першого рівня притаманною є внутрішньо нейтральна організація управління. Управлінець надає перевагу лише реалізації виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей. Цей рівень не передбачає підвищення якості продукції, та не враховує запити споживачів.

- організації, які надають перевагу потенціалу другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи «зовнішньо нейтральними». На цьому рівні підприємство виготовляє продукцію за стандартами, розробленими їхніми основними конкурентами.

- система управління на підприємствах, що досягли третього рівня починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

- досягнення підприємством останнього четвертого рівня конкурентоспроможності означає, що воно істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, коли успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Для більшості підприємств-конкурентів набір ресурсів, що використовуються у виробничому процесі, досить однаковий, але ефективність їхнього поєднання у діючій господарській системі різна і залежить саме від якості управління, кваліфікації менеджерів, організаційної структури [4].

Отже, підприємства прагнуть застосовувати різноманітні заходи задля підвищення своєї конкурентоспроможності, зокрема моніторити ситуацію, що склалася як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі.

#### Список використаних джерел

1. Теоретичні основи формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та методи її оцінки. [Електронне джерело]-<https://studfile.net/preview/5585249/>.
2. «Графоаналітична модель потенціалу підприємства» (електронне джерело – [https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika\\_tovarih\\_zapasiv\\_osnovni\\_etapi\\_formuvannya](https://pidruchniki.com/17910211/ekonomika/harakteristika_tovarih_zapasiv_osnovni_etapi_formuvannya))

3. «Графоаналітична модель потенціалу підприємства» (електронне джерело - [https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya\\_obsyagu\\_tovarnih\\_zapasiv\\_operativne\\_regulyuvannya\\_kontrol\\_utvorenyam\\_tovarnih\\_zapa](https://pidruchniki.com/15410104/ekonomika/planuvannya_obsyagu_tovarnih_zapasiv_operativne_regulyuvannya_kontrol_utvorenyam_tovarnih_zapa))

4. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. [Електронне джерело] [https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist\\_potentsialu\\_pidpriyemstva](https://pidruchniki.com/1228112854086/ekonomika/konkurentospromozhnist_potentsialu_pidpriyemstva)

УДК 33:65

*Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.,*

*Башияк Ю.Ю.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет*

*м. Кропивницький*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ ШВЕЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Легка промисловість з історичних позицій займала провідне місце у виробництві промислових товарів народного господарства. Виробництво одягу завжди було і залишається провідним видом промислової діяльності у національній економіці, таким, що має чималий виробничий потенціал, який повинен задовольняти потреби суспільства у товарах споживання та промислового призначення й сприяти поліпшенню якості життя.

Швейна галузь на сьогоднішній день перебуває у незадовільному стані, що характеризується низкою проблем, зокрема це:

- недостатність на внутрішньому ринку товарів вітчизняного виробництва та його тотальне заповнення виробами іноземного походження;
- застосування вітчизняними підприємствами давальницьких схем виробництва;
- недостатньо розвинута інфраструктура галузі;
- низька інвестиційна та інноваційна діяльність.

Така ситуація у швейній промисловості здебільшого пов'язана з комплексними проблемами легкої промисловості, основними з яких є: велика частка імпортованих товарів; висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості; неможливість отримання довгострокових кредитів для значної частини виробників товарів легкої промисловості; відсутність виробництва спеціалізованого обладнання для виготовлення товарів легкої промисловості та запасних частин до нього; залежність текстильної промисловості від імпортованої сировини; низька заробітна плата працівників галузі, різке зменшення кількості молодих кадрів та інші [1].

Використання толінгових схем (форма співробітництва на основі давальницької сировини), одна з основних галузевих особливостей діяльності швейних підприємств України. Робота вітчизняних підприємств на основі давальницької сировини, як форма співробітництва на сучасному етапі розвитку легкої промисловості, має як позитивні, так і негативні наслідки. З позитивного боку дає змогу наростити експортний потенціал, завантажити потужності і

забезпечити людей роботою, набути досвіду виробництва продукції, що відповідає світовим стандартам якості. Але, з іншого, співпраця на цих умовах фактично призводить до повної залежності вітчизняного виробника від іноземного замовника. Сьогодні, раптовий розрив таких стосунків, неминуче призведе до виникнення кризових ситуацій на вітчизняних швейних підприємствах.

Однією з причин зниження кількості працівників на підприємствах та небажання молоді працювати у легкій промисловості, зокрема на підприємствах з виробництва одягу, є те, що ця галузь малоприбуткова. Тут середньомісячна заробітна плата майже в 2 рази менша, ніж показник заробітної плати загалом на підприємствах промисловості країни [2].

Поряд зі значною кількістю збиткових підприємств спостерігається і низька рентабельність підприємств з виробництва одягу.

Щоб досягнути помітного розвитку легкої промисловості повинні бути вирішені найважливіші питання щодо створення сприятливих умов для підйому економіки легкої промисловості, надання їй нових імпульсів в інноваційному, соціальному та регіональному розвитку, в підвищенні конкурентоспроможності та іміджу української галузі в світовому виробництві товарної продукції.

Підвищення ефективності діяльності підприємств з виробництва одягу зі шкіри потребує впровадження інновацій на всіх етапах технологічного процесу. Проте, останнім часом в світі та й в Україні, набирає поширення рух за забезпечення життя тварин, тим самим зменшується попит на ці вироби. Збільшується попит на штучні шкірні вироби.

Основними чинниками, що сприяють інноваційній діяльності промислових підприємств легкої промисловості, зокрема підприємств з виробництва одягу, виступають такі:

- економіко-технологічні (наявність потенціалу фінансових, матеріально-технічних ресурсів, прогресивних технологій, необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури, матеріальне заохочення за інноваційну діяльність);
- політико-правові (законодавчі заходи (пільги), що заохочують інноваційну діяльність, державна підтримка інновацій);
- організаційно-управлінські (гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, переважання горизонтальних потоків інформації, децентралізація, автономія, формування цільових груп);
- соціально-психологічні (моральне заохочення, суспільне визнання, забезпечення можливостей самореалізації, висока оцінка творчої праці, нормальний психологічний клімат у трудовому колективі) [3].

Водночас для підприємств впровадження інновацій дає змогу, передусім, збільшувати прибуток та рентабельність, що є запорукою їх стійкого розвитку у перспективі.

Отже, ефективність роботи підприємств по виробництву одягу зі шкіри залежить від багатьох чинників, найбільш впливовими серед яких є наступні: стабільні поставки якісної сировини, високий рівень кваліфікації персоналу, сучасні технології та обладнання, застосування всіх видів інновацій.

Перспектива розвитку легкої промисловості полягає у збільшенні частки вітчизняних товарів на внутрішньому ринку та у зростанні експорту продукції



власного виробництва. Для цього необхідно підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної продукції шляхом поліпшення якості та одночасного зниження її собівартості. Це можливо реалізувати за умови відновлення вітчизняного агропромислового комплексу і хімічного сектора, які зможуть забезпечити легку промисловість сировиною власного виробництва. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції як за ціною, так і за якістю дозволить вітчизняним підприємцям поступово відійти від давальницьких схем виробництва.

### Список використаних джерел

1. Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року // Урядовий кур'єр. – 2007. – № 2.
2. Фаріон Н.О. Сучасний стан легкої промисловості України: проблеми та шляхи вирішення [Електронний ресурс] / Н.О. Фаріон // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4423>
3. Нижник В.М. Перспективи розвитку інноваційних технологій на підприємствах легкої промисловості / В.М. Нижник, І.В. Пасічник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6, Т. 3. – С. 7-10.

УДК 33

*Скібіцька А.О., магістрант факультету менеджменту,  
Коваленко Н.О., к.пед.н., доц.  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## **МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДВИЩЕННЯМ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Вивчення питань зростання маркетингового потенціалу є особливо актуальним для здавна функціонуючих підприємств традиційних галузей промисловості. Наявність у них значних виробничих потужностей, унікального устаткування та фахівців поєднано із несистематичним вивченням ринку і жорсткістю конкуренції дозволяє говорити про неповне використання такими підприємствами свого потенціалу, що виражається у скороченні обсягів продажу, масштабів діяльності тощо.

У результаті підприємство не контролює свою нішу на ринку й постійно погіршує свої ринкові позиції, тим самим зменшуючи основне джерело фінансування розвитку виробництва – прибуток. Така ситуація в першу чергу обумовлюється відсутністю певного розуміння важливості маркетингового потенціалу як однієї зі складових загального потенціалу підприємства, що спонукає до подальшого дослідження зазначеної проблематики.

З огляду на те, що умови діяльності підприємств України стають усе більш динамічними і складними, а економічні відносини – більш глобалізованими та невизначеними, виявлення всіх наявних можливостей прибуткового

функціонування підприємства є все більш актуальним, тим більше, що загострення конкуренції у боротьбі за споживача привертає увагу до маркетингу як однієї із складових систем підприємства, процес впровадження якої на підприємствах нашої країни дотепер перебуває на стадії формування. При цьому можливості та результати діяльності цієї системи визначаються маркетинговим потенціалом, що являє собою сукупний потенціал маркетингових ресурсів і зусиль підприємства, ефективне використання якого забезпечує адаптацію підприємства до зовнішнього середовища і перспективність його розвитку.

Маркетинговий потенціал є невід'ємною частиною загального потенціалу підприємства, що відповідає за забезпечення постійної конкурентоспроможності товару підприємства на ринку. Від його рівня розвитку залежить ефективність використання виробничого, фінансового, інформаційного та інших потенціалів підприємства.

Під маркетинговим потенціалом підприємства розуміють сукупну здатність маркетингової системи забезпечувати його постійну конкурентоспроможність, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару на ринку, завдяки проведенню ефективних маркетингових заходів у сфері дослідження попиту, товарної, цінової, комунікативної і збутової політики, а також організації стратегічного планування й контролю за якістю товару, поведженням конкурентів і споживачів на ринку.

Формування маркетингового потенціалу відбувається під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Їх сукупність можна назвати маркетинговим середовищем, оскільки на сучасному етапі будь-яке підприємство, прагнучи вистояти в конкурентній боротьбі й перебувати в числі прибуткових, є учасником ринкових відносин. До зовнішніх факторів, що виникають за підприємством і, як правило, перебувають поза сферою його впливу, відносять: недосконалість законодавства у сфері регулювання діяльності підприємства, відсутність об'єктивної інформації про ринок, відсутність стійкої виробничо-господарської діяльності контрагентів, інтернаціоналізація підприємств. Внутрішні фактори, що виникають усередині підприємства і пов'язані з помилками керівництва та персоналу, включають: нечіткість і заплутаність функціональних обов'язків служби маркетингу, відсутність дієвого механізму мотивації праці відділу маркетингу, низький рівень компетентності працівників відділу маркетингу, недостатність знань.

Маркетингові фактори повинні бути узгодженими, доповнювати один одного і бути спрямованими на досягнення однієї мети – зростання маркетингового потенціалу, що дасть можливість підвищити ефективність використання ресурсів підприємства для досягнення корпоративних цілей та зміцнення ринкових позицій шляхом збільшення потужностей його виробництв.

Розвитку маркетингового потенціалу сприяє підвищення рівня кваліфікації персоналу, наприклад, його сертифікація, удосконалення інформаційної системи підприємства, власної збутової мережі і т. д. Систематизація знань внутрішніх та зовнішніх факторів маркетингового потенціалу впливає на процес формування та підвищення прибутковості підприємства. На основі аналізу факторів впливу маркетингового потенціалу з використанням SWOT-аналізу, виявляються

безпосередні фактори успіху і чинники негативного впливу оточення на прибутковість підприємства.

Отже, маркетинговий потенціал являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх можливостей максимально задовольняти потреби споживачів у продукції (послугах), безпосередньо і опосередковано сприяє розкриттю і розвитку загального потенціалу підприємства, при цьому збільшуючи темпи зростання обсягів продажу, прибутку і підвищення рентабельності виробництва за умов більш повільного збільшення собівартості виробництва продукції, ніж зростання ціни у зв'язку з підвищенням її якості або зниження собівартості одиниці продукції при незмінній якості. Тому однією з важливих передумов підвищення прибутковості підприємства є зростання його маркетингового потенціалу, що потребує ретельного вивчення і максимального використання усіх існуючих для цього можливостей.

УДК 657

*Смірнова Н.В., к.е.н., доц.  
Нестеренко В.В., магістрант  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **МІСЦЕ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ**

Будь-який процес та діяльність потребують забезпечення, відсутність якого унеможливорює реалізацію як діяльності в цілому, так і окремого процесу зокрема. З огляду на вагомість і особливу роль забезпечення у функціонуванні суб'єктів господарювання можливо виділити його види, як інформаційне, технічне, організаційне, кадрове та методичне. В сучасних умовах господарювання важлива роль приділяється всім складовим забезпечення діяльності суб'єктів господарювання. Однак, вважаємо, що саме інформація є основним чинником, який має першочергове значення для управління та впливає на господарські процеси на макрорівні (державне управління, нормативно-правову базу, регулювання різних сфер і галузей народного господарства) і мікрорівні (прийняття інвестиційних рішень, розширення обсягів діяльності, цінова та кредитна політика).

Стійкий розвиток малих підприємств залежить від широкої інформованості керівництва про фінансово-господарську діяльність підприємства, оскільки своєчасна та якісна інформація забезпечує прийняття інформаційно обґрунтованих оперативних та стратегічних рішень, забезпечує об'єктивну оцінку досягнутих результатів та розробку стратегії подальшого розвитку в стабільних і кризових умовах господарювання.

Дослідження механізму інформаційного забезпечення дозволяє сформулювати його наступне визначення: організація процесу збору, обробки, узагальнення і збереження економічної інформації та передачі її між різними структурними

підрозділами управлінської служби з метою її використання для виконання функцій, що поставлені перед системою управління для стабільного функціонування і розвитку підприємства.

Аналіз процесу інформаційного забезпечення управління дозволяє виділити основні фактори, які мають суттєвий вплив на формування та реалізацію процесів забезпечення управлінського персоналу своєчасною та достовірною інформацією, – структура та розміри управлінської системи та процеси руху інформаційних потоків в межах даної системи.

Дослідження поняття інформаційного забезпечення в рамках системи управління та механізму взаємодії окремих складових такого забезпечення дозволяє виокремити фактори, впливу на побудову системи управління малого підприємства: цілі та мета діяльності підприємства, форма власності, галузь та сфера діяльності, обмежені масштаби підприємства та незначні обсяги виробництва та асортименту продукції, обмежені фінансові можливості керівництва підприємства, менш формальний стиль управління підприємством, підвищений ризик підприємницької діяльності, освітньо-кваліфікаційний рівень працівників підприємства, обмеженість фінансових можливостей малих підприємств.

Для малого підприємства створення раціональної структури управління є складним завданням, оскільки управління повинно здійснюватися з урахуванням організаційних, економічних, фінансових, психологічних і соціальних факторів. Зазначені фактори забезпечують різний ступінь впливу на формування структурних елементів системи управління, однак врахування повного комплексу виділених факторів збільшує ймовірність формування найбільш прийнятної управлінської структури для конкретного підприємства з мінімальними матеріальними та трудовими затратами.

Недостатній рівень інформаційного забезпечення системи управління призводить до прийняття неправильних управлінських рішень, неоптимального використання внутрішніх резервів підприємства, зростання ризику підприємницької діяльності, недооцінки рівня попиту і пропозиції на ринку товарів і послуг та ін. А відтак, рівень інформованості підприємства та можливість ефективного і швидкого оцінювання отриманої інформації стає одним з критеріїв оцінки стабільності підприємства, найважливішим чинником виживання в боротьбі з конкурентами та більшими за розмірами підприємствами.

Обліково-аналітичне забезпечення є складовою інформаційного забезпечення підприємства і представляє собою цілісну інформаційну систему, мета якої – забезпечення якісною та своєчасною економічною інформацією зацікавлених зовнішніх і внутрішніх користувачів з метою прийняття інформаційно обґрунтованих управлінських рішень для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Основним джерелом обліково-аналітичного забезпечення є дані бухгалтерського обліку. На малих підприємствах повна, достовірна, актуальна та своєчасна інформація – це залог стабільної діяльності, оскільки необхідність пристосування до мінливих умов господарювання потребує наявності широкого обсягу інформації про зовнішнє середовище. А оскільки, підприємства малого

бізнесу більш чутливі до змін економічної і політичної ситуації в країні, коливань економічної кон'юнктури, законодавства, діяльності фінансово-кредитної системи, рівня державної підтримки – інформаційне забезпечення управління діяльністю, що ґрунтується на зборі та обробці економічної інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень має велике значення.

Малі підприємства повинні здійснювати організацію бухгалтерського обліку на власних підприємствах з огляду на обрану облікову політику.

УДК 657

*Смолева Т.М., головний спеціаліст  
Управління молоді та спорту  
Міської ради  
м. Кропивницький*

## **ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ**

Інформаційне забезпечення фінансового менеджменту це процес створення інформаційних умов функціонування системи фінансового менеджменту, забезпечення її необхідними даними, застосування засобів пошуку, отримання, зберігання, накопичення, передачі, обробки інформації, організації банків даних тощо.

В умовах жорсткої ринкової конкуренції кожне підприємство перебуває під потенційною загрозою зниження прибутковості, неплатоспроможності, внаслідок чого його може очікувати банкрутство. У зв'язку з цим у сфері банківського кредитування актуалізуються завдання вироблення стратегії і тактики ефективного фінансового менеджменту.

У процесі банківського кредитування основну увагу слід приділити формуванню інформаційного забезпечення у частині обліково-аналітичного. Процес формування обліково-аналітичного забезпечення фінансового менеджменту передбачає надання оцінки різних аналітичних показників та створення їх цілісної системи з урахуванням інформаційних потреб фінансового менеджменту. При цьому, особливе значення мають показники фінансової звітності. Саме вони є основним джерелом економічної інформації для фінансового менеджменту. Але, використання лише абсолютних показників у ролі аналітичного забезпечення фінансового менеджменту має низку недоліків:

- неможливість порівняти ефективність та конкурентоспроможність підприємств;
- неврахування фактора інфляції;
- неможливість виокремлення ваги впливу різних чинників.

Ці недоліки ліквідуються шляхом використання відносних показників, які є результатом порівняння абсолютних величин. Використання відносних

показників (методики коефіцієнтного аналізу) можливо будь – яким суб'єктом господарювання. Визначення сукупності відносних показників як складового елемента інформаційного забезпечення фінансового менеджменту має ґрунтуватися на принципі мінімізації подвійного використання абсолютних показників.

Такий підхід дозволить розширити інформаційні можливості сформованої системи, уникнути подвійного врахування різних факторів та оптимізувати використання робочого часу.

Цілком сформувати повноцінне інформаційне забезпечення фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування за допомогою тільки відносних показників неможливо. Тому оптимальне інформаційне забезпечення фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування можливе за умови застосування системи відносних і абсолютних показників. При цьому серед абсолютних показників доцільно насамперед використовувати ті, що:

- застосовуються для розрахунку відносних показників;
- дозволяють сформувати тенденції змін.

За необхідністю (у випадку недостатньої повноти інформаційного забезпечення фінансового менеджменту) є доцільним провести розрахунки та сформувати додаткові відносні показники.

Найбільш поширеною сукупністю показників інформаційного забезпечення фінансового менеджменту є:

- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт оборотності запасів;
- рентабельність витрат;
- фондвіддача;
- коефіцієнт загальної ліквідності;
- коефіцієнт ліквідності грошового потоку.

До найсуттєвішого показника економічної результативності діяльності підприємства, який використовується при формуванні інформаційного забезпечення фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування, є чистий прибуток. Але, рівень його інформативності для вирішення поставлених перед фінансовим менеджментом завдань, як правило є недостатнім. У зв'язку з цим є доцільним використовувати показники рентабельності (рентабельність є відносним показником ефективності діяльності суб'єктів господарювання, який відображає відношення отриманого прибутку до наявних або використаних ресурсів).

Показники рентабельності достатньо різноманітні. Вибір доцільності застосування того чи іншого показника рентабельності залежить від цільової спрямованості завдання.

З метою з'ясування якості інформаційного забезпечення фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування є доцільним застосовувати фінансовий контроль. Сутність якого зводиться до процесу вивчення, порівняння, виявлення, фіксації проблем змісту і відображення в обліку господарських операцій. Фінансовий контроль є системою, яка складається з контролюючих суб'єктів, підконтрольних об'єктів та контрольних дій.

Повноцінне інформаційне забезпечення фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування неможливо без застосування методу рахункової перевірки бухгалтерських звітів і балансів. Цей метод дозволяє встановити достовірність відображення звітних показників, дозволяє виявити приписки та інші помилки тощо.

Ефективність фінансового менеджменту у сфері банківського кредитування у значній мірі залежить від якості кадрового забезпечення (професійного рівня фінансового менеджера). Професійний рівень фінансового менеджера визначається його професійними знаннями у відповідній сфері та вмінням їх використовувати на практиці; вмінням аналізувати фінансову звітність підприємства.

УДК 33:63

*Тарасюк А.В., к.е.н., доц.,  
Лелека Д.М., студент  
Херсонський національний технічний університет  
м. Херсон*

## **ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ХЕРСОНЩИНИ**

Актуальність теми дослідження обумовлена важливим місцем агропромислового комплексу в економіці Херсонщини, який забезпечує виробництво значного обсягу ВВП Херсонського регіону, та є одним з основних бюджетоутворюючих та експортоорієнтованих секторів регіональної економіки. Зростання рівня конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору регіону вимагає удосконалення аграрного виробництва на інтенсивній основі, що дозволить забезпечити продовольчу безпеку, а також реалізувати конкурентні переваги Херсонського регіону на світових продовольчих ринках.

Отже, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу Херсонського регіону є найважливішим завданням, від вирішення якого залежить забезпечення належного рівня продовольчої безпеки, насичення ринку власною сільськогосподарською і продовольчою продукцією.

Зростання конкурентоспроможності передбачає збільшення виробництва і підвищення якості продукції при одночасному зменшенні затрат праці та матеріальних засобів на одиницю продукції. Вирішення проблеми нерозривно пов'язане з подальшою всебічною інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва, та має важливе значення для агропромислового комплексу загалом.

Теоретичною і методологічною основою вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств являються роботи економістів І.Н. Герчикова, О.В. Єфімова, В.К. Збарського, С.В. Козаченко, В.І. Мацибори, Н.В. Нечепурного, П.Т. Саблука, В.К. Савчук, Р.С. Сайфуліна, А.Д. Шеремета, та ін. Проте постійний розвиток аграрного виробництва потребує додаткових комплексних досліджень цієї сфери.

Мета дослідження – вивчення основних напрямків зростання конкурентоспроможності підприємств агропромислового комплексу Херсонського регіону та обґрунтування пропозицій, що до підвищення ефективності діяльності підприємств аграрної сфери Херсонщини.

За останні роки в АПК країни спостерігаються кардинальні зміни: створено нові господарські структури з різноманітними формами власності, зокрема недержавні, які є добре пристосованими до сучасних умов.

Відбувається формування ринкової інфраструктури, продовжується подальший пошук напрямів підвищення ефективності виробництва підприємницької діяльності. Для успішного вирішення проблеми виведення з кризи і розвитку сільського господарства, створено необхідні передумови: здійснено перетворення у відносинах власності, насамперед у відносинах власності на землю, а також реорганізація і трансформація колективних сільськогосподарських підприємств в різноманітні підприємницькі формування з необхідною ефективною організаційно-правовою структурою.

Безпосередньо у Херсонській області станом на 1 листопада 2019 року кількість сільськогосподарських підприємств складала 2560 одиниць, з них 2070 – фермерських господарств.

Загальна площа земельних угідь становить 695445,26 га, з неї ріллі – 672243,05 га. В тому числі в користуванні у фермерських господарств знаходиться 219046,93 га, з них ріллі 212090,99 га.

Одним із головних факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств в аграрному секторі є обсяги виробництва сільськогосподарських культур. Головний резерв – це раціональне використання землі та підвищення врожайності вирощуваних культур.

Аналіз результатів діяльності агровиробництва по Херсонській області дав можливість встановити тенденцію зміни розмірів посівних площ під основними сільськогосподарськими культурами, а саме: у 2019 р. по відношенню до попереднього року різко зменшилась посівна площа під пшеницею – на 135,7 тис. га; житом – на 1,1 тис. га.; та ріпаком – на 9,4 тис. га. Проте значно збільшились посівні площі кукурудзи на зерно – на 5,6 тис. га.; соняшнику – на 93,7 тис. га.

Основними напрямами регіональної програми підтримки АПК на Херсонщині, за рахунок коштів державного бюджету, повинні стати:

- пряма бюджетна підтримка сільськогосподарських товаровиробників у вигляді субсидій, дотацій, компенсацій, де кошти спрямовувалися суміжним галузям, а також на підвищення платоспроможності товаровиробників і підвищення їх інвестиційної привабливості;

- підтримка короткострокового грошового кредитування сезонних витрат товаровиробників АПК на пільгових умовах;

- державна підтримка забезпечення підприємств й організацій агропромислового комплексу машинобудівною продукцією на базі довгострокової оренди (лізингу);

- спеціалізована державна підтримка з окремих напрямів: розвиток фермерства, створення сезонних запасів запасних частин, централізованих фондів насіння й ветеринарних препаратів і т. п.;



- державне безповоротне фінансування капітальних вкладень в АПК, а також інвестицій у межах централізованих у децентралізованих цільових програм;
- безповоротне фінансування інвестицій у межах цільових програм, що проводяться на конкурсній основі, а також надання державних гарантій щодо залучених інвестиційних кредитів;
- фінансування розвитку системи аграрної освіти й науки;
- спецрежиму оподаткування податком на додану вартість у сфері сільського та лісового господарства, а також рибальства – запроваджено розподіл позитивної різниці між сумою податкових зобов'язань ПДВ та сумою податкового кредиту ПДВ.

В аграрному виробництві Херсонського регіону можна виділити такі шляхи державної підтримки рівня конкурентоздатності агровиробників: стимулювання кредитних інструментів, забезпечення аграрного виробництва шляхом створення кооперативного аграрного банку, що забезпечить сприятливі умови для росту аграрного сектору регіону.

Фінансово-кредитні установи, які забезпечують фінансування виробників, повинні мати, розроблені регіональні програми пільгового оподаткування аграріїв регіону. Кредитні установи повинні розробити спеціальні кредитні продукти для аграрних виробників, які б забезпечили та задовольнили потреби їх потреби в додаткових фінансових ресурсах; удосконалення системи фінансових установ, щодо забезпечення лізингових відносин. Лізинг вигідний сільгоспвиробникам і виробникам техніки та переробним підприємствам, оскільки, одночасно є засобом розвитку виробництва, реалізації техніки, застосування досягнень наукового-технічного прогресу.

Таким чином, регіональне регулювання пріоритетного розвитку агровиробництва полягає у тому, що регіональна влада шляхом застосування правових, адміністративних та економічних важелів забезпечить підвищення рівня конкурентоспроможності, врегулює поведінку сільськогосподарського товаровиробника, визначить перспективи розвитку аграрної сфери регіону, виконає спрямовуючу роль щодо реалізації довготривалих програм регіонального розвитку.

Отже, одним із найважливіших факторів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери Херсонського регіону є економічна ефективність господарської діяльності. Підвищення ефективності господарської діяльності підприємства полягає в тому, щоб на кожну одиницю земельних, трудових, матеріальних та фінансових ресурсів можна було б досягнути максимально можливого обсягу виробництва.

#### **Список використаних джерел**

1. Саблука П.Т. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери : наукова доповідь / За заг. ред. акад. НААН П.Т. Саблука. – К.: ННЦ ІАЕ, 2017. – С. 254-267.
2. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г.В. Савицька. – К.: Знання, 2015. – 662 с.
3. Савчук В.К. Аналіз господарської діяльності сільськогосподарського підприємства / В.К. Савчук – К.: Вища школа, 2017. – 328 с.

4. Семенда Д.К. Аграрна економіка / Д.К. Семенда, О.І. Здоровцов, П.С. Котик. – У.: Умань, 2016. – 318 с.
5. Серединська В.М. Теорія економічного аналізу / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль: Астон, 2016. – 368 с.
6. Сіроштан М.А. Стратегічні цілі і моделі ефективної діяльності підприємства / М.А. Сіроштан, В.І. Потапов, М.І. Білявцев. – Х.: Око, 2017. – 216 с.

УДК 338:65

*Урсол Д.Ю., курсант,  
Ситник О.Ю., к.е.н., доц.  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АВІАКОМПАНІЇ**

У період економічної кризи, яка сьогодні вплинула на усі галузі економіки (не минаючи і авіатранспортні підприємства), сучасні компанії, намагаючись утримувати свої позиції на ринку, скорочують витрати на маркетинг та інновації. Але головною запорукою успішної діяльності авіатранспортних підприємств є саме маркетинг, який, з одного боку, ретельно вивчає ринок, попит, уподобання споживачів та їх потреби, а з іншого – активно впливає на формування потреб потенціальних і реальних клієнтів. Саме маркетингова діяльність є тим необхідним стратегічним елементом, що визначає відносини всередині організації та взаємодію з навколишнім середовищем. Тому, для підвищення ефективної діяльності авіакомпаній, головним завданням має стати не скорочення, а саме розробка обґрунтованої маркетингової політики на основі маркетингового аналізу, яка зможе забезпечити конкурентні позиції авіакомпанії на ринку авіаційних перевезень.

В сучасних умовах господарювання вітчизняних авіаційних підприємств причиною зниження прибутковості компаній є неефективна система управління маркетинговою діяльністю. Дослідженням проблем управління маркетинговою діяльністю присвячено праці таких науковців, як І.В. Мосійчук, І.Г. Клімова, А.В. Ткаченко, І.О. Щєбликіна, М.В. Волкова та ін. Питання оцінювання ефективності маркетингової діяльності знайшли відображення у роботах низки вітчизняних вчених-економістів, серед яких слід відзначити праці Л.В. Балабанової, В.А. Шаповалова, Н.В. Бутенка, Н.К. Моїсеєва, А.Ф. Павленко, Є.Б. Анфіногенова, В.А. Пархименко, Т.Є. Дерев'янченко, О.П. Лідовської, А. Резніченко та ін. Проте, питання комплексного вивчення управління маркетинговою діяльністю авіакомпанії як складової підвищення ефективності її управління в сучасних умовах міжнародної конкурентної боротьби не є достатньо вивченим.

У сучасних умовах ринкового середовища, яке має власні тенденції розвитку, та різкого падіння загального обсягу авіаперевезень, збільшується конкуренція на ринку авіатранспортних послуг. Тому, головними завданнями, які повинен вирішувати саме маркетинг у діяльності авіатранспортного

підприємства, є: комплексне вивчення ринку, планування кількості авіаційних послуг, розробка заходів для більш повного задоволення потреб, виявлення незадоволеного попиту та потенційних потреб, планування і залучення пасажирів, вплив на організацію та управління процесом перевезень. Кожна з цих функцій важлива сама по собі, однак саме їх поєднання і комплексне застосування в сукупності якраз і втілюють сутність маркетингу.

Слід зазначити, що управління маркетинговою діяльністю – це розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій та принципів, у результаті яких мають бути виявлені і задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток. В свою чергу, ефективність маркетингової діяльності полягає в тому, що маркетингові заходи, дослідження і методи повинні бути оптимальними. Під оптимальністю даних функцій маркетингової діяльності мається на увазі зменшення витрат, досягнення найкращих, виграшних порівняно з конкурентами, результатів у короткостроковій і довгостроковій перспективі.

Існують основні концепції, на основі яких підприємство управляє маркетинговою діяльністю, а саме: концепція вдосконалення виробництва, за якої споживачі будуть прихильні до поширених і доступних за ціною товарів, а як наслідок – компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу; концепція вдосконалення товару, за якої споживачі будуть прихильно відноситися до товарів, що пропонують найвищу якість, кращі експлуатаційні характеристики і властивості, тому компанія повинна зосередити свої зусилля на постійному вдосконаленні товару; концепція інтенсифікації комерційних зусиль стверджує, що споживачі не купуватимуть товари компанії в достатній кількості, якщо компанія не зробить достатніх зусиль у сфері збуту і стимулювання; концепція маркетингу стверджує, що запорукою досягнення мети організації є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішим і продуктивнішим, ніж у конкурентів способами; концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що завдання компанії – встановлення потреб і інтересів цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності ефективнішими і продуктивнішими способами з одночасним зміцненням благополуччя споживача і суспільства в цілому [1].

Варто виокремити, дві нові концепції, якими і слід керуватися керівництву авіакомпаній у сучасному конкурентному середовищі при роботі на міжнародних ринках, а саме: концепція інтегрованого маркетингу, сутність якої полягає в тому, що фірма повинна сама створити новий товар, нові технології і відповідно споживача та концепція стратегічного маркетингу, сутність якої полягає в тому, що необхідно орієнтуватися на конкурентів, їхні товари, характеристики товарів, ціни і т. д. Це дозволить авіакомпанії знайти свою позицію на міжнародному ринку і бути конкурентоспроможною.

Підвищення результативності управління маркетинговою діяльністю залежить від чотирьох основних складових будь-якого процесу управління: планування, організації, реалізації й системи контролю в авіакомпанії.

Зауважимо, що з метою вдосконалення процесу управління маркетинговою діяльністю та підвищення конкурентоспроможності, підприємствам необхідно

регулярно здійснювати оцінку ефективності маркетингу. Визначення ступеня ефективності управління маркетингової діяльності є невід'ємною частиною розробки стратегії підприємства, оскільки на основі визначення результативності маркетингових заходів вносяться корегування в існуючу систему операційних і тактичних заходів.

Ефективність маркетингової діяльності авіакомпанії залежить від наступних факторів: розробки і реалізації відповідної маркетингової стратегії з особливою увагою до позиціонування товарів; створення і найбільш ефективного впровадження інновацій; виконання маркетингової стратегії та тактичних заходів; ефективного управління зовнішніми агентствами, мотивації та реалізації маркетингових заходів; зовнішніх факторів сезонності, регуляторних тощо [4].

Підвищення ефективності маркетингової діяльності авіакомпанії повинно відбуватися по наступних самостійних напрямках маркетингу, до яких відносять такі: маркетинг-менеджмент (організація маркетингової діяльності підприємства); маркетингове планування, що включає в себе формування бізнес-плану підприємства та вибір стратегії маркетингу; проведення маркетингових досліджень; формування та реалізацію комунікаційної політики підприємства; розподіл та налагодження збуту виготовленої продукції; формування та підтримку діяльності інформаційних маркетингових систем; маркетинг науково-дослідних робіт та інноваційного процесу [2, 3].

Слід звернути увагу на те, що маркетингова діяльність, з одного боку, є тим дієвим інструментом, який дозволяє реалізовувати комерційні цілі авіакомпаній з урахуванням потреб сучасного ринку авіаперевезень, а з іншого – має вплив на основні економічні показники діяльності підприємства.

Таким чином, підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю авіаційного підприємства припускає дотримання наукових підходів і принципів менеджменту, а саме орієнтації будь-якої діяльності авіапідприємства на споживача у рамках концепції стратегічного управління маркетинговою діяльністю, тобто, в перелік пріоритетних завдань керівництва підприємства входить безперервна орієнтація діяльності підприємства в тих напрямках, що забезпечують його розвиток і рентабельність в перспективі ринку, що змінюється.

#### **Список використаних джерел**

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.
2. Курочкин Е.П., Дубинина В.Г. Управление коммерческой деятельностью авиакомпаний: Уч. пос. М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2009. 342 с.
3. Моисеева Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 2002. 304 с.
4. Нагапеньяц Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2007. 272с.

*Хомич В.О., магістрант*  
(науковий керівник – *Смірнова Н.В., к.е.н., доц.*)  
*Центральноукраїнський національний технічний університет*  
*м. Кропивницький*

## **ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧІ ВИТРАТИ: СУТНІСТЬ ТА РЕГЛАМЕНТУВАННЯ ОБЛІКУ**

Одним з актуальних питань обліку витрат виробництва, калькулювання собівартості продукції, є облік і розподіл загальновиробничих витрат, оскільки частка загальновиробничих витрат є досить вагомою у собівартості продукції. При цьому важливим є як правильне формування облікової політики у частині загальновиробничих витрат так і чітке і узгоджене нормативно-методичне забезпечення їх обліку.

Питанням сутності та регламентування обліку загальновиробничих витрат присвятили свої дослідження Бутинець Ф.Ф., Пушкар М.С., Щирба М.Т., Сук Л.К., Сук П.Л., Пархоменко В.М., Дерій В.А. та багато інших вчених. Однак дискусії серед науковців тривають, що спонукає до подальших досліджень.

Під загальновиробничими витратами розуміють витрати по обслуговуванню основного та допоміжного виробництва, управління виробництвом.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [1] передбачено, що не всі загальновиробничі витрати включають у виробничу собівартість продукції. Так, постійні нерозподілені загальновиробничі витрати не включають у виробничу собівартість, а відносять до собівартості реалізованої продукції. До виробничої собівартості належать змінні загальновиробничі витрати та постійні розподілені загальновиробничі витрати. До змінних загальновиробничих витрат належать витрати виробництва, що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно до зміни обсягу діяльності. До постійних загальновиробничих витрат відносять витрати на обслуговування та управління виробництвом, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягу діяльності.

Систематизація нормативного регулювання бухгалтерського обліку загальновиробничих витрат із врахуванням рівнів регламентації показала, що існує декілька підходів до регламентування обліку загальновиробничих витрат і точка зору кожного автора є виправданою і обґрунтованою. У науковій літературі можна зустріти класифікацію нормативного регулювання за трьома, чотирма та п'ятью рівнями.

Дослідження нормативного регулювання обліку будь-якого його об'єкта має відбуватися із врахуванням ієрархії нормативів.

Враховуючи існуючі напрацювання вчених [2] та виходячи з необхідності виявлення і урахування характерних особливостей нормативно-правового регулювання представимо нормативно-правове регулювання обліку загальновиробничих витрат за п'ятирівневою системою (рис.1).



Рис. 1. Нормативно-правове регулювання бухгалтерського обліку загальновиробничих витрат

Отже, регламентування обліку загальновиробничих витрат є досить широким. Воно чітко структуроване за ієрархією управління. Кожен рівень

управління нормативним регламентуванням представлений нормативами, які узгоджені та не суперечать один одному. За таких умов, суб'єкти господарювання мають всі можливості формувати ефективну облікову політику щодо загальновиробничих витрат, організувати чітку систему обліку загальновиробничих витрат, що необхідно формалізувати у внутрішніх регламентах.

#### Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 16 «Витрати», затверджений наказом Міністерства України від 31.12.1999р. № 318 // бухгалтерський облік в Україні: нормативна та методична база. Київ: Центр навчальної літератури, 204 – 318 с.

2. Лисенко А.М. Система нормативно-правового регулювання обліку та аудиту загальновиробничих витрат підприємства / А.М. Лисенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. 27. – С. 234-245. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu\\_e\\_2015\\_27\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2015_27_30)

УДК33:004

*Чумаченко О.С., к.т.н, доц.,  
Козинський Р.А., студент гр. ЕП18-3ск  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ІНСТРУМЕНТАМИ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Конкурентні переваги підприємства (продукту) (КПП) – це результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку таких якісних та кількісних властивостей продукту, які є важливими для покупця. Процеси формування і розвитку конкурентних переваг продукту реалізуються функціональними сферами діяльності підприємства: виробничою, фінансово-інвестиційною, маркетинговою, науково-дослідних розробок та інноваційною [1, 2].

Значна частина дослідників, наслідуючи Портера М., називають базовими дві конкурентні переваги: більш низькі витрати, які дозволяють встановлювати більш низькі ціни й отримувати більш високі прибутки, і диференціацію (унікальність) товару, яка забезпечить найвищу споживчу цінність. Спірідонов І. зазначає, що ці конкурентні переваги властиві саме товарам.

Дослідження Холла В., який вивчив конкурентні стратегії двох провідних підприємств для випадку восьми зрілих галузей, які характеризувались повільним зростанням і сильною конкуренцією, показали, що у випадку кожної галузі два підприємства-лідера або пропонували високу диференціацію товарів, або мали найнижчі фактичні витрати. Здебільшого підприємство-лідер орієнтувалось на одну з названих конкурентних переваг, у той час як підприємство, що займало друге місце, використовувало іншу конкурентну перевагу.

Дослідники Коупленд Т., Коллер Т. і Мурін Д. свідчать про важливість більш продуктивного порівняно з конкурентами використання капіталу. Хессіг К. і Азоев Г. значну увагу приділяють часовому фактору, тобто швидкості реагування на потреби ринку, і виокремлюють його як одну з ключових КПП.

Щоб характеристики підприємства набули конкурентних переваг, вони повинні відповідати таким критеріям:

1) ці характеристики є значущими з точки зору умов конкуренції в галузі і вимог ринку, повинні відповідати ключовим факторам успіху;

2) вони мають бути стійкими за умов динамічного ринкового середовища і неприступними для легкого відтворення конкурентами;

3) ці характеристики повинні бути наочними для споживачів, підприємство має використовувати їх при розробці своєї маркетингової і, зокрема, рекламної стратегії.

На сьогодні ефективним інструментом вирішення зазначених задач маркетингової і рекламної стратегії, зв'язку зі споживачами, вивчення їх потреб, зменшення витрат на рекламу, просування бренду та зменшення витрат може стати Instagram-акаунт, чому сприяє збільшення кількості функцій та можливостей Instagram. Серед найяскравіших функцій – Instagram Stories і прямі трансляції. Популярність соцмережі обумовлена просто: візуальний контент, запропонований розробниками Інстаграм, найбільше цікавить широку аудиторію і дає більше можливостей для самовираження. Це помітили як більшість світових брендів, так і представники малого бізнесу [3].

Просування бренду в Інстаграм має суттєву відмінність від простого користування. За результатами досліджень користувачі-початківці власники сторінок Інстаграм створюють повідомлення декілька разів у день – 22,2%, декілька разів у місяць – 22,2%, безсистемно – 55,6%. В той час маркетолог, задача якого – просування продукту в Інстаграм за допомогою активності і крос-промо, щоб збільшити кількість людей, підписаних на акаунт, повинен виконувати наступні системні дії:

- регулярно розміщувати дуже цікавий, оригінальний контент – 100%;
- також пропонувати конкурси, розіграші, роздавання призів, марафони;
- розробляти партнерські програми з іншими користувачами.

Останнім часом для здобуття популярності акаунта необхідна сформована стратегія та чіткий контент-план розміщення зображень та історій, графік постінгу та визначені рубрики.

В бізнесі авторам Інстаграм-аккаунта, що представляє певний продукт чи компанію, необхідно вирішувати щоденні задачі, йти до чітко визначених цілей та отримувати конкретні результати. Просування в Instagram стає ефективним маркетинговим інструментом. Роботу маркетолога, який веде Insta-аккаунт компанії полегшують інструменти автоматичного постінгу для системного планування виходу певних фото постів, врахування часових зон та отримувати детальну аналітику [4].

Це дозволяє своєчасно коригувати та посилити бізнес-стратегію і просування в Інстаграм. Досвід різних компаній свідчить про високу ефективність просування Insta-акаунта при системному застосуванні ряду підходів, які сприяють росту зацікавленості потенційних клієнтів [5]:



- використання назви бренда для назви Instagram-сторінки;
- головне фото профіля повинно містити логотип та відображати філософію компанії;
- вся інформація профіля повинна бути чіткою та конкретною, містити посилання на сайт;
- автоматична інтеграція акаунта, фото контенту в Facebook (крос-пости збільшують перегляди та репости) та іншими соцмережами;
- чітко продумана стратегія просування, визначена цільова аудиторія, підготовлені 10 постів так, щоб читачі хотіли читати наступні, дотримання плану публікацій, оригінальна позиція бренда;
- цікаві картинки і відео, прямі трансляції live video; наявність живих фотографій, коли за гарними картинками є жива людина; більше світла та сині кольори привабливіші, ніж червоно-оранжеві; ефективно для бізнесу – ділитись фотографіями та коментарями із позитивними відгуками про бренд, що показує цінування кожного клієнта, які розміщують на своїй стрічці вашу інформацію;
- використання відео про виробничий процес, несподіванки та сюрпризи з життя бренда; інформування про події, відкриття нових підрозділів;
- залучення аудиторії до комунікації, пропонувати питання для обговорення, закликання до дій, прохання лайкати, фотоконкурси від бренда; створити пости із мотивуючими цитатами;
- використання хештегів перш за все поширених щоб сторінка відображалась в загальному пошуку; для бізнес-акаунта фірмовий хештег, який користувачі зможуть зазначати при покупках, що багаторазово збільшує видимість сторінки в Instagram;
- коментарі, огляди від прихильників; постійне відстежування коментарів, обов'язкове реагування на негативні відгуки; аналіз результатів, моніторинг росту переглядів, коментарів, репостів;
- моніторинг нових можливостей сприяє росту обсягів продажу; активне просування сторінки в інших соцмережах, пропозиції познайомитись та приєднатись; на кожні 100 лайк підписується 6 нових осіб; домовленість із популярним блогером на рекламу вашого профіля чи товару;
- використання фільтра Mayfair, який входить в перелік The Fortune 500 Instagram, як кращий вибір для маркетологів;
- публікації по вихідних, коли інші малоактивні і зростає вірогідність, що більша кількість осіб побачать ці фото, зростає; серед тижня публікації отримують багато уваги та лайків;

*Висновок.* За допомогою Instagram можна проінформувати велику кількість людей про унікальну корисність і відмінні якості продукції підприємства, познайомити з брендом і зробити клієнтами. Ця мережа продовжує рости: кожного місяця реєструються мільйони нових користувачів, і ця тенденція не лише країн СНГ, але й всього цивілізованого світу. Тому розробка Instagram профіля – відмінна можливість онлайн просування бізнесу у будь-якій галузі. Важливим є мінімальний бюджет на рекламу в цій соцмережі та переваги безмежного поля для креативу.

## Список використаних джерел

1. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
2. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: моногр. / Я.Д. Качмарик, П.О. Куцик, Р.Л. Лупак, І.Я. Качмарик. – Львів: Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.
3. Продвижение в Инстаграм: как сделать, чтобы бизнес-аккаунт «выстрелил»? <https://www.cossa.ru/276/152230/>
4. 40 советов, как раскрутить свой Instagram [https://elle.ua/stil-zhizni/blog\\_stil\\_zhizni/40-sovetov-kak-raskrutit-svoy-instagram/](https://elle.ua/stil-zhizni/blog_stil_zhizni/40-sovetov-kak-raskrutit-svoy-instagram/)
5. Продвижение аккаунта в Инстаграм <https://bobmedia.md/blog/7-sposobov-raskrutki-instagram/>

УДК 33

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,  
Бондарчук Ю.П., к.і.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## ЕКОНОМІЧНІ ЗАКОНИ СПОЖИВАННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

При плануванні та реалізації збуту слід враховувати й економічні закономірності поведінки покупця. Розглянемо загальні закони, що визначають обсяги споживання.

Економічні правила людської поведінки в сфері споживання детально описані в багатьох наукових роботах, серед яких слід виокремити «Micromotives and Macrobehavior» Т. Шеллінга, що можна перекласти як «Мікромотиви та макробіхевіоризм», та «Powerful Consumer» Г. Катони, або «Енергопотужний споживач».

Загальна закономірність споживання Енгеля засвідчує, що разом зі зростанням доходів зростає загальний рівень витрат і споживання.

Перший закон Енгеля доводить, що зі зростанням доходів зростає споживання як продовольчих, так і непродовольчих товарів, проте темп зростання споживання перших менший за темп зростання споживання непродовольчих товарів [1, с. 129]. Висновок: у процесі зростання доходу, частка витрат на продукти харчування в структурі загальних витрат відносно зменшується.

Розширений закон Енгеля (закон Енгеля – Шваба/Райта) стосується вже зазначених загальних питань і визначає, що:

- частка витрат на одяг і взуття не зазнає суттєвих змін (зростання витрат пропорційне зростанню доходів);
- відносно сталим залишається розмір витрат на комунальні послуги, який не залежить від рівня доходу;
- в процесі зростання доходів зростає частка витрат на предмети тривалого користування, послуги, навчання, відпочинок тощо (тобто на всі товари, не зазначені в двох попередніх пунктах).

Другий закон Енгеля. Згідно з ним, витрати на предмети розкошу чи заощадження люди роблять лише за високого рівня доходів, що перевищує рівень, необхідний для задоволення основних потреб. Нормальним (необхідним) вважається рівень життя, при якому раціональні кошти фізичного споживання не перевищують 80% доходу, а решту становить так званий вільний дохід.

Категорія капіталу вільного розпорядження Г. Катони. Йдеться про додатковий дохід, який набуває купівельної сили вільного розпорядження в руках споживачів після закупівлі основних товарів.

Закон Райта свідчить, що заощадження з'являються та зростають разом зі зростанням доходу.

Закон Сіні полягає у тому, що витрати на продукти харчування змінюються в арифметичній прогресії, в той час як витрати на інші цілі – в геометричній прогресії, а напрямок їхніх змін є зворотним до напрямку змін витрат на продукти харчування.

Закон Паретто стверджує, що, чим вищі доходи отримує одна особа – тим менше отримує інша. При цьому перейти до групи більш забезпечених осіб значно простіше особі, яка вже досягла високого рівня доходів, ніж особі з низькими доходами; а простота цього переходу зростає пропорційно до кількості грошей, які вони мають в своєму розпорядженні [2, с. 49].

Закон Метьюза говорить про те, що багаті стають чимраз багатшими, закон співзвучний другій частині закону Паретто.

Закон суб'єктивної вартості грошей Буффона стверджує, що вартість грошей дорівнює їх зворотній величині і визначається за формулою:

$$C = 1/a - 1/a + v \quad (1)$$

де  $C$  – одиниця вимірювання суб'єктивного задоволення;  
 $a$  – кількість грошей, що знаходиться у розпорядженні;  
 $v$  – приріст грошових коштів, які є у розпорядженні.

Повторюваність попиту і витрат. Це правило зауважує, що чим вищою є потреба, яка задовольняється тим рідше повторюються попит і витрати. Найчастіше повторюваність стосується витрат на продукти харчування для задоволення біологічних потреб.

Закон попиту Маршалла – ринковий виразник закону вартості, який свідчить, що попит на даний товар зростає зі зниженням ціни, причому зв'язок між зниженням ціни і зростанням попиту не є сталим. Він залежить від таких чинників, як: рівень ринкового забезпечення, кількість доступних замінників, розмір купівельної спроможності споживачів тощо [3]. Закон попиту Маршалла є основним регулятором так званих пропорційних ефектів, які існують у вигляді цілої пропорції окремих ринкових чинників.

Парадокс Гіффена полягає у зростанні споживання як реакції на зростання ціни, але лише по відношенню до основних товарів в якості непрямого майна, так званого майна Гіффена, необхідного для існування бідних людей.

Ефект демонстрації: моделі споживання, властиві членам групи з вищими доходами чи з вищим суспільним престижем, повсюди наслідуються людьми, що належать до груп з нижчими доходами, чи тими, що знаходяться на нижчому соціальному рівні.

Ефект зсуву виникає при зменшенні реальних доходів. Реалізується в наступному порядку: ефект шоку – ефект зсуву – ефект звикання. Це означає, що ефект зміни ціни призводить до шоку, який полягає у короточасному утримуванні від купівлі за новими цінами, після чого з'являється прагнення зберегти за будь-яку ціну попередній рівень споживання [4]. Лише через певний час споживач, пристосовуючись, вносить зміни до рівня і структури споживання.

Парадокс Веблена полягає у зростанні попиту на предмети розкошу під впливом цін, що зростають. Це явище стосується перш за все товарів, елітарність яких підкреслюється зростанням цін, і, таким чином, стає поштовхом для купівлі.

Закон (ефект) Кінга стверджує, що зміна пропозиції товарів з низькою еластичністю попиту призводить до непропорційної зміни цін: загальне зниження цін пропорційно більше, ніж зростання пропозиції.

Ефект Шеферда (трансмисії торгового сектора) полягає в тому, що падіння цін для сільськогосподарських виробників у процентному виразі відбивається більш негативно і глибоко, ніж на торговцях продуктами харчування. Причиною цього є постійність витрат у торгових націнках. У результаті будь-які коливання цін на продукти харчування непропорційно відчутно б'ють по сільськогосподарських виробниках і споживачах, приносячи прибутки торговому сектору.

Категорія комплементарності (взаємодоповнення). Комплементарність – це взаємне, неконкурентне доповнення різних споживчих вартостей. Слід розрізняти технічну комплементарність (очевидну й безпосередню) і комплементарність психічну (приховану й опосередковану). Йдеться про зміни цін на взаємодоповнюючі товари, наприклад: автомобілі та бензин. Так, підвищення цін на бензин може суттєво зменшити попит на автомобілі.

Категорія заміщення, яка є зворотною до категорії комплементарності, тобто взаємна конкурентна замінюваність товарів. В залежності від реакції на зростання цін, цю категорію поділяють на заміщення:

- 1-ї групи, коли одну потребу можна задовольнити одним товаром;
- 2-ї групи, коли багато різних потреб можна задовольнити одним товаром;
- 3-ї групи, коли йдеться про загальне зменшення товарів одночасно з обмеженням доходів покупців і необхідністю вибору одних і відмови від інших товарів.

### Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.

2. Яковенко Р.В. Суб'єктивістські доповнення до законів попиту і пропозиції / Р.В. Яковенко, І.І. Бідна // Materialy VII mezinarodni vedecko–prakticka konference [«Veda a technologie : krok do budoucnosti – 2011»]. (Прага, Чехія, 27 лютого – 5 березня 2011 р.). – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2011. – Dil 7 : Ekonomické vedy. – С. 46-49.

3. Яковенко Р. Фундаментальні економічні закони споживання (частина 1). Рідний край : веб-сайт. URL: <https://rk.kr.ua/fundamentalni-ekonomichni-zakoni-spozivannja-chastina-1> (дата звернення: 02.04.2020).

4. Яковенко Р. В. Економічні закономірності поведінки покупця. Тусовка : веб-сайт. URL: <https://tusovka.kr.ua/news/2018/06/18/ekonomichni-zakonomirnosti-povedinki-pokupcsja> (дата звернення: 02.02.2020).

## СЕКЦІЯ «ЗОВНІШНЯ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ»

УДК 331:31

*Лазарев А.М., курсант,  
Смутчак З.В., д.е.н., доц.  
Льотна академія національного авіаційного університету  
м. Кропивницький*

### **ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗА УМОВ МІГРАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

Надмірна чутливість до змін зовнішнього середовища та ступеню інтенсивності окремих економічних процесів, що у ньому виникають є однією з характерних особливостей підприємств, що сьогодні функціонують у ринковій економіці. Це змушує підприємства формувати більш гнучку політику та структуру управління підприємством, здатну генерувати швидкі та дієві рішення проблем, що виникають у нестабільному економічному середовищі. Питання напряму стосується і такого важливого аспекту управління підприємством як кадрова політика. Складною стає ситуація, яка змінила економічну поведінку як роботодавців, так і самих найманих робітників за умов масової трудової міграції робочої сили до країн Європейського Союзу, відсутності фінансових, інвестиційних, податкових стимулів до створення та розширення промислових підприємств. Саме тому перед більшістю українських підприємств постають нові виклики, пов'язані з виробленням нових підходів до організації кадрового забезпечення та взаємодії всередині формальних та неформальних груп в організації. За цих умов актуальності набуває використання більш сучасних методів мотивації, а саме їх оптимальних поєднань задля досягнення максимального економічного ефекту [1].

Нагадаємо, що однією зі складових стабільного довгострокового зростання (одночасно з новими технологіями через інновації) визначається саме трудовий потенціал підприємства. Виходячи з цих міркувань, увага повинно акцентуватись на формуванні трудового потенціалу та ефективному його використанні. В контексті зазначеного, відмітимо, що цьому сприяє не лише якісна освіта на всіх рівнях та здатність проводити науково-дослідну роботу безпосередньо на підприємствах [2]. Основним інструментом, завдяки якому можна поліпшити ефективність кадрової політики та мінімізувати негативні впливи проблем, що тягне за собою висока мобільність робочої сили, є розробка та комплексне застосування різних методів мотивування [1].

Трудова міграція в Україні є результатом незадоволення рівня заробітної плати, заборгованості по заробітній платі, низького рівня соціальної захищеності людей, великої кількості випускників ВНЗ при недостатній кількості робочих місць та високого рівня безробіття в країні. Ці причини щороку збільшують кількість трудових мігрантів, а найчастіше кваліфікованих працівників, які своїми знаннями і вміннями розвивають економіку інших країн. Метою

міждержавного переміщення трудового потенціалу є прагнення до поліпшення матеріального стану і це залишається незмінним, як правило, в тривалій історичній перспективі. Щодо форм міграційних процесів, то вони змінюються залежно від багатьох обставин. Сучасна міграція набула тимчасового характеру: мігранти здебільшого мають намір по закінченні певного строку повернутися на батьківщину. Таким чином, істотною рисою сучасної міжнародної трудової міграції є ротаційний характер. Дослідники цієї проблеми відмічають, що ротація буває прискореною і уповільненою. У прискорену (до 3 років) потрапляє вся завербована і ретельно відібрана іноземна робоча сила, уповільнена – триває довше і охоплює працівників, відібраних уже в процесі виробництва. На їхню частку, як правило, припадає не більше як 30 % усієї чисельності працівників-мігрантів [3].

Аналізуючи проблеми підприємств у кадровій політиці, можна стверджувати про більшу зацікавленість персоналу саме у матеріальних засобах мотивації, що пояснюється складним матеріальним становищем населення, ростом інфляції та загальних витрат на забезпечення особистих потреб. У такому випадку матеріальний фактор буде переважати в мотиваційній політиці підприємства. Соціально-економічне становище країни є істотним фактором впливу на особливості кадрової політики, це змушує людей надавати перевагу матеріальним благам над духовними. Основними напрямками, які визначають особливості здійснення процесу мотивування на підприємстві є індивідуальний характер заходів, соціальна орієнтованість та повнота впроваджуваних новацій. Успішність будь-якої мотивації на пряму залежить від прийняття персоналом філософії організації паралельно комплексним уявленням менеджерів про специфіку її діяльності та внутрішніх взаємовідносин між формальними та неформальними групами у колективі [1].

Враховуючи несприятливу демографічну ситуацію в країні, стрімке старіння населення і невідворотний в недалекому майбутньому дефіцит робочої сили, міграційними викликами і загрозами нехтувати не можна. Лише успішне реформування та розвиток України може бути реальним запобіжником втрат населення, спричинених міграцією, з метою забезпечення прав та інтересів держави та її громадян в процесі міграції першорядної ваги набуває удосконалення міграційної політики, врахування міграційних проблем у стратегічному плануванні.

### Список використаних джерел

1. Шашина М.В. Формування мотиваційної складової кадрової політики підприємства в умовах високого рівня мобільності робочої сили. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.agrosvit.info/pdf/3\\_2019/8.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/3_2019/8.pdf)
2. Romer P. Endogeneous Technological Change // The Journal of Political Economy. – Vol. 98, No.5, Part 2. – 1990. – p. 71-102.
3. Ткач В.Ю. Європейський ринок праці в системі міжнародної міграції трудових ресурсів / В.Ю. Ткач // Економіка АПК. – 2005, № 2. – С. 138-143.

*Лучик С.Д., д.е.н., проф.  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Чернівці,  
Лучик М.В., к.е.н.  
Київський кооперативний інститут бізнесу і права  
м. Київ*

## **ЗОВНІШНЯ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ТА ЇЇ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Міграція населення є об'єктивною реальністю і підпорядковується у всьому світі загальним закономірностям і тенденціям. Зовнішня або міжнародна міграція визнана світовою спільнотою глобальним явищем, що впливає на всі сторони життя: на демографічну ситуацію, економіку, фінанси, питання міжнародної безпеки. Внутрішня міграція найбільш впливає на демографічні характеристики регіонів, зокрема, чисельність населення, його розміщення, статево-вікові характеристики, і, як наслідок, на можливості динамічного розвитку економіки територій.

Основними закономірностями міжнародної міграції можна вважати:

- економічні причини міграції;
- зростання масштабів міграції разом з розвитком промисловості, торгівлі і особливо транспорту;
- поступовий динамічний розвиток трудової міграції;
- розширення великих міст та високої концентрації населення в них.

На інтенсивність внутрішньої міграції в країні впливають такі показники соціально-економічного розвитку регіонів як:

- рівень регіонального економічного розвитку;
- параметри рівня життя населення регіонів;
- рівні розвитку і доступність об'єктів соціальної інфраструктури в регіонах;
- рівень злочинності.

За оцінками ООН, число міжнародних мігрантів у світі швидко зростає. До середини 2019 р. їх кількість досягла майже 272 млн осіб проти 174 млн у 2000 р. і 153 млн в 1990 р., збільшившись з початку століття майже на 56%, а порівняно з 1990 р. – на 78%. Значний приріст міжнародної міграції спостерігався у 2005-2010 рр., коли її обсяги збільшилися на 29,2 млн осіб, або на 15,2%. Для порівняння: за 2000-2005 рр. – на 18,0 млн осіб або 10,4%, 2010-2015 рр. – на 28,1 млн осіб, або 12,7% відповідно. Щодо частки міжнародних мігрантів в загальній чисельності населення світу, то вона збільшилась з 2,8% (2000 р.) до 3,5% (2019 р.) [1].

З огляду на стійкий характер економічної і демографічної асиметрії світового розвитку в найближчі десятиліття очікується подальше збільшення чисельності мігрантів. Міжнародна організація з міграції (МОМ) прогнозує, що до 2050 р вона може досягти 321 млн осіб (при збереженні нинішньої частки мігрантів у чисельності населення) [2, р. 2].

Головною причиною міжнародної міграції є значний розрив між рівнем економічного розвитку, розміром заробітних плат і умовами життя в країнах ЄС і країнах, що розвиваються. До останніх слід віднести Україну, а, отже українці продовжать шукати кращого життя за кордоном. За різними оцінками, 1,3-5 млн трудових мігрантів-українців працюють в інших країнах. У міністерстві соціальної політики кажуть, що кількість постійних трудових мігрантів з України становить 3,2 млн осіб, але через сезонний характер цього явища в процес може бути залучено 5-7 млн чоловік [3].

Права та законні інтереси українських трудових мігрантів за кордоном захищає Закон України «Про зовнішню трудову міграцію» (2015 р.), згідно якого трудові мігранти і члени їхніх сімей можуть добровільно брати участь у системі загальнообов'язкового державного соціального страхування країни, мають право на пенсійне забезпечення відповідно законів України та міжнародних договорів у сфері пенсійного забезпечення, їм гарантовано держане піклування про дітей та інших членів сімей, які перебувають на утриманні трудових мігрантів та залишаються на території України [4]. В свою чергу трудові мігранти підтримують економіку своєї країни значними грошовими переказами, які за даними Національного Банку України, в 2018 р. склали 11,1 млрд. доларів США, що становило 8,5% ВВП держави. В розрізі країн найбільша частка переказів надійшла з Польщі (33,8%). Значними також були перекази з Росії (9,8%), США (7,8%), Чехії (7,6%), Італії (4,4%) [3].

В цілому у світі станом на кінець 2018 р. сума переказів міжнародних мігрантів перевищила 688 млрд. доларів США [5]. У 2000 р. суми переказів були в 5,4 рази менше (менше 127 млрд. доларів США). Особливо швидко росли обсяги грошових переказів в країни, що розвиваються, які збільшилися в 6,5 рази (з 76 млрд. доларів США в 2000 р. до 498 млрд. доларів США в 2018 р.), у тому числі в найменш розвинені країни – в 7,4 рази (з 6 до 46 млрд. доларів США).

Незважаючи на те, що заробітчани підтримують економіку країни своїми грошовими переказами, трудова міграція в Україні надзвичайно загострює демографічну ситуацію, посилює кадровий голод і соціальну напруженість. Так, на сьогодні Україна входить в ТОП-3 країн за темпами скорочення населення (разом з Японією і Росією). Якщо станом на 01.01.2011 р. чисельність наявного населення в Україні становила 45778,5 тис. осіб, то на 01.01.2020 р. – лише 41902,4 тис. осіб. Загальне скорочення населення за 2019 р. склало 250785 осіб, у тому числі з природних причин – 272297 осіб, а міграційний приріст склав 21512 осіб [6]. Найбільше природне скорочення населення відбулось в Дніпропетровській, Донецькій, Харківській, Запорізькій, Київській і Полтавській областях.

На думку експертів, значною проблемою міжнародної трудової міграції в Україні є низькі можливості країни щодо заміщення трудових ресурсів. Не залишилося жодної галузі національної економіки, в якій гостро не стояло б кадрове питання. Якщо у 2010 р. середньооблікова кількість штатних працівників складала 10993,4 тис. осіб, то на кінець 2019 р. цей показник скоротився до 7296,7 тис. осіб [6]. При наявній складній демографічній ситуації в країні та значному відтоку робочої сили є пряма загроза національній економічній безпеці.



Згідно досліджень з питань міграції та торгівлі людьми, проведених Міжнародною організацією міграції, ще кілька років тому більшість українців у віці 30-50 років, які їхали на тимчасові заробітки за кордон, висловлювали бажання повернутися. Тепер лише 30% українців розглядають питання повернення на батьківщину, інші – збираються і надалі працювати за кордоном. Аналіз сфер діяльності заробітчани показав, що у 2019 р. кваліфіковані роботи за отриманою спеціальністю виконувало 24%, хатню роботу – 17%, будівельні або реставраційні роботи – 15%, сільськогосподарські роботи – 7%, роботи у готельному бізнесі – 12% тощо [7].

Утім, як свідчать дослідження, рівень заробітних плат для українців є вагомим, однак все ж таки не єдиним аргументом, заради якого вони виїжджають за кордоном. За рейтингом найбільш вагомі чинники, які впливають на прийняття рішення про роботу за кордоном, можна розмістити в такому порядку: рівень заробітних плат; законність працевлаштування; детальна інформація про роботодавця; умови праці; сфера зайнятості; умови проживання; можливість опанування нових навичок; наявність особистих зв'язків [7].

Отже, для зменшення зовнішньої міграційної активності українців владі країни слід намагатись ліквідувати розрив в економіці порівняно з сусідніми країнами ЄС; покращити умови праці і проживання (стан доріг, сферу послуг); покращити криміногенну ситуацію.

#### Список використаних джерел

1. United Nations, Department of Economic and Social Affairs. Population Division (2019). International Migrant Stock 2019 (United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2019). Workbook: UN\_MigrantStockTotal\_2019.xlsx
2. World Migration Report 2015. Geneva, IOM, 2015. 202 p.
3. Уехать нельзя остаться: о трудовой миграции в мире агро [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://latifundist.com/spetsproekt/552-uehat-nelzya-ostatsya-o-trudovoj-migratsii-v-mire-agro>.
4. Про зовнішню трудову міграцію: Закон України №761-VIII від 05.11.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/761-19>
5. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019) International Migration 2019: Wall Chart (ST/ESA/SER/A/431).
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Київ, 2020. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 26.03.2020) – Назва з екрана.
7. Дослідження з питань міграції та торгівлі людьми: Україна, Молдова, Білорусь, Грузія 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://iom.org.ua/sites/default/files/iom\\_regional\\_ct\\_survey\\_2019\\_ukr\\_print.pdf](http://iom.org.ua/sites/default/files/iom_regional_ct_survey_2019_ukr_print.pdf).

*Островський П.О., студент,  
Чумак Я.А., студент  
(науковий керівник – Літинська В.А., доц.)  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ З МЕТОЮ ЗМЕНШЕННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ**

Глобалізаційні процеси, які відбуваються у сфері зайнятості, мають вплив на зміну трудової діяльності людей, що передбачає формування нових соціально-трудова відносин. Останні регулюють просторовий розподіл робочої сили, переміщення з однієї галузі в іншу, а також сприяють модифікації традиційних і виникненню абсолютно нових форм зайнятості. Для формування оптимальної структури зайнятості на регіональному рівні потрібно застосовувати механізми стимулювання зайнятості населення в усіх сферах, галузях і секторах регіональної економіки. Особливо важливими в сучасних умовах є проблеми трансформації форм і видів зайнятості, а також змісту та характеру праці, що передбачає: розвиток нетрадиційних форм зайнятості та організації праці, зміну загальної структури зайнятості, зрушення у професійній структурі тощо.

На думку А. Колота, «...інтенсивне впровадження нових прогресивних технологій, передусім інформаційно-комунікаційних, усе більше зумовлюють як трансформацію форм зайнятості, так і зростання вимог до суб'єктів трудової діяльності. Посилення ролі творчої людини у виробництві сприяє нарощенню попиту на інтелектуальну, креативну працю, на висококваліфікованих працівників зі схильністю до постійного навчання, засвоєння та інтерпретації нового. Людський капітал стає провідним чинником економічного розвитку, найефективнішим економічним ресурсом» [1, с. 171].

З огляду на це трансформацію форм і видів зайнятості можна визначити як результат нестійкості ринку праці та системи зайнятості. Сьогодні зменшуються обсяги стандартної зайнятості, а традиційна практика закріплення робочого місця за працівником на тривалий термін втратила актуальність, розвиток інформаційних технологій створив передумови для утвердження новітніх режимів праці [2, с. 9].

На сьогодні принциповими інноваціями у сфері зайнятості можна вважати запозичену працю (лізинг, аутсорсинг, аутстафінг) персоналу; телероботу, або дистанційну зайнятість; віддалену роботу (фріланс), нетипові моделі робочого часу (поділ робочого місця між двома працівниками, гнучкі графіки робочого часу, аморфний робочий час) тощо.

Нової якості набуває гнучкість ринку праці у різних її формах та виявах. Зазначені процеси у сфері зайнятості значно впливають на соціально-трудова сферу, оскільки змінюються як структура, так і зміст соціально-трудова відносин.

Поняття «запозичена праця» виникло в Україні порівняно недавно. Запозичену працю варто зарахувати до тих форм, які дають змогу роботодавцям

збільшувати гнучкість праці та відповідно знижувати трудові витрати. Суть запозиченої праці полягає в тому, що трудові відносини з класичних двосторонніх перетворюються на тристоронні, а досягається це за рахунок участі «третьої» сторони – кадрової агенції. За цих умов функцію підбору і найму працівників та оплати їхньої праці виконує посередник, а функцію видачі трудових завдань, контролювання процесу роботи виконує безпосередньо користувач праці.

Таким чином, запозичену працю слід розуміти як тристоронні трудові відносини, які ґрунтуються на такому розподілі ролей роботодавця, що функції найму (найм, оформлення договору, звільнення) та оплати виконує один суб'єкт (наймач), а визначення трудових функцій і контроль за їхнім виконанням здійснює інший (користувач). Працівника, у цьому випадку передає наймач користувачеві і перший не може самостійно впливати на соціально-трудова відносини та стандарти, що встановлює для нього користувач, тому що не є працівником цього підприємства і не має змоги скористатися правами, наданими йому для регулювання соціально-трудова відносин.

Основними видами запозиченої праці є лізинг персоналу, аутсорсинг та аутстафінг.

У науковій літературі подано різні тлумачення поняття «лізинг персоналу».

3. Прохоров лізинг персоналу розглядає як форму тимчасового або строкового залучення персоналу зі сторони. На думку А. Колота, лізинг забезпечує «...можливості набору персоналу у короткий термін необхідної кількості і якості; скорочення адміністративних витрат, у тому числі і кадрового діловодства; зниження витрат на тимчасове залучення висококваліфікованих фахівців; мінімізації оподаткування фонду оплати праці; сезонного забезпечення кадрових потреб» [1, с. 62].

Однією з нестандартних форм зайнятості у сучасних умовах може бути телеробота або дистанційна зайнятість. Поняття «телеробота» означає виконання роботи вдома з передачею результатів за допомогою телекомунікаційних технологій.

Дистанційна зайнятість визначається як нестандартна форма зайнятості, що передбачає гнучкі соціально-трудова відносини між працівником і роботодавцем безпосередньо у віртуальному середовищі з використанням інформаційних і комунікаційних технологій. Нестандартність цієї форми зайнятості зумовлена нестаціонарністю робочого місця, ненормованим робочим часом, нестабільністю й гнучкістю соціально-трудова відносин. Віртуальне середовище дистанційної зайнятості передбачає широке застосування інформаційних і комунікаційних технологій, роботу через інформаційні мережі, роботу вдома та в спеціальних центрах, просторово віддалених від основного офісу компанії [3, с. 12].

Застосування дистанційної зайнятості можливе у таких формах. По-перше, це може бути основна форма зайнятості працівника в організації. Віддалена робота прекрасний варіант для творчих професій: художників, програмістів, дизайнерів, копірайтерів, веб-майстрів, фотографів, журналістів, редакторів, коректорів, перекладачів та ін. Проте, за умови правильної організації роботу вдома може виконувати більшість охочих.

По-друге, це можливість віддаленої роботи для окремих співробітників компанії. Сьогодні в мережі Інтернет утворився стійкий прошарок фрілансерів, які заробляють на життя роботою на віддалі.

Віддалена робота – фріланс – в нашій країні тільки набирає темпи, тому ми не можемо зробити таких висновків, як Census Bureau, який відзначає, що зараз у США більш 13 400 000 осіб працюють вдома (це 9,5 % від економічно активного населення США).

Таким чином, нестандартні форми зайнятості, забезпечуючи гнучкість соціально-трудова відносин, здебільшого відповідають інтересам роботодавців. Організація робочого часу здатна впливати як на умови праці і задоволення потреб працівника, так і на конкурентоспроможність підприємства, результати його діяльності. Очевидно, що ці форми зайнятості і надалі будуть зберігатися і поширюватися, зважаючи на нестабільність економічного розвитку, потреби сторін соціально-трудова відносин, насамперед роботодавців.

### Список використаних джерел

1. Прохоров З. Лизинг персонала / З. Прохоров // Лизинг. – 2007. – № 2. – С. 59-66.
2. Каленюк І.С. Новітні тенденції у сфері зайнятості в Україні / І. Каленюк // Чернігівський науковий часопис. – 2012. – № 1(3). – С. 168-172. – Серія 1, Економіка і управління.
3. Колот А. Трансформація інституту зайнятості як складова глобальних змін у соціально-трудова сфері / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 8. – С. 3-14.
4. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку: моногр. / А. Колот. – Київ : КНЕУ, 2010. – 251 с.

УДК 31:35

*Польова К.О., студент каф. управління  
персоналом і економіки праці,  
Чернушкіна О.О., к.е.н., доц.  
Хмельницький національний університет  
м. Хмельницький*

## ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ БЕЗРОБІТНИХ

Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі чинники, як структурні зрушення в економіці, зниження темпів економічного розвитку, науково-технічний прогрес, співвідношення цін на фактори виробництва, сезонні коливання виробництва, недостатній сукупний попит, інфляція, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки та перепідготовки, недостатній рівень програм зайнятості та демографічні процеси.

До проблеми безробіття зверталось багато вчених у своїх працях: В. Галицький, І. Гнибіденко, І. Моцін, Л. Шиян, Ю. Маршавін, Л. Єневич, М. Міропольська, М. Папієв та багато інших. Проте, особливої актуальності потребує проблема вдосконалення систем працевлаштування безробітних.

Метою роботи є дослідити заходи, які впроваджуються в Україні для вдосконалення працевлаштування безробітних.

Високий рівень безробіття і великі масштаби бідності, мала кількість вільних робочих місць і значна кількість незайнятих, які претендують на кожен вакантну посаду, окреслюють негативні риси вітчизняного та регіональних ринків праці.

У той же час безробіття породжує найтяжкі негативні соціально-економічні наслідки. Незайнята робоча сила свідчить про недовикористання економічного потенціалу суспільства, прямі економічні втрати, що є наслідком природного й фактичного безробіття. При тривалому безробітті працівник втрачає кваліфікацію. Безробіття веде до прямого падіння раніше досягнутого рівня життя. Допомога по безробіттю завжди менше заробітної плати, має тимчасовий характер. Зростання безробіття знижує купівельний і інвестиційний попити, скорочує обсяги заощаджень у населення і наносить людині найтяжчу психологічну травму.

Протягом 2017 р. послугами Хмельницької обласної служби зайнятості скористалися 40,2 тис. безробітних громадян, що на 8,9 % менше ніж у 2016 р. З початку року звернулися за допомогою у працевлаштуванні та отримали статус безробітного 24,4 тис. осіб, що на 10,6 % менше ніж у 2016 р. Основним джерелом формування зареєстрованого ринку праці області стали особи, які були звільнені з підприємств, установ, організацій за згодою сторін, з причин плинності кадрів, звільнені за скороченням чисельності або штату та особи, які не були зайняті більше 1 року. Показники послуг безробітним, які надала Хмельницька служба зайнятості з 2017 по 2019 рр. наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна інформація щодо стану надання послуг безробітним  
Хмельницькою обласною службою зайнятості у 2017-2019 рр.

№	Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2018 р. до 2017 р. у %	2019 р. до 2018 р. у %
1	Перебувало на обліку безробітних на початку року	15840	12061	12886	76,1	106,8
2	Надано статус безробітного з початку року	24373	24193	23532	99,3	97,3
3	Усього перебувало на обліку безробітних	40213	36254	36418	90,2	100,5
4	Працевлаштовано безробітних, у т. ч. за договорами ЦПХ та самостійно	14580	36254	12388	88,4	96,1
5	Рівень працевлаштування, %	36,3	35,5	34,0	-0,8	-1,5
6	Працевлаштовано безробітних на направлення СЗ	13055	11480	11181	87,9	97,4
7	Рівень працевлаштування за направленням СЗ, %	32,5	31,7	30,7	-0,8	-1,0

З наведених даних бачимо, що протягом трьох років кількість безробітних, які перебували на обліку змінювалась. Найбільше безробітних було у 2017 р. – 15840 осіб, а статус безробітного надано 24373 особам. Працевлаштовано безробітних, у тому числі за цивільно-правовим договором та самостійно у 2019 р. 12388 осіб, це на 23866 осіб менше ніж у 2018 р.

Рівень працевлаштування був найвищий 2017 р. – 36,3 % , в порівнянні за цих три роки. Працевлаштовано безробітних на направлення Служби зайнятості у 2019 р. – 11181 особа.

Станом на 1 січня 2018 року на обліку Хмельницької обласної служби зайнятості перебували 12,1 тис. безробітних, що на 24,3 % менше ніж на відповідну дату 2017 р. Серед них підсобні робітники, військовослужбовці, водії, продавці, оператори котельні, трактористи сільськогосподарського виробництва, охоронники, бухгалтери, кухарі, швачки, слюсарі-ремонтники, менеджери, медичні сестри, вчителі.

Рівень економічної активності населення у Хмельницькій обл. збільшився, з 60,6 % за 9 місяців 2017 р. до 61,2 % за 9 місяців 2018 р. (по Україні – 62,6 %).

Чисельність зайнятого населення у віці 15-70 років за 9 місяців 2018 р., у порівнянні з 9 місяцями 2017 р., збільшилась на 4,0 тис. осіб та становила 525,6 тис. осіб.

Рівень зайнятості населення збільшився з 55,3 % за 9 місяців 2017 р. до 56,2 % за 9 місяців 2018 р. По Україні рівень зайнятості склав 57,2 %.

Чисельність безробітних Хмельницької обл. в середньому за 9 місяців 2018 р., у порівнянні з 9 місяцями 2017 р., зменшилася на 2,5 тис. осіб і становила 46,7 тис. осіб.

Серед працевлаштованих безробітних (таблиця 2), у 2017 р. жінки складають 42,5 %, молоді люди до 35 років – 30,9 %, мешканці сільської місцевості – 60,2 %. З числа колишніх безробітних 15,2 % знайшли роботу у сільському, лісовому та рибному господарстві, 19 осіб проходять професійне навчання, 84,4 % – отримують допомогу по безробіттю.

Таблиця 2

Кількість зареєстрованих безробітних у Волочиській службі зайнятості на кінець грудня 2017-2019 рр.

№	Показник	м. Волочиськ		
		2017 р.	2018 р.	2019 р.
1	Кількість зареєстрованих безробітних, всього	447	609	842
2	Жінки, осіб	190	247	341
	У % до гр.1	42,5	40,6	40,5
3	Молодь у віці до 35 років, осіб	138	164	215
	У % до гр.1	30,9	26,9	25,5
4	Особи що проживають у сільській місцевості, осіб	269	398	520
	У % до гр.1	60,2	65,4	61,8
5	Особи які мають дод гарантії у сприянні працевлаштуванню, осіб	200	286	248
	У % до гр.1	44,7	47,0	29,5
6	Працівники сільського господарства, осіб	68	263	333
	У % до гр.1	15,2	43,2	39,5
7	Проходять професійне навчання	19	4	2
8	Беруть участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру	0	0	0
9	Отримують допомогу по безробіттю, осіб	379	543	731
	У % до гр.1	84,8	89,2	86,8

У 2018 р. серед працевлаштованих безробітних, жінки складають 40,6 %, а у 2019 р. – 40,5 %, молоді люди до 35 років у 2018 р. – 26,9 %, в 2019 р. – 25,5%, мешканці сільської місцевості 65,4 % – 2018 р., а у 2019 р. – 61,8 %.

Із загальної кількості безробітних на 2018 р. – 47 % становили особи, які мають додаткові гарантії у сприянні працевлаштуванню, 29,5 % – 2019 р.

За професійними групами: найбільший попит роботодавців спостерігається на робітників з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин, кваліфікованих робітників з інструментом, працівників сфери торгівлі та послуг, а також на представників найпростіших професій. Актуальними станом на 1 січня 2020 року залишалось 1316 вакансій (підтверджені формою З-ПН), що на 21,4 % менше ніж на відповідну дату 2018 року, та 0,5 тис. вакансій з інших джерел.

Одним із важливих напрямків роботи служби зайнятості – організація професійного навчання, так як, працевлаштування після завершення навчання становить майже 100 %.

Громадські роботи є видом суспільно корисних оплачуваних робіт в інтересах територіальної громади, що організуються для додаткового стимулювання мотивації до праці і матеріальної підтримки безробітних та інших категорій осіб і виконуються ними на добровільних засадах.

Відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» місцевими органами влади за участі центрів зайнятості організуються суспільно корисні громадські роботи в інтересах територіальної громади. До громадських робіт залучено 1323 безробітних, з яких 90,3 % працювали у галузі державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування, у таблиці 3 подано інформацію щодо кількості осіб, які брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру по Хмельницькій обл. з 2017-2019 рр.

Таблиця 3

Інформація щодо кількості осіб, які брали участь у громадських та інших роботах тимчасового характеру по Хмельницькій обл. з 2017-2019 рр.

№	Показник	Хмельницька обл.		
		2017 р.	2018 р.	2019 р.
1	Прогнозний показник	5348	4947	4949
2	Фактично за звітний період, всього	4842	4530	4641
	З них безробітні	4833	4498	4612
3	Брали участь у громадських роботах	1598	1327	1323
	З них безробітні	1598	1327	1323
4	Брали участь у інших роботах тимчасового характеру	3244	3203	3318
	З них безробітні	3235	3171	3289
5	Досягнення прогнозного показника, %	90,5	91,6	93,8
6	Фактично за відповідний попередній період року, всього	5846	4842	4530
	З них безробітні	5820	4833	4498
7	Темп приросту попереднього року до цього року, %	82,8	93,6	102,5

Аналізуючи таблицю 3 в умовах обмеженого попиту на робочу силу реальним шансом для безробітних отримати робоче місце та заробіток є участь у тимчасових роботах. У громадських та інших роботах тимчасового характеру

протягом 2017 р. брали участь 4842 осіб, в тому числі 4833 безробітних. У 2018 р. брали участь 4530 осіб, в тому числі 4498 безробітних.

До робіт тимчасового характеру залучено 3235 безробітних та 9 осіб, які не були зареєстровані як безробітні та перебували на обліку в службі зайнятості. Станом на 2018 р. до робіт тимчасового характеру залучено 3203 особи, які перебували на обліку в службі зайнятості. Громадські роботи направлені на благоустрій населених пунктів, догляд за самотніми громадянами похилого віку, інвалідами, інформування населення про порядок отримання житлових субсидій та упорядкування документації, тощо.

За 2019 р. у громадських та інших роботах тимчасового характеру брала участь 4641 особа, в тому числі 4612 безробітних. До робіт тимчасового характеру залучено 3318 осіб, з яких 54,6 % працювали у галузі сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство.

В Хмельницькому районному центрі зайнятості налагоджено системну роботу щодо організації професійного навчання безробітних.

З метою організації професійного навчання під замовлення роботодавців спеціалісти центру зайнятості постійно вивчають потребу підприємств у підготовці кваліфікованих кадрів, вимоги роботодавців до претендентів на робочі місця.

З метою досягнення найкращого результату попередньо проводиться системна робота з безробітними, яка включає у себе професійні консультації, конкурсні відбори на замовлення роботодавців, тематичні семінари з орієнтації на ту чи іншу професію.

Стратегічним напрямом роботи Хмельницького районного центру зайнятості було розширення обсягів підготовки, перепідготовки або підвищення кваліфікації безробітних під конкретне замовлення роботодавців.

Проте сучасні тенденції розвитку загальної і професійної освіти, вимоги ринку праці до підготовки майбутніх фахівців, визначають необхідність розробки новітніх підходів до здійснення профорієнтаційної роботи з учнями загальноосвітніх шкіл, що є потребою сьогодення, а також впровадження різних інноваційних технологій щодо підготовки учнівської молоді до професійного самовизначення.

Суспільство повинно постійно опікуватися професійною підготовкою, навчанням і профорієнтацією молоді. Треба прогнозувати і планувати цю роботу з урахуванням потреб і попиту на конкретні професії зі сторони виробництва, бізнесу, управління і держави в цілому. Підготовка потрібних кадрів повинна бути організована на випередження.

Регулювання ринку праці здійснюється для забезпечення відповідності між попитом на робочу силу та її пропозицією за обсягом і структурою, тобто має на меті досягнення їх ефективної збалансованості.

Держава повинна розробити і впровадити систему стимулювання тих роботодавців, які створюють робочі місця для випускників або приймають їх на роботу, надають можливість пройти виробничу практику на підприємстві, а також економічно зацікавити підприємства брати участь у забезпеченні зайнятості менш конкурентоспроможних верств населення, таких як молодь,



інваліди, жінки з малими дітьми. Для цього доцільно встановлювати пільги за плату до бюджету за використання робочої сили цих груп населення, дотації для створення спеціалізованих робочих місць, організації профнавчання тощо.

#### Список використаних джерел

1 Демографічна та соціальна статистика, ринок праці, зайнятість та безробіття [Електронний ресурс] : за Головним управлінням статистики у Хмельницькій області – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>

2 Економічна статистика, економічна діяльність, діяльність підприємства [Електронний ресурс] : за Головним управлінням статистики у Хмельницькій області – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm>

УДК 31

*Семикіна М.В., д.е.н., проф.,  
Кабай В.О., к.е.н.  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

### МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

На початку ХХІ століття у світі спостерігається нова хвиля міграційної активності населення. До цієї хвили долучилися українці. Це ставить нові виклики для економіки та суспільства України.

Досвід розвинених держав демонструє, що за цих умов одним із пріоритетів державної політики має бути регулювання трудової міграції населення з метою збереження і збагачення трудового потенціалу країни, підвищення її конкурентоспроможності, збереження соціального миру.

Аналіз статистики міграційних процесів засвідчує, що за останні 27 років кількість міжнародних мігрантів зросла з 152,5 млн до 257,7 млн осіб або в 1,69 разів. За країнами призначення найбільше зростання кількості міжнародних мігрантів спостерігалось для високорозвинених країн – в 2,19 разів, для країн із середнім рівнем розвитку – 1,19, з низьким – 1,28.

Третина від світового показника кількості міжнародних мігрантів припадає на європейські країни (у 2017 році – 30,2 %).

Для українського суспільства розуміння міграційної привабливості європейських країн є первинним з огляду на наближеність її кордонів і фактичну переорієнтацію на західний міграційний вектор після конфліктних подій 2014 року. До цього переважна частина міграційного руху була орієнтована на схід (в Росію) з огляду на тісні соціетальні зв'язки (тобто місце народження, родичі, інформаційне сприйняття ЗМІ тощо).

Нині Україна входить до числа найбільших донорів людських ресурсів у світі. За даними ООН, у 2017 році вона обіймала 8 позицію серед найбільших країн-донорів міжнародних мігрантів. Міграційне донорство для України

супроводжується низкою загроз. Їх розподіл довів, що загрози мають національно-безпековий, демовідтворювальний, інтелектуально-трудова та економічний характер. Одним з основних міграційних ризиків для України є втрата інтелектуального й трудового потенціалу населення, що загрожує кадровими проблемами для підприємств.

В процесі оцінки міграційної ситуації в Україні авторами було досліджено динаміку кількості вибулих осіб у відношенні до основних показників ринку праці за період 2005-2017 рр. загалом, а також поглиблено такий аналіз в межах регіонів. Аналіз регіональної специфіки міграційних процесів в Україні дав змогу виявити основні регіональні ринки праці – осередки концентрації економічно активних осіб в Україні (м. Київ, Харківська, Одеська, Дніпропетровська, Київська, Івано-Франківська і Львівська обл.). Основними донорами людських ресурсів із зрозумілих причин стали Луганська і Донецька обл., а також Вінницька, Херсонська, Хмельницька, Чернігівська, Кіровоградська і Рівненська обл. Акцентовано увагу на проблемності міграції для Кіровоградської області як регіону з гострою демографічною кризою.

Результати аналізу трудової міграції населення України дали змогу підтвердити її циркулюючий характер, визначити, що домінує первинний орієнтир населення України на короткострокову трудову міграцію, пов'язаний із мотивами покращення рівня добробуту. Усе більше осіб мігрує з України з метою працевлаштування: за період 2008-2017 рр. їх частка зросла до майже 55 % з 21 %.

Отже, для України і Кіровоградської області зокрема проблема зовнішньої трудової міграції набула особливої гостроти в умовах євроінтеграції, коли змінилися характер і обсяги міграційних процесів.

Мотиви руху трудових мігрантів зумовлені передусім нестачею робочих місць з гідною оплатою та умовами праці, низьким рівнем соціальних гарантій в Україні, ризиками бідності навіть для працюючих осіб. Головним мотиваційним пріоритетом трудових мігрантів є заробітна плата, матеріальний добробут.

В ході дослідження особливостей трудової міграції населення України було здійснено групування регіонів з погляду специфіки зовнішньої трудової міграції населення станом на 2017 р. за показниками: кількість зовнішніх трудових емігрантів; частка зовнішніх трудових мігрантів в чисельності економічно активного населення; кількість потенційних зовнішніх трудових мігрантів; частка потенційних зовнішніх трудових мігрантів в чисельності економічно активного населення. Це дало змогу встановити, що Кіровоградська область займає 5 позицію в Україні за часткою зовнішніх трудових мігрантів в чисельності економічно активного населення.

Результати порівняльної оцінки Регіонального індексу людського розвитку в регіонах України (станом на 2017 р.) показали, що останнє, 22 місце, у цьому рейтингу займає Кіровоградська область. Це свідчить про те, що в нашому регіоні найменше можливостей для якісного людського розвитку населення. Найбільш проблемними є блоки «Гідної праці», «Соціального середовища» та «Комфортного життя», які мають надзвичайно низькі значення, порівняно з іншими складовими та іншими регіонами країни (відносно задовільні показники освіти, добробуту та відтворення населення не покращують загальної ситуації).

Окреслене вказує на те, що прогресивні зміни в якості людського розвитку мають стати важливою мотиваційною передумовою зниження міграційних настроїв українців. Для зменшення зацікавленості населення у зовнішній трудовій міграції слід покращувати внутрішній ринок праці з подальшим підняттям мінімального розміру заробітної плати та послідовними кроками з її детінізації, а також через впровадження нових підходів щодо забезпечення якісним робочим місцем, підтримки самозайнятості та підприємництва.

Для комплексного розв'язання цієї проблеми пропонуємо структурно-логічну схему мотиваційного механізму регулювання зовнішньої трудової міграції на макроекономічному рівні (рис.1).



Рис. 1. Мотиваційний механізм регулювання зовнішньої трудової міграції

Специфіка запропонованого механізму полягає в тому, що він орієнтується передусім на мотиваційні пріоритети населення у сфері праці, зумовлені базовими потребами та інтересами. Схемою (рис. 1) передбачено багатопланову дію механізму: 1) механізм розширює можливості зміни мотивів населення щодо

переміщення на визначені відстань та час з конкретною метою; 2) дозволяє більш гнучко змінювати практику виїзду та повернення трудових мігрантів; 3) розширює важелі уникнення/пом'якшення негативних наслідків переміщень населення для трудового потенціалу країни за рахунок превентивного характеру заходів міграційної політики, що ґрунтується на системному підході щодо розробки та реалізації рекомендацій, спрямованих на створення робочих місць, привабливих за умовами та оплатою праці, підвищення якості людського розвитку в Україні.

УДК 31:33

*Шевчук Л.Т., д.е.н., проф.  
ПВНЗ «Львівський університет бізнесу та права»  
м. Львів,  
Федоришина Л.М., д.е.н., доц.,  
старш. наук. співроб. відділу дослідження митних ризиків  
Науково-дослідний центр митної справи  
Науково-дослідного інституту фіскальної політики  
Університету державної фіскальної служби України*

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ МІГРАЦІЙНИХ ПОТОКІВ В УМОВАХ НОВІТНІХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ**

Одним із наслідків глобалізаційних процесів є зростання міграційних потоків у світі, що особливо підвладні характеру протіканню економічних процесів у певних країнах. В той же час, спостерігається їх взаємозв'язок і взаємовплив із політичними (чи військовими) подіями в певній країні та, що особливо актуально зараз, із медичною ситуацією – пандемією, що охопила не лише деякі країни, а й увесь світ. Очевидно, що ця пандемія стала найяскравішим і найпотужнішим новітнім глобалізаційним викликом, який кардинально трансформувє міждержавні міграційні потоки.

Згаданий виклик завдасть збитків кожній економіці в тій чи іншій мірі: сильні економіки стануть ще сильнішими, слабкі – значно втратять позиції і будуть «відкинуті» у власному розвитку на десятки років назад. Саме тому надзвичайно актуальним питанням є дослідження особливостей трансформації міграційних потоків та їх регулювання (подекуди стримування; мінімізація, за умов, що склалися), що носять характер міграційних цунамі – із такою ж силою припливу і відпливу мас людей.

На початку III тисячоліття увесь світ здригнувся від міграційного цунамі, яке сформоване потужною хвилею мігрантів з Африки до Європи, Америки, Азії і Австралії. За оцінками ООН, кількість мігрантів, що живуть за межами рідних країн, за період 1990-2013 рр. зросла на 50%, сягнувши 231,5 млн осіб [1], а у 2019 році кількість міжнародних мігрантів у світі досягла орієнтовної позначки у 272 млн людей, що на 51 млн більше за рівень 2010 року [2]. Фактично мігранти сьогодні становлять 3,5% населення світу (для порівняння, у 2000 році – 2,8%).

Сучасне міграційне цунамі сформоване у результаті ескалації конфліктів у Лівії, військових дій у Сирії, Іраку тощо. При цьому Європа утримує лідерство

як пункт прагнень мігрантів (82 мільйони осіб), за нею йдуть Північна Америка (59 млн) і Західна Азія (49 млн). Якщо ми говоримо про цунамі, то великі маси людей переміщуються з одних країн в інші (в пошуках кращої долі, кращого заробітку, свободи слова і т.д.) в інші, які, на їх думку, можуть задовільнити ці потреби; причому місце «мігрантів» не залишається «порожнім» – згідно дії цунамі – ці маси людей заміщуються новими, новоприбулими. Це підтверджується даними про основні країни-реципієнти та країни-донори міграційних потоків. Так, 51 млн мігрантів мешкає у США (19% від їх загальної кількості), по 13 млн – у Німеччині й Саудівській Аравії, 12 млн – у Росії, 10 млн – у Великій Британії, 9 млн – в ОАЕ, по 8 млн – у Франції, Канаді й Австралії, 6 млн – в Італії. За походженням мігрантів лідирує Індія: за кордоном мешкають 18 млн індійців; на другому місці – Мексика (12 млн); вихідці з Китаю – 11 млн, Російської Федерації – 10 млн, Сирії – 8 млн [2].

Характерним є те, що міграційні цунамі останніми роками зумовлені все частіше військовими подіями, тобто мігрують біженці і шукачі притулку (+13 млн за 2010-2017 рр.; 46% біженців прийняли Північна Африка та Західна Азія), а також, що стало характерним для початку 2020 року, – епідеміологічною ситуацією. Так, з 9 грудня 2019 року Туреччина проводить в Сирії військову операцію Джерело миру з метою створення на півночі країни буферної зони, де в разі успіху операції планувалося розмістити до 2 млн сирійських біженців, що свого часу знайшли притулок на турецькій території. Проте, в зв'язку із обстрілами російськими військами на початку березня 2020 року більше 75 тис. біженців із Сирії відправились до берегів Греції та Болгарії [3] і будуть далі просуватись в Європу. Цілком логічно, що така кількість новоприбулих мігрантів до країн-реципієнтів Європи сколихнула ці країни і потік зумовленої цим еміграції був неминучий (адже одні маси людей витісняють інші при хвилях цунамі). Заробітчани-поляки повертаються з Німеччини, Великої Британії, а українці, в свою чергу, – із Польщі, Чехії, Словаччини, Італії і т.д. назад, в свої країни. Надзвичайно велику хвилю міграції зумовила «втеча» людей у зв'язку із побоюваннями захворіти на Covid-19. Так, міністр інфраструктури В. Криклій вказав, що близько 100 тис. українців повернулося додому після закриття повітряного простору та кордонів [4]. Звичайно, в порівнянні з 5,8 млн українців, які, за оцінками експертів, перебувають за кордоном на постійних та тимчасових заробітках, це невелика кількість, проте у своїй сукупній масі вони стають фактично біологічною зброєю для свого народу, засобом його ймовірного винищення (принаймні значного скорочення). Водночас, заробітчани переказують в Україну значні кошти, про що свідчать дані рис. 1.

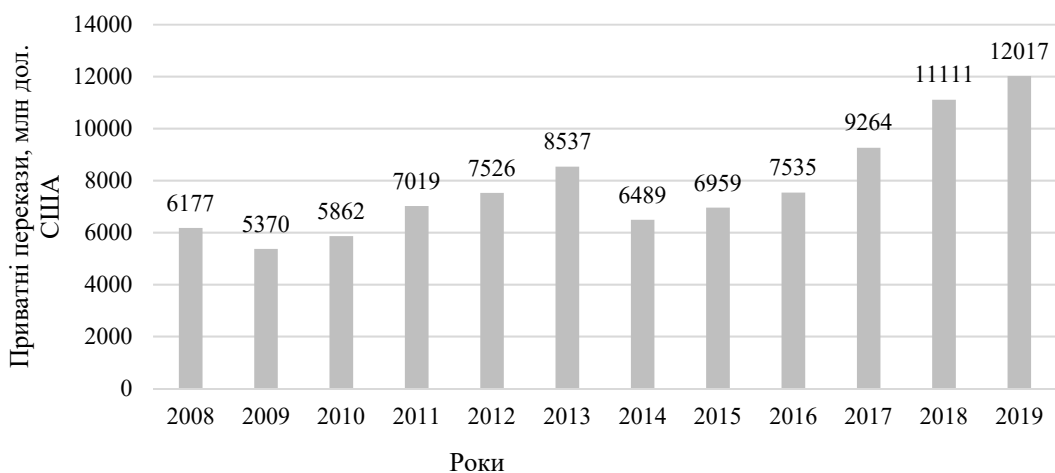


Рис. 1. Динаміка приватних переказів в Україну у 2008-2019 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [5]

Так, лише криза 2008-2009 рр. (-13,06%) і початок військових дій на сході країни (-23,99%) вплинули на зменшення обсягів переказів заробітчан. Починаючи з 2015 року, спостерігається позитивна динаміка до зростання, причому у 2017 році відносно 2016 року приріст становив +22,95%, у 2018 році – ще +19,94% і у 2019 році – +8,15% відносно попереднього року.

Якщо ж аналізувати країни, з яких йдуть перекази наших заробітчан, то можна прослідкувати цікаву тенденцію, що останніми роками заробітчани активно переказують із Польщі, Росії, Чеської Республіки. Дещо змінюється рейтинг країн за переказами (табл. 1).

Таблиця 1

Перша п'ятірка країн за обсягами приватних грошових переказів в Україну, млн дол. США

Рейтинг	2015	2016	2017	2018	2019
I	Росія (1835)	Польща (1991)	Польща (3116)	Польща (3649)	Польща (3686)
II	Польща (1329)	Росія (1396)	Росія (1292)	Росія (1091)	Росія (1234)
III	США (516)	США (576)	США (679)	США (870)	Чеська Республіка (1113)
IV	Італія (350)	Італія (412)	Італія (447)	Чеська Республіка (846)	США (984)
V	Чеська Республіка (314)	Чеська Республіка (377)	Чеська Республіка (435)	Італія (492)	Сполучене Королівство (601)

Джерело: побудовано авторами за даними [5]

З початком пандемії почалася класична трансформація міграційної хвилі: більшість заробітчан повернулися у свої країни, що за короткий час сформувало так звану відбійну чи зворотну хвилю цунамі. Якщо в найближчий час уряди країн не розгорнуть програми, спрямовані на створення робочих по місцю

проживання, то невдовзі сформується повторна хвиля міграційного цунамі. Повторні хвилі завжди більш руйнівні, отже національні економіки зазнають нових ударів.

Але це надзвичайно складне завдання. Зокрема, в Україні, згідно з інформацією ЗМІ, КМ України розробить програму по створенню робочих місць. При цьому, пріоритетно влаштовуватимуть на роботу насамперед тих, хто приїхав з-за кордону, та людей, які втратили роботу під час карантину. Прем'єр-міністр України заявив, що для створення вакансій достатньо буде двох тижнів. При цьому потрібні будуть робітники для ремонту доріг, мощення тротуарів, прибирання території [6]. Виникає питання: чи не стануть такі пропозиції новим витком нищення трудового потенціалу країни? Важко уявити спеціаліста з сфери ІТ чи туризму як працівника з ремонту доріг. Можливо, доцільніше розробити програму самозайнятості чи зайнятості населення у сфері бізнесу в умовах державної підтримки.

Таким чином, очевидно, що наслідки світової пандемії будуть несприятливими для економік багатьох країн світу, а це, в першу чергу, вплине на особливості зайнятості населення, зокрема на виникнення нових форм зайнятості. Уряди країн будуть спрямовувати допомогу власним громадянам, надаючи їм перевагу при працевлаштуванні, при виплаті компенсацій, тому очікувати і надалі на приріст грошових переказів, мабуть, не варто. В умовах, що склалися, урядам країн потрібно виробити спільну політику щодо регулювання міграційних потоків, яка б враховувала найновіші тенденції та виклики глобалізаційних процесів.

### Список використаних джерел

1. Шевчук Л.Т., Лабінська Г.М., Федоришина Л.М. Наслідки суспільних цунамі в Європі. Сталий розвиток економіки: міжн. наук.-виробн. журнал. 2016. № 3 (32). С. 45-50.
2. Кількість мігрантів у світі перевищила 270 мільйонів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2782330-killist-migrantiv-u-sviti-perevisila-270-miljoniv.html> (дата звернення: 30.03.2020).
3. К границам с ЕС направляется более 75 тысяч мигрантов из Сирии – МВД Турции. URL: <https://nv.ua/world/geopolitics/bezhency-iz-sirii-v-es-poslednie-novosti-50073095.html> (дата звернення: 20.03.2020).
4. Криклій повідомив, скільки українців повернулося після закриття кордонів. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/klyklii-povidomyv-skilky-ukraintsiv-povernulosia-pislia-zakryttia-kordniv-211448.html> (дата звернення: 30.03.2020).
5. Грошові перекази / Національний банк України. URL: [https://bank.gov.ua/files/ES/Perekaz\\_u.pdf](https://bank.gov.ua/files/ES/Perekaz_u.pdf) (дата звернення: 31.03.2020).
6. В Україні з'явиться багато нових робочих місць через два тижні, – Шмигаль. URL: [https://24tv.ua/v\\_ukrayini\\_zyavitsya\\_bagato\\_novih\\_robocnih\\_mists\\_cherez\\_dva\\_tizhni\\_\\_shmigal\\_\\_n1308614?fbclid=IwAR2NZwKD3O0q\\_PO3Io\\_JxJDSJXI7PxVDKbpx41fVP28mBbHPmO\\_lUgQcYU](https://24tv.ua/v_ukrayini_zyavitsya_bagato_novih_robocnih_mists_cherez_dva_tizhni__shmigal__n1308614?fbclid=IwAR2NZwKD3O0q_PO3Io_JxJDSJXI7PxVDKbpx41fVP28mBbHPmO_lUgQcYU) (дата звернення: 01.04.2020).

## **АКТУАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сучасні тенденції глобалізаційних та інтеграційних змін ринку, розвиток міжнародних відносин формують виклики підприємствам щодо адаптації до динамічних умов господарювання, можливостей вивчення та задоволення попиту споживачів, включення в інноваційні процеси, підтримання своєї конкурентоспроможності. Для того щоб виконувати ці вимоги ринку і забезпечити ефективність господарювання, підприємства змушені знижувати витрати, скорочувати запаси, підвищувати ефективність бізнес-операцій, шукати нові шляхи комунікацій із суб'єктами ринку, розвивати свій виробничий і ринковий потенціал. Досягнення цих цілей вимагає використання сучасних методів управління на засадах формування та інтенсивного використання своїх інформаційних систем та інформаційної інфраструктури.

Дослідженням проблем використання сучасних механізмів управління, у тому числі інформаційних систем, на підприємствах займаються українські зарубіжні вчені: О.І. Амоша, А.М. Астахов, Б.В. Буркинський, Б.І. Валуїв, Г.П. Галузинський, В.М. Гужва, О. Є. Кузьмін, М. Мескон, О.С. Редькін, П. Друкер, М. Мескон, С.В. Устенко та інші. Незважаючи на значний науковий інтерес до обраної проблематики, дослідження використання інформаційних систем та технологій, як багатогранного та складного явища не втрачає актуальності. Особливо актуальною є проблема ефективності впровадження та розвитку на підприємствах інструментів інформаційного менеджменту.

Управлінська діяльність, починаючи із обґрунтування мети, її корегування, керівництво бізнес-процесами підприємства, розробка рішень і контроль за ходом їх виконання, неможливі без інформаційного забезпечення. Менеджер завжди використовує і має потребу у точній, вичерпній, якісно обробленій інформації [1, с. 84]. Узагальнено під управлінською інформацією розуміють – цілеспрямоване знання, необхідне для створення підприємства і здійснення процесу управління ним. Загальні функції управління – планування організація, координація мотивація і контроль є процесами, що залежать від обробки інформації.

Інформаційне забезпечення підприємства включає процеси переробки, обліку, аналізу і прогнозування інформації, є сполучною ланкою для інтеграції інструментів управління, а також для взаємозв'язку системи управління та системи виконання управлінських рішень. Тому інформаційна інфраструктура підприємства, зокрема застосовувані інформаційні системи та технології повинні мати чіткі функціональні завдання щодо інформаційного забезпечення структурних підрозділів на усіх рівнях управління [2, с. 132-141].

За результатами дослідження теоретичних засад, вважаємо, що серед основних функціональних напрямів інформаційного забезпечення



управлінських рішень можна виділити: планування, організаційну діяльність, ділові контакти (інформаційний обмін), стимулювання, контроль та регулювання. Такі напрями корелюють із класичними функціями менеджменту [1, с.62-69], але враховують особливості інформаційної діяльності. Такий підхід щодо формування інформаційного забезпечення управлінських рішень сприятиме створенню управлінської інформаційної системи на основі реальних облікових даних підприємства. Цей підхід не потребує змін облікової системи підприємства та забезпечує менеджерів різного рівня необхідною для прийняття управлінських рішень інформацією. З іншої сторони, інформаційне забезпечення за функціональними напрямками дозволить отримати показники, які характеризуватимуть ефективність діяльності підприємства відповідно до стратегії і особливостей тактичного управління.

У свою чергу, формування і розвиток інформаційної інфраструктури підприємства, є окремою ланкою управлінської діяльності, яка передбачає, у першу чергу, заходи стратегічного управління. Формування стратегії розвитку інформаційної інфраструктури підприємства повинно базуватись на п'яти основних складових: розробка цілей, визначення завдань, процес управління, ресурсне забезпечення системи, а також – створення інформаційного середовища підприємства [2, 3].

Ідентифікуючи сучасні основні фактори розвитку інформаційних систем та технологій і функціональні особливості використання засобів інформаційного менеджменту, у першу чергу – процеси глобалізаційних та інтеграційних змін ринку, робимо висновок, що інформаційна інфраструктура кожного підприємства потребує чіткої стратегії її розвитку [2, с. 221-253]. Стратегічний розвиток інформаційної інфраструктури підприємства сприятиме модернізації організаційної структури підприємства. При цьому, важлива не лише безпосередньо розробка стратегії розвитку, скільки її підтримка в актуальному стані. Без наявності налагодженої стратегії розвитку інформаційної інфраструктури неможливо забезпечити керівництво підприємством, ефективним використанням інформаційних технологій, управляти інвестиціями.

Висновок підтверджується спостереженнями практики успішних зарубіжних компаній. Таким чином, розвиток та використання новітніх засобів інформаційного менеджменту є однією з пріоритетних та перспективних цілей кожного сучасного підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1996. – 704 с.
2. Інформаційні системи в економіці: монографія / С.В. Устенко, А.М. Береза, Г.П. Галузинський, В.М. Гужва та ін.; за заг. ред. д-ра. екон. наук, проф. С.В. Устенка. – К. : КНЕУ, 2012. – 425 с.
3. Іванова О.М. Характеристика та класифікація інформаційних потоків підприємств / О.М. Іванова // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 13. – С. 18-22.

**НАПРЯМИ  
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА**

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів та молодих учених

16 квітня 2020 р.

Науковий редактор – Семикіна М.В.

Технічний редактор – Сисоліна Н.П.

Комп'ютерний набір і верстка – Онищук О.В.

Дизайнер обкладинки – Чумаченко О.С.