

Аналітичний центр «Нова Економіка»

ЗБІРНИК ТЕЗ НАУКОВИХ РОБІТ
УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ УЧЕНИХ

**СТАНОВЛЕННЯ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ОСОБЛИВОСТІ,
НАПРЯМИ ТА ПРІОРИТЕТИ**

29 лютого 2020 року

Київ
2020

УДК 330.3(063)
С76

Становлення нової економіки в сучасних умовах:
С76 **особливості, напрями та пріоритети:** збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 29 лютого 2020 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2020. – 152 с.

УДК 330.3(063)

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками.

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бех А. А. ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ЕЛЕКТРОННИХ КНИГ У КИТАЇ	7
Любчик К. Л. ПРІОРИТЕТНІ СКЛАДОВІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО КІНЕМАТОГРАФА В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ	10
Хила Є. П. ПЕРЕДУМОВИ ТА ФАКТОРИ МІГРАЦІЙНИХ ПЕРЕМІЩЕНЬ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	14
Хила Є. П. СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МІЖНАРОДНА МОЛОДІЖНА МІГРАЦІЯ» ТА ЇЇ МІСЦЕ У СВІТОВИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСАХ	18

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Ahmedov S. V. THE MAIN DEVELOPMENT DIRECTIONS OF THE AGRARIAN- PROCESSING INDUSTRY IN THE AZERBAIJAN REPUBLIC IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS	22
Бондаренко Н. М., Гринько І. С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ	25
Кобзар Н. І., Разумова Г. В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	29
Шапошнікова І. О. ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЖИТЛА	32
Шушкова Ю. В. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ ДЛЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ	36

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Акіменко А. А., Деркач О. Г. ОБГРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ «ЯСНОГОРОДСЬКА ПЛЕМІННА СТРАУСИНА ФЕРМА»)	40
Барна С. С. ФЕНОМЕН ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ	42
Бицюра Л. О. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ	44

Брич Б. В. ЕНЕРГОСЕРВІСНИЙ РИНОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.....	46
Вовк М. О. ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОНОВЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	49
Гаражджук І. В. АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	52
Дюк А. А. МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ.....	55
Каневська А. Б., Святненко В. Ю. ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NETFLIX).....	57
Кишин О. В., Цимбала У. Б. ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО МІСЦЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	63
Клочко Т. А. ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	66
Колісник Н. А. СУТНІСТЬ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ	68
Лучків В. І., Шубан В. Г., Дідик В. І. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ	72
Ляховська О. В. ВИРОБНИЦТВО СВИНИНИ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	74
Фішер Н. В. ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ЯК СКЛАДОВА АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ	78
Харчук О. Г., Шадой В. С. УПРАВЛІННЯ МЕХАНІЗМОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	81
Чугрій Г. А. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	84
Шпак Я. О. СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	88
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Максютенко А. В., Арестов С. В. ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС.....	91
Порошенко К. С., Арестов С. В. РІВНІ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ.....	95

Собчик В. Д., Арестов С. В.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 97

Таранець І. Р., Арестов С. В.
СТИМУЛЮВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ 100

СЕКЦІЯ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Черба В. М., Серіков К. Є.
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК НОВИЙ СПОСІБ ВИРІШЕННЯ
СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ 104

СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Khalleefah Ahmed Mohammed Saed
THE INDUSTRIAL ENTERPRISE STRATEGIC COST ACCOUNTING
FRAMEWORK IMPLEMENTING AND IMPROVEMENT..... 108

Дубинська О. С., Щічка Л. О.
ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ОБЛІКУ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ
ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ 111

Конюшенко Т. Ю., Мисюк В. О.
АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ 114

Ткач Ю. В.
ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 119

СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Павленко О. П.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО
РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ..... 121

СЕКЦІЯ 8. ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Вента Н. С.
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ВИКОРИСТАННЯМ
КОШТІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ ЗА ДОПОМОГОЮ
СИСТЕМИ PROZORRO 124

Витвицька У. Я., Пукіш О. В.
КОНЦЕПЦІЯ БЕЗБЮДЖЕТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
«BEYOND BUDGETING» 126

Горбачова О. М., Чиженко В. В.
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ПЕРЕСТРАХОВОГО РИНКУ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ПЕРЕСТРАХУВАННЯ 130

СЕКЦІЯ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Мушеник І. М.
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ 134

СЕКЦІЯ 10. МАРКЕТИНГ

Бондаренко А. Г., Малтиз В. В.

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ
ТА ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 139

СЕКЦІЯ 11. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Байда Б. Ф.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ПОНЯТТЯ
«СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ» 142

Мацькевич О. Ю., Василик К. В.

ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ HR-МЕНЕДЖЕРА
В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 145

СЕКЦІЯ 12. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Паустовська Т. І., Прігова Є.

ЛОГІСТИЧНІ РИЗИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
ТА ЗАХОДИ ЇХ ЗАПОБІГАННЯ 149

СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бех А. А.

аспірантка кафедри міжнародного бізнесу

*Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ЕЛЕКТРОННИХ КНИГ У КИТАЇ

У 2007 році американська компанія «Amazon» запустила на міжнародний ринок «Kindle» – пристрій на основі технології електронних чорнил (англ. «E-Ink») для читання електронних книг [1]. У 2010 році «Amazon» заявила, що на кожні 100 паперових книг, проданих компанією, доводиться в середньому 143 продані книги для «Kindle» [2]. Розширюючи своє міжнародне домінування, у 2008 році «Amazon» придбала компанію аудіо-книг «Audible», а у 2013 році придбала компанію у сфері цифрових коміксів «ComiXology» та компанію «Goodreads», основний продукт якої – це соціальна мережа для читачів [3]. Довгий час увага світової спільноти була прикута до успіхів «Amazon» на ринку електронних книг США та Європи, однак у 2017 році рекордно успішне IPO китайської компанії «China Literature» на Гонконгській біржі показало наскільки ринок електронних книг у Китаї був недооціненим західними компаніями, в тому числі компанією «Amazon».

За даними «Bloomberg», вже до середини дня в Гонконзі ціна акцій «China Literature» подвоїлася, і її ринкова капіталізація перевищила 91 млрд Гонконзьких доларів (11,66 млрд дол. США). У своїй заяві на IPO «China Literature» оприлюднила дохід у розмірі 2,6 млрд юанів (384 млн. дол. США), що на 59,1% більше порівняно з 2015 роком: компанія показала темп зростання більш ніж удвічі більше, ніж у «Amazon» [4]. За 2018 рік доходи «China Literature» становили 5,04 млрд юанів (716 млн дол.), а загальна кількість щомісячних читачів – 213,5 млн [5, с. 5].

У 2019 році кількість читачів електронних книг у Китаї становила 326 млн осіб, що в 1,7 разів більше ніж загальна кількість читачів електронних книг у США та Європі разом узяті [6, с. 71]. У 2019 році загальні доходи на ринку електронних книг Китаю становили близько 1,2 млрд дол. США [7]. У Китаї електронні книги значно дешевші за паперових. Для порівняння: у Китаї співвідношення цін паперових та

електронних книг становить 1:0,4, в той час як, наприклад, у США це співвідношення становить 1:0,7, а у Німеччині – 1:0,8 [6, с. 78].

На початку 2010-х років інтернет-середовище Китаю перебувало у стадії значних трансформацій. Стрімкий технологічний розвиток країни сприяв зменшенню ціни на смартфони для середньостатистичного користувача. Вперше величезна кількість китайців змогли отримати доступ до інтернету з будь-якого місця за допомогою мобільного телефону, який коштує лише близько 160 дол. США. У 2011 році лише дві третини користувачів інтернету в Китаї користувалися мобільним телефоном. У 2019 році 99% користувачів інтернету в Китаї виходять в інтернет за допомогою смартфонів [8].

Найбільш поширений серед китайців пристрій для читання електронних книг – це не спеціальний пристрій, подібний до «Kindle», а простий смартфон, і згідно з даними Відділу публічної інформації Пекінського муніципального комітету, 304 мільйонів користувачів читають китайську онлайн-літературу саме на мобільних телефонах. Обсяг транзакцій на китайських мобільних онлайн-додатках для читання зростає на понад 40% щороку, досягши 18,9 млрд юанів (2,7 млрд дол. США) у 2019 році [9].

Лідерами китайського ринку електронних книг виступають «Zhangyue» та «QQ Reader», які мають 53 млн та 47,5 млн відповідно щомісячних активних користувачів [10]. Великий потенціал має також онлайн-додаток «WeChat Reader», який працює на основі найбільшої китайської соціальної мережі «WeChat», кількість користувачів якої становить більш ніж 1,1 млрд осіб [11, с. 8].

На відміну від «Kindle Store», який по суті є платформою, що продає цифрові версії відомих паперових книжок, у китайських онлайн-додатках продаються електронні книги, які в основному створюються тільки в онлайн-версії. Ще одною значною відмінністю китайської онлайн-літератури виступає інтерактивний підхід до читання: більша частина контенту серіалізована, а це означає, що китайські письменники часто публікують роботу за розділами, інколи змінюючи сюжетні лінії на основі пропозицій користувачів на дискусійних форумах.

Онлайн-додатки на китайському мобільному книжному ринку використовують різні моделі монетизації. Наприклад, «QQ Reader» використовує систему балів: користувачі можуть купувати або заробляти бали та використовувати їх для придбання книг (також доступний варіант платної підписки для отримання доступу до спеціальних знижок в онлайн-додатку). «WeChat Reader» використовує платну підписку на читання необмеженої кількості книг.

Цікаво, що «WeChat Reader» завдяки інтеграції з «WeChat» має певні соціальні функції, які виділяють його від конкурентів та сприяють стрімкому зростанню користувачів:

- користувачам доступний лідерборд, який показує скільки часу їх друзі витрачають на читання;
- користувачі можуть поділитися своїм місцем у лідерборді та часом, який вони витрачають на читання, на «WeChat Moments»;
- головна сторінка онлайн-додатку показує, які книги зараз читають друзі користувача;
- заробляючи бали за спільне використання онлайн-додатку чи, наприклад, за регулярність читання, користувачі потім можуть використовувати ці бали для читання нових книг.

Компанія «Amazon» намагається адаптуватися до китайської моделі онлайн-видавництва. У китайському «Kindle Store» доступні онлайн-романи, з безкоштовним першим розділом. Багато електронних книг серіалізовані, що дозволяє читачам платити за розділами. Також іноді письменники змінюють свої сюжетні лінії, ґрунтуючись на відгуках онлайн-читачів, щоб заохочувати їх продовжувати платити за користування платформою. У 2017 році «Amazon» випустила спеціальний «Kindle», який містить платформу «Migu» китайської компанії «China Mobile» та майже півмільйона китайських онлайн-романів.

Однак, попри всі намагання «Amazon» гідно конкурувати з китайськими компаніями, її пристрою «Kindle» важко конкурувати з повсюдним користуванням мобільних телефонів у Китаї. Більш того, китайські компанії навчилися ефективно використовувати стратегії зростання за рахунок соціального ефекту та «віральної петлі», а також такі інноваційні моделі доходу, як підписка на необмежену кількість книг, система балів чи гейміфікація читання. Комбінуючи процес читання з властивостями соціальних мереж, китайські компанії змогли трансформувати традиційне читання книги наодинці у захопливий цифровий досвід, де читачі взаємодіють між собою та можуть впливати на створення контенту улюбленими авторами.

Література:

1. Amazon Annual Report 2007. URL: <https://ir.aboutamazon.com/static-files/56afc458-02b3-4938-9918-85d610d6f146> (дата звернення: 20.02.2020).
2. Miller, C.C.: E-Books Top Hardcovers at Amazon. The New York Times. 19 Jul 2010. URL: <https://www.nytimes.com/2010/07/20/technology/20kindle.html> (дата звернення: 20.02.2020).
3. Heater, B., Ha, A.: A Decade of Amazon Kindle. TechCrunch. 19 Nov 2017. URL: <https://techcrunch.com/2017/11/19/a-decade-of-amazon-kindle/> (дата звернення: 20.02.2020).
4. Chen, L.Y., Lee, J. China Literature Soars in Hong Kong Debut after Tencent Spinoff. Bloomberg. 8 Nov 2017. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-11-08/china-literature-soars-in-h-k-debut-after-spinoff-from-tencent> (дата звернення: 20.02.2020).

5. China Literature Annual Report 2018. URL: <http://ir.yuewen.com/media/1213/2018-annual-report.pdf> (дата звернення: 20.02.2020).
6. Digital Media Report 2019. Statista. Dec 2019. URL: <https://www.statista.com/study/44526/digital-media-report/> (дата звернення: 20.02.2020).
7. eBooks in China. Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/213/117/ebooks/china> (дата звернення: 20.02.2020).
8. Borak, M. Eight Years of Huge Changes to the World's Biggest Internet Population, Visualized. Abacus. 18 Sep 2019. URL: <https://www.abacusnews.com/digital-life/who-typical-chinese-netizen/article/3027154> (дата звернення: 20.02.2020).
9. Hong, J. China's Online Reading Craze Is So Big It's Challenging Amazon's Kindle. Forbes. 17 Jul 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/jinshanhong/2017/07/17/chinas-online-reading-craze-is-so-big-its-challenging-amazons-kindle/#5f1ba2c34a8c> (дата звернення: 20.02.2020).
10. Graziani, T.: Chinese Mobile Ebook Market Is Booming. WalkTheChat. 27 Oct 2018. URL: <https://walkthechat.com/chinese-mobile-ebook-market-is-booming/> (дата звернення: 20.02.2020).
11. Tencent Annual Report 2018. URL: <http://cdc-tencent-com-1258344706.image.myqcloud.com/storage/uploads/2019/11/09/da62661e976ea6cf64551dc5cdf079ea.pdf> (дата звернення: 20.02.2020).

Любчик К. Л.

аспірант кафедри Міжнародного обліку та аудиту

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

ПРІОРИТЕТНІ СКЛАДОВІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО КІНЕМАТОГРАФА В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ

Креативні індустрії здатні ефективно вирішити цілу низку найгостріших економічних і соціально-культурних проблем України, справити вагомий позитивний вплив на нарощування експортного потенціалу нашої держави, створення нових робочих місць, підвищення її міграційної і культурної привабливості, а також модернізацію традиційних інститутів культури та диверсифікацію впроваджуваних у господарській практиці методів маркетингу й менеджменту. Тож неабияку роль в становленні даної індустрії посідає державна підтримка вітчизняного кінематографу.

У системі фінансових механізмів розбудови в Україні повноцінної системи вітчизняного кінематографу основні зусилля мають бути спрямовані на:

– запровадження системи зборів на підтримку вітчизняного кінематографічного сектору за усім вартісним ланцюгом – від

кіноосвіти і кіновиробництва до дистриб'юції і прокату фільмів, підтримки кінотеатрів, просування кінострічок у цифрових медіа і на телебаченні. Таким чином, система зборів має поширюватись на дистриб'юторів і кінопрокатників, телеканали й операторів телевізійних кабельних мереж, провайдерів інтернету і демонстраторів кінострічок та стягуватись з їх доходів (дистриб'юційних, від прокату фільмів, рекламних доходів, доходів від кабельних мереж й інтернет-послуг). Адміністрування даної системи збору передбачає в якості обов'язкових умов розроблення порядку обчислення і сплати зборів, встановлення їх розміру (3-5%), відкриття спеціального рахунку для акумулювання грошових коштів та чітке регламентування напрямів їх цільового використання на потреби фінансової підтримки українського кіновиробництва, розбудови національної кінопрокатної і дистриб'юційної мереж;

- диверсифікацію і розширення масштабів державної підтримки вітчизняних фестивалів та збереження кінематографічної спадщини. Як свідчить світовий досвід, саме фестивалі кіно здатні забезпечити ефективно просування кінопродуктів до глядачів, суттєво поліпшити бізнес-середовище кіноіндустрії, а також розширити масштаби залучення до неї приватного інвестиційного капіталу;

- запровадження порядку відшкодування зарубіжним продюсерським компаніям частини їх загальних витрат на проведення в Україні кінозйомок українських фільмів, проведення технологічних операцій та монтажно-тонувальних робіт;

- надання приватним інвесторам права бути першими бенефіціарами коштів, вкладених у створення фільмів, за умови отримання кінострічками державної фінансової підтримки за поширеною у західних країнах схемою last in – first out.

Динамізація розвитку вітчизняного кінематографічного сектору є неможливою без радикального удосконалення нормативно-правових механізмів. Вони мають бути зорієнтовані на нівелювання існуючої дотепер недосконалості законодавчої бази України в частині реалізації системної державної протекціоністської політики відносно української кінематографії. Це передбачає реалізацію комплексу заходів щодо:

- повного законодавчого урегулювання усіх питань, пов'язаних з бюджетним і позабюджетним фінансуванням українських фільмів, а також залученням вітчизняних телекомпаній до виробництва фільмів для кінотеатральних мереж;

- нормативно-правового закріплення статусу Державного агентства України з питань кіно як центрального державного органу виконавчої влади із законодавчим наділенням його функціональними компетенціями у сфері реалізації стратегії реформування національного кінематографічного сектору, а також розпорядження державним

бюджетним фінансування на підтримку кінематографії та зборами на її розвиток;

- усунення законодавчої норми щодо обмеження частки державної фінансової підтримки кінофільмів, що становить нині 50% загального кошторису на їх виробництво;

- законодавча кваліфікація статусу онлайн-видань та нормативно-правове унормування функціонування онлайн-ресурсів: онлайн-«медіа», «нових медіа» та пошукових систем із запровадженням відповідальності за поширюваний інформаційний контент.

У системі організаційних механізмів розвитку вітчизняної кінематографії пріоритетного значення набуває залучення комерційного і державного телебачення до спільного фінансування кінопроектів з подальшим прокатом кінострічок на телебаченні. При цьому розмір фінансового внеску кожного учасника має визначатись такими параметрами як загальний бюджет кінокартини, кількість глядацької аудиторії каналу і обсяг його мовлення, права показу та ін. У такий спосіб здійснюватиметься відбір телебаченням кінопроектів та кіносюжетів для великого і малого екранів з урахуванням їх художніх й економічних характеристик, а також його безпосередня участь у творчому процесі та просуванні вітчизняної кінопродукції, а також привласненні авторських і майнових прав. Не слід скидати з рахунків і розширені можливості телеканалів щодо анонсування виходу кінострічок у широкий прокат та підтримки глядацького інтересу до них під час знімального періоду способом представлення інформації у новинах, інтерв'ю з режисерами й акторами, випуску циклових програм тощо. Завдяки цьому реалізовуватиметься бізнес-стратегія так званого попереднього передпродажу кінопродуктів на телебаченні («пресейл»), коли увесь комплекс маркетингових комунікацій з потенційними глядачами (пряма реклама, public relations, product placement) буде сконцентрований навколо героя або героїв. Інакше кажучи, економічний ефект пресейлу фільмів оцінюється на основі таких моніторингових параметрів як глядацький рейтинг телеканалу та частка глядачів, котрі переглянули кінострічку, у загальній кількості населення.

З урахуванням загалом низького рівня поінформованості іноземних партнерів про кількісно-якісні параметри вітчизняної кіногалузі та перспективи її подальшого розвитку у число пріоритетних механізмів розвитку кінематографії висувається інформаційний. Справа в тому, що багаторічний, практично автаркічний від світових трендів розвиток української кіноіндустрії, брак інструментів ринкового просування її продукції сформували у глобальних гравців кіноіндустрії цілковитий «інформаційний вакуум» щодо ресурсного потенціалу України як кінематографічної держави. У результаті наша держава залишається практично виключеною із загальносвітових процесів інтернаціоналізації

кіноіндустрії та сформованих у даній галузі глобальних вартісних ланцюгів. Тож на часі сьогодні – подолання існуючої інформаційної асиметрії у даній сфері на основі:

- формування інформаційних реєстрів, веб-сайтів і баз даних щодо ресурсних можливостей українських кінолокацій, кіностудій, продюсерських центрів, а також акторів, технічного персоналу та інших учасників кіновиробничого процесу з метою формування попиту на них з боку закордонних знімальних груп;

- активне залучення органів регіональної влади і місцевого самоврядування до рекламування місцевих локацій, придатних до використання у реалізації кінематографічних проектів;

- активізація проведення різного роду інформаційних акцій, кінофестивалів, кіноконкурсів з популяризації українського кіно та залучення підприємницьких структур до співучасті у реалізації кінематографічних проектів;

- здійснення хронологічно-тематичної каталогізації українських кінематографічних творів з присвоєнням їм індексів документації, створенням файлів з кодами виробництва та баз даних з інформацією про кінофільми на основі європейських і міжнародних стандартів, а також матеріальним стимулюванням діяльності у сфері комплектування колекцій;

- забезпечення широкого висвітлення у засобах масової інформації перебігу національних і міжнародних конкурсів у сфері кіномистецтва з урочистим оприлюдненням їх результатів, вручення премій, відзнак і нагород;

- масштабне залучення до співробітництва із суб'єктами кінематографічного бізнесу навчальних і наукових закладів даного напрямку з метою імплементації у вітчизняну господарську практику міжнародного досвіду у сфері інформаційно-консультаційної підтримки господарської діяльності у сфері кінематографії;

- включення у вітчизняну кінематографічну мережу низки консультаційних і дорадчих служб; бізнесових, професійних і громадських організацій з метою нарощування інформаційного забезпечення даної сфери вітчизняної креативної індустрії;

- поширення практики попередніх презентацій перед дистриб'юторськими компаніями і директорами кінотеатрів і кінотеатральних мереж створених українськими кіностудіями продуктів на щорічних Літньому і Зимовому кіноринках, що проводяться з 2013 р. у Києві та Одесі. Отримана на даних кіноринках аудіовізуальна інформація, налагоджені безпосередні контакти і конструктивний діалог професійних учасників кінематографічного сектору дадуть змогу не тільки ефективно планувати графіки прем'єр українських кінострічок, але й формуватимуть додатковий ринковий попит на них та

забезпечуватимуть індивідуалізацію комерційного підходу до кожного фільму, з точки зору максимального розкриття ринкового потенціалу його комерціалізації.

Хила Є. П.
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Ужгородський національний університет
м. Ужгород, Україна

ПЕРЕДУМОВИ ТА ФАКТОРИ МІГРАЦІЙНИХ ПЕРЕМІЩЕНЬ МОЛОДІ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Характерною рисою сучасного етапу розвитку світового господарства є інтенсифікація глобалізаційних процесів, невід'ємною складовою яких виступає міжнародна міграція. Міграції є ознакою постійного порушення і відновлення рівноваги в системі соціальних зв'язків, важливим чинником саморегулювання соціальної системи. За останні десятиліття процес міграції став чи не найдинамічнішим явищем у світовому суспільстві.

Міграція є особливою формою соціального та економічного життя багатьох країн світу. Міграція є джерелом економічного зростання, вона зменшує нерівність і забезпечує зв'язок між різними суспільствами.

Міжнародна міграція має давню історію. Переміщення великої кількості населення завжди відіграло визначну роль у суспільному розвитку. За кілька тисячоліть до нової ери величезні маси людей пересувалися з регіону в регіон. Велич держав Давнього світу (Єгипту, Вавилону, Персії, Греції, Риму та інших) чималою мірою завдячує праці рабів, захоплених під час численних воєн і походів. Головною особливістю давньої міграції робочої сили був її примусовий характер. Середньовіччя характеризується різким ослабленням міжнародної міграції робочої сили. Найбільш розповсюдженою формою міграції цього періоду була «військова» [1, с. 149].

Економічні негаразди, військові конфлікти, національні протиріччя, екологічні катастрофи та інші проблеми постійно штовхають багатьох людей до переміщення по планеті [2].

Основними ознаками міжнародної міграції є: державний кордон, його перетин і відповідний державний контроль як за фактом самого пересування через кордон (і в країні виїзду, і особливо в країні в'їзду), так і за подальшим перебуванням у країні в'їзду.

У науковій літературі відсутній єдиний підхід щодо визначення причин міжнародної міграції.

Так, наприклад, Б. Сумнікова вважає, що основними причинами, що зумовлюють міжнародну міграцію робочої сили, є: незадовільні економічні умови життя працездатного населення в країнах еміграції; стабільно високий рівень заробітної плати в основних імміграційних центрах; порівняно вищий технічний рівень умов праці в країнах імміграції; соціальні умови для більш повної реалізації своїх можливостей у країнах імміграції; природні катаклізми в країнах еміграції і вищий рівень охорони навколишнього середовища у країнах імміграції; політичні причини; воєнні причини; релігійні причини; національні причини; культурні причини [3, с. 402].

І. А. Зіненко зазначає, що міжнародна міграція може бути обумовлена, як економічними, так і неекономічними чинниками. До економічних автор відносить: міждержавні відмінності у рівнях життя населення; міждержавні відмінності у масштабах та структурі нагромадження капіталу; міждержавні відмінності у рівнях зайнятості та безробіття; міждержавні відмінності у структурі попиту на робочу силу та її пропонуванні; міжнародний рух капіталу та транснаціоналізація виробництва; відносне зменшення транспортних та комунікаційних витрат міграції. До неекономічних: демографічні; політичні (правові, релігійні, національні); екологічні; етнічно-культурні; психологічні [4, с. 225].

М. Ковалюк та С. О. Кирченко вважають, що одними з найважливіших економічних підстав міжнародної міграції є: відмінність в стадії економічного розвитку окремих країн; вагомі перспективи кар'єрного росту здібного спеціаліста; значна диференціація у розмірі заробітної плати; обіг капіталу і діяльність корпорацій на світовому рівні [5].

На думку О. М. Ляшенко та О. І. Шампанюк, до вагомих причин міграції населення України можна віднести: можливість покращити власне економічне становище за рахунок підвищення рівня зарплатні та додаткових надходжень; недостатня кількість робочих місць; пошук кращого життя та умов праці за кордоном, а також більше можливостей в соціальній сфері (медичне обслуговування, пенсійне забезпечення, тощо) [6, с. 122].

Міграція – реактивний процес, який реагує на економічні та політичні зміни, причому не лише в країні походження, але й в країнах, куди спрямовується міграційний потік. Міграційні процеси, які відбуваються сьогодні залежать від ряду факторів, які торкаються різних сфер життя. Високий рівень безкомпромісності, економічних розбіжностей між країнами, а також загроза зміни клімату та пов'язані з нею наслідки є ключовими чинниками, що стимулюють міграцію та рух населення.

На основі загальних законів міграції, теорії факторів притягання/ виштовхування (pull/ push) та сучасного розвитку суспільства можна виділити такі загальні міграційні фактори, що спричиняють виїзд молодих мігрантів: економічні, політичні, соціальні та екологічні фактори (таблиця 1).

Таблиця 1

Сучасні чинники міжнародної міграції молоді

Економічні	Соціальні	Політичні	Екологічні	Культурні	Інформаційно-технологічні
Відмінності у середньому рівні заробітних плат в країнах; доступність освіти; фінансова підтримка мігрантів державою; широкі можливості працевлаштування	Незадовільні побутові умови проживання, соціального забезпечення (відсутність соціального захисту, низький рівень освіти та охорони здоров'я).	Військові конфлікти, переслідування за політичними переконаннями	Екологічні лиха у місці проживання, несприятливі кліматичні умови тощо	Бажання до пізнання нових культур, історії, пошук роботи за творчою спрямованістю	Розвиток фінансово доступних засобів комунікації (інтернет, мобільний зв'язок) та розвиток соціальних мереж

Джерело: складено автором

З таблиці 1 можна зробити висновок, що до традиційних соціальних, економічних чинників міграції, додаються інформаційно-технологічні фактори та культурні. Поряд із традиційними факторами, що визначають масштаби та напрями трудової міграції, для міграції молоді характерні сучасні «м'які» фактори, такі як інформаційно-технологічні та культурні. Технологія сьогодні є передовим фактором у сучасному світі, створюючи нові робочі місця, інновації та мережі, дозволяючи всім підключатися до глобальної мережі. Прагнення молоді подорожувати, пізнавати нову інформацію та нові культури, підкріплюються відносно недорогими засобами переміщення та спілкування. Нові, так звані інформаційно-технологічні та культурні фактори підтверджують, що на сьогодні суспільство живе «інформаційному віці», де як інформатика, передові технології, так і культура стали «символами політичної сили та економічного процвітання».

Таким чином, тенденції зростання населення у всьому світі та зниження рівня народжуваності в більшості країн розвинутих країн, старіння населення у країнах з високим доходом та відсутність перспектив для молоді в країнах з низькими доходами, дає підстави прогнозувати, що міграційні процеси серед молоді в глобальній економіці надалі посилюватимуться. Питання відтоку молодого населення є стратегічно важливим питанням для будь-якої економіки, а тому лежить в площині національних інтересів кожної держави.

Література:

1. Дембіцька А. В. Основні етапи міжнародної міграції робочої сили / А. В. Дембіцька // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2013. – Т. 18. – № 4/1. – С. 149-152.
2. Блюк Н.В. Захист трудових прав українських мігрантів / Н. В. Блюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Юридичні науки. – № 813. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/blok.pdf>
3. Сумнікова Б. Поняття та причини міжнародної трудової міграції / Б. Сумнікова // Транснаціональні сім'ї як наслідок української трудової еміграції: проблеми та шляхи їх розв'язання : збірник наукових статей і виступів на міжнародній науково-практичній конференції, 22 березня 2012 року, Львів / Національний університет «Львівська політехніка» [та інші]. – Львів, 2012. – С. 400–407.
4. Зіненко І. А. Причини та сучасні особливості міжнародної трудової міграції І. А. Зіненко ; наук. кер. О. І. Пальчук // Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (27-28 квітня 2017 р., Київ). К. : КНУТД, 2017. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. – С. 225.
5. Ковалюк М. Міжнародна трудова міграція / М. Ковалюк, С. О. Кириченко // X Всеукраїнська студентська науково технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». – 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21823/2/X_VSNTK_2017v2_Kovalyuk_M-International_labor_migration_59-60.pdf
6. Ляшенко О. М. Особливості трудової міграції України / О. М. Ляшенко, О. І. Шампанюк // Молодий вчений. – Квітень 2016. – № 4. – С. 121-125.

Хила Є. П.
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Ужгородський національний університет
м. Ужгород, Україна

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «МІЖНАРОДНА МОЛОДІЖНА МІГРАЦІЯ» ТА ЇЇ МІСЦЕ У СВІТОВИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОЦЕСАХ

Молодь – головна рушійна сила сучасного світу. Вона перебуває в центрі міжнародних, соціальних, економічних і політичних подій. Завдяки високому інтелектуальному потенціалу, мобільності та гнучкості молоді люди мають можливість впливати на суспільний прогрес, визначаючи майбутнє суспільства, держави та світового співтовариства.

Міграція молоді є невід’ємною частиною загальних міграційних рухів процесів/потоків сучасності, але водночас має багато особливостей та специфічних рис, які притаманні саме цій групі як одночасно соціальній та демографічній.

За оцінками, осіб які щорічно покидають свої країни є багато мільйонів [1]. Серед них чимало й молоді. Однак чітке визначення поняття «міжнародна міграція молоді» у науковій літературі відсутнє. Спробуємо запропонувати власне тлумачення вказаного поняття. З цією метою нам необхідно з’ясувати сутність таких понять, як «міграція», «молодь» та «міжнародна міграція».

Загалом термін «міграція» походить від латинського *migro* (*migratio*) – переселяюся, переселення, переміщення. Водночас, аналіз наукової літератури за темою дослідження дає змогу дійти висновку про те, що серед науковців існують різні підходи з даного питання. Так, наприклад, О. Р. Світлов вважає, що міграція має розглядатися як соціо-географічне переміщення, що відбувається між різними соціальними системами і призводить до змін цих систем [2].

На думку Н. Л. Побулавець, міграцію слід розглядати як будь-яке переміщення у просторі, сукупність механічних, професійних і міжгалузевих переміщень, змін просторового положення мігрантів відносно територіально закріплених структур населення [3, с. 376].

Зауважимо, що на сьогодні відсутня й загальноприйнята дефініція поняття міжнародної міграції. Втім, досить поширеним є визначення, у межах якого міжнародна міграція описується на основі включення до неї практично всіх видів переміщень через державні кордони, у тому числі туристичні поїздки й поїздки прикордонних працівників, яких ООН виключає з поняття міграції.

З'ясуємо сутність поняття «молодь». За законодавством України молодь – це громадяни України віком від 14 до 35 років [4]. За статистичною методологією ЄС до молоді належать особи у віці 15-29 років [5]. Світовий банк аналізує групу «молодь» у складі осіб віком від 15 до 24 років [6], так само як і ООН (ЮНІСЕФ) [7]. Водночас ВООЗ пропонує вважати «молодими» людей до 44 років [8].

В науковій літературі існує декілька підходів до визначення вказаного поняття. Найпростішим з них є використання вікових ознак як найголовнішого параметра, що характеризує молодь як певну соціально-демографічну групу.

Так, наприклад, А. В. Бойко вважає, що «молодь» можна визначити як категорію осіб віком від 14 до 35 років, що перебувають на початковому етапі соціалізації, трудової адаптації, наділені трудовою правосуб'єктністю та користуються додатковими, порівняно з іншими працівниками, пільгами та гарантіями у тому числі й у сфері зайнятості [9, с. 70].

Ю. В. Грицай молодь в трудових відносинах розглядає молодь як окрему категорію працівників віком від 14 до 28 років, що характеризується особливим правовим статусом, оскільки враховує вікові межі поняття «дитина» [10, с. 134].

Г. І. Шебанова стверджує, що, визначаючи вікові рамки молоді, слід вважати, що нижня вікова межа молоді збігається з віком, з якого допускається прийняття на роботу, а верхня вікова межа дорівнює 27-30 рокам. Автор обґрунтовувала, що до 27-30 років закінчується біологічне становлення організму, завершується формування професійних інтересів і первісна професійна підготовка в основної маси молоді, що стає на трудовий шлях, а також спливає строк дії встановлених додаткових гарантій для молодих робітників і службовців [11, с. 122].

Поширеним є підхід, який розглядає молодь як перехідну фазу від соціальної ролі дитини до соціальної ролі дорослого. Інколи молодь розглядають як соціально-демографічну групу, головною характеристикою якої є процес соціалізації. Ця позиція передбачає, що найважливішими показниками, які дають змогу розкрити сутність молоді, є не стільки вікові параметри, скільки соціальні показники процесу соціалізації. За цим підходом до молоді відносять тих молодих людей, які ще не почали самостійне трудове життя (тобто учнів), а також працюючих, які ще не мають сім'ї.

Так, О. О. Каретна вважає, що молодь визначається як особлива соціально-демографічна група, обмежена віковими рамками, специфічними соціальними ролями, статусом і соціальними позиціями [12, с. 289].

А. С. Якубова визначає молодь як суспільну групу, яка в силу вікових особливостей, психологічного та соціального розвитку не

завершила процес соціалізації, потребує додаткової підтримки держави та суспільства [13, с. 11].

Як бачимо, дискусійним є питання вікової періодизації молоді. Згідно з найпоширенішою точкою зору, віковими межами молоді вважається період від 16 до 30 років. Але в соціологічній літературі є й інші підходи. Деякі соціологи до молоді відносять осіб віком 11-25 років, інші – 15-28, 16-24 роки тощо. Останнім часом нижньою межею молодіжного віку вважається 14, а верхньою – 35 років. В основу цієї точки зору (14-35 років) – покладено тезу про «продовження юності», збільшення часу входження у трудове життя. На нашу думку, віковий проміжок від 14 до 35 років є прийнятним та обґрунтованим.

Беручи до уваги вказане вище, пропонуємо визначати міжнародну міграцію молоді як територіальні (просторові) переміщення категорії осіб віком від 14 до 35 років через державні кордони (між країнами), пов'язані зі зміною постійного місця проживання і громадянства, зумовлені різними чинниками (сімейними, національними, політичними й іншими), з перебуванням у країні в'їзду, що має довгостроковий (понад 1 рік), сезонний і маятниковий характер, а також з поїздками на роботу, відпочинок, лікування і т. ін.

У сьогоднішньому все більш взаємопов'язаному світі міжнародна міграція стала реальністю, яка стосується будь-якої країни світу. Сучасна мобільність населення через розвинену глобальну мережу транспортних комунікацій, глобалізація освіти та інтернаціоналізація світогосподарських зв'язків, нерівномірності у якості життя, а також екологічні фактори слугують стимулом для багатьох людей по всьому світу мігрувати. Факторами вимушеної міграції стають військові конфлікти, політичні переслідування, відсутність стійких засобів до існування та умов для нормального життя.

Міжнародна міграція молоді стала новим обличчям глобалізації – символом зростаючої взаємозалежності в світі. Разом з тим, найбільше покоління молоді в історії вимагає уваги: вони дуже пов'язані між собою через технологічні та соціальні мережі, їм потрібна освіта та гідні робочі місця, і вони хочуть сказати про своє майбутнє.

Література:

1. Бльок Н. В. Захист трудових прав українських мігрантів / Н. В. Бльок // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Юридичні науки. – № 813. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science.lp.edu.ua/sites/default/files/Papers/blok.pdf>
2. Світлов О. Р. Поняття «міграції»: сучасні погляди та можливі перспективи в контексті теорії соціальної мобільності / О. Р. Світлов. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.soc.univ.kiev.ua/sites/default/files/library/elopen/actprob16_33-42.pdf

3. Побулавець Н. Л. Концептуальні підходи до дефініцій поняття «міграція» / Н. Л. Побулавець // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 373-376
4. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 06.12.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
5. Being young in Europe today – demographic trends [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Being_young_in_Europe_today_demographic_trends
6. International Labour Organization. Unemployment, youth total (% of total labor force ages 15-24) [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.1524.ZS>
7. Youth migration: facts and figures [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.globalmigrationgroup.org/system/files/4._Chapter_1.pdf
8. ВООЗ офіційно продовжила молодість [Електронний ресурс]. – 2015 – Режим доступу: https://ukr.segodnya.ua/lifestyle/food_wellness/vooz-oficialno-prodlila-molodost-642767.html
9. Бойко А. Поняття та правова природа молодіжного безробіття / А. Бойко // Підприємство, господарство і право. 2018. № 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pgr-journal.kiev.ua/archive/2018/2/14.pdf>
10. Грицай Ю. В. Складові, що визначають сутність поняття «молодь»: сучасні підходи / Ю. В. Грицай // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного ун-ту. Юриспруденція. – 2015. – № 15. Том 1. – С. 132-135 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc15/part_1/38.pdf
11. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту : підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К. : «Академвидав», 2003. – 416 с.
12. Каретна О. О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь» / О. О. Каретна // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. / редкол.: С. В. Ківалов (керівник авт. кол.), Л. І. Кормич (ред.), М. А. Польовий (відп. секр.) [та ін.] ; ОНЮА, Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса, 2009. – № 37. – С. 287-291.
13. Мазаракі А.А. Міжнародна економіка. Київ: Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2014. – 564 с.

СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Ahmedov S. V.

Dissertant of Institute of Agrarian Problems,
Ganja Branch of Azerbaijan National Academy of Sciences (ANAS)
Ganja, Azerbaijan Republic

THE MAIN DEVELOPMENT DIRECTIONS OF THE AGRARIAN- PROCESSING INDUSTRY IN THE AZERBAIJAN REPUBLIC IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

One of the important areas in the Azerbaijan Republic that plays an important role in the sustainable development of the country's economy, including the regions, are the agrarian sector. The sustainable development of this area, which has a favorable resource – climate and efficient economic potential, is of particular importance today. The current situation of the rapidly global world, the ongoing socio – economic crises, climate changes, urbanization processes, the gradual decline of the existing arable land and the openness of the threat of hunger against the backdrop of these problems require more attention to the agrarian sector, in particular, the implementation of measures aimed at its comprehensive development. Among these measures, the processing process takes a special place [1, p. 341]. Because the processing of agricultural raws in accordance with the demand and taste of consumers and its presentation to them is a vital issue.

In regional conditions, it is considered necessary to develop existing agrarian – processing processes in accordance with the requirements of the new era, apply new techniques and technologies for the production of quality and highly competitive products, modernize the processing industry.

Thus, taking into account the main development trends of the agrarian sector, it is impossible to imagine it without the processing process and the processing industry without the perfection of agricultural products. Most products, especially technical plants, cannot be used as industrial raw materials without first processing. However, it is inevitable that a number of products will go through even a second, deeper processing process. With all this in mind, it is impossible not to see what role the processing processes play in the sustainable development of the agrarian sector. Especially important is the consideration of one factor here. In accordance with the modern technological development indicators, the development of more durable and more durable plant species, which grow in accordance with the natural and climatic conditions of different regions, gives a great impetus to

the development of the agrarian processing industry. At this time, long-term cooperation and directions of activity are being established between production and processing agencies. It is no coincidence that special attention was paid to the rapid development of agrarian – processing areas in the state programs adopted on the socio-economic development of the regions of the country, and special attention was paid to the modern construction of the activity of this area [2, p. 6].

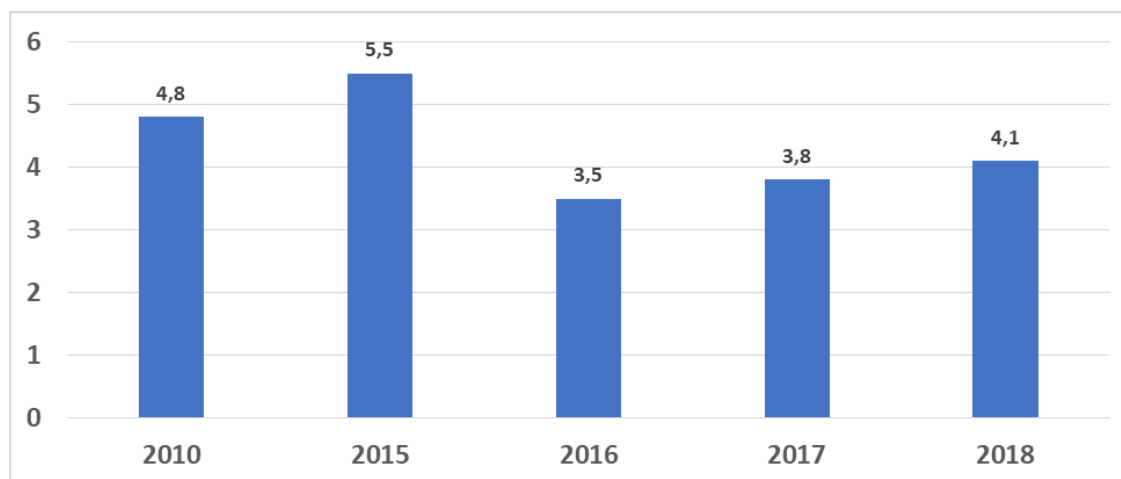


Fig. 1. Agricultural outputs of Azerbaijan Republic in last years (current prices, billion US dollars)

If we analyze the existing statistical indicators on the agrarian sector in recent years, we can see that if the volume of agricultural products produced in Azerbaijan Republic in 2010 was 4.8 billion US dollars, this indicator increased to 5.5 billion US dollars in 2015 (Figure 1). Compared to 2017, the volume of agricultural products produced in 2018 increased and amounted to 4.1 billion US dollars [5]. As can be seen from the analysis, it is necessary to take sustainable economic measures to develop the agrarian sector in Azerbaijan and import local agrarian products.

As can be seen from the analysis carried out, the process of improving the existing investment supply of the agrarian sector and properly directing its internal investment resources is of great importance in terms of financial recovery of this sector. Of course, the level of provision of the population with agricultural and food products depends very much on the timely and normal implementation of production, processing, logistics, agrarian marketing and other agribusiness measures in this area.

It should be noted that the socio-economic development of the regions and the sustainability of this development depend on the activity of agrarian sector. Therefore, the development of this important area is of great importance in terms of ensuring effective employment, complex development of regions and full satisfaction of the country's demand for vital agricultural

and food products [3, p. 151]. One of the important tasks facing us today is to achieve sustainable economic development in line with modern international requirements and the experience of developed countries. In order to ensure sustainable economic development of the country, it is essential to achieve sustainable development of the regions. Of course, ensuring regional development requires, first of all, the development of various areas of the agrarian – industrial sector.

This is possible due to the formation of a competitive agricultural sector, the strengthening of national food security, the constant improvement of the standard of living of the population in rural areas and the efficient integration of the country's agricultural sector into the world market. In order to achieve all this, it is necessary to assess the existing potential for the production of agricultural products on the basis of modern approaches and identify ways to effectively use this potential [4, p. 157].

Observations show that in most agricultural regions of Azerbaijan, economic structures differ from each other and have a different level of development. At the same time, the main issue is the formation of an effective economic structure, taking into account the local potential in each economic district, as well as ensuring a stable pace of development and a high standard of living.

As it seems, the measures aimed at ensuring sustainable socio-economic development of regions in the modern development stage of the Azerbaijan Republic based on modernization constitute one of the main and important directions of modern development of the country's economy. In the analysis of the current real situation, it is of particular importance to identify the economic, organizational and financial shortcomings and to identify the ways of timely elimination in the direction of selection of the main goals and objectives and their correct implementation [2, p. 6]. In general, we consider it expedient to carry out the following measures in accordance with the directions of improving the efficiency of relations between the state and private sector in the agrarian – processing industry in the Azerbaijan Republic:

- in accordance with the requirements of the new post-oil period, timely identification of complex and purposeful forms of priority directions of increasing the competitiveness of the agrarian economy, including processing areas in regional conditions, determination of their perspective development ways;

- implementation of a flexible, unified state policy aimed at increasing the competitiveness of both production and processed products in the agrarian sector by using a wider range of economic, legal and other available means;

- to support priority areas in the field of processing of agricultural products, as well as to ensure structural changes in the agro – processing sector and implementation of private business activities;

- support of agrarian processing organizations in the regions through effective marketing measures and strengthening the internal market protection processes by the state;
- strengthening the existing antimonopoly policy measures implemented in the direction of production, processing, agrarian marketing and their export to the markets of various agricultural products, as well as creating comprehensive and favorable conditions for the export of high-quality and competitive products;
- assistance in the development of existing market infrastructures in this direction, creation of competitive environment, application of international certification) and etc.

References:

1. Шакаралиев А.Ш. Экономическая политика государства: торжество устойчивого и стабильного развития – Баку, Изд. Victory, – 2011. – 542 с.
2. Абдуллаев К.Н. Основные направления обеспечения конкурентного преимущества в национальной экономике, «Конкурентная среда международного бизнеса» Материалы II Международной научно-практической конференции. Уральский Государственный Экономический Университет (Ур. ГЭУ), – Екатеринбург.: Изд-во УрГЭУ., – 2012. – С. 5-6.
3. Кузьмин Д.В. Национальная конкурентоспособность, глобальная нестабильность и макроэкономическое равновесие , – Москва: Наука, – 2015, – 222 с.
4. Экономика агропродовольственного рынка. Учебное пособие (под ред. д.э.н., проф. И.А.Минакова).Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014., 232 с.
5. www.stat.gov.az / agrarian sector of Azerbaijan/ 2018.

Бондаренко Н. М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики

Гринько І. С.

магістрант

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

м. Дніпро, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Висока динаміка процесів формування ринкових відносин в сферах господарської діяльності, глобалізація фінансових ринків, відкритість економік та все більша їх взаємозалежність обумовлюють зростання нестабільності національної валюти, через це роль механізму валютного регулювання зростає.

Глобальна фінансова криза, яка призвела до девальвації, різних за ступенем стійкості, валют, показала недоліки та проблеми в такому механізмі. Одну із головних ніш у процесах відновлення валютного ринку, ефективної організації валютних відносин в Україні займає розробка механізму реалізації валютної політики. Погіршення ситуації на валютному ринку та зростання його тіньового сегменту, зростання рівня доларизації економіки, високі девальваційні процеси, катастрофічне зменшення валютних резервів Національного банку України, – ці явища свідчать, що зміни в механізмі валютного регулювання недостатньо сприяють вирішенню зазначених проблем. Тому валютна політика, будучи однією з головних форм регулювання зовнішньоекономічних відносин, є ключовим елементом у реалізації державного впливу на господарські процеси.

Дослідженню самого терміну «валютне регулювання» присвячені роботи багатьох вітчизняних учених. Так, наприклад, А.П. Рум'янець зазначає, що валютне регулювання – діяльність державних органів щодо контролю валютного обігу, впливу на курс валюти та обмеження використання національної валюти [1]. Н.В. Божидарнік стверджує, що валютне регулювання – це спеціальний правовий режим реалізації валютних відносин, який передбачає заходи, спрямовані на організацію функціонування внутрішнього валютного ринку [2].

У широкому розумінні валютне регулювання розглядається як система, один із механізмів державного впливу на певні економічні процеси (регламентація міжнародних розрахунків, порядок здійснення операцій з валютними цінностями, керування обігом валюти, вплив на обмінний курс національної валюти, контроль за веденням валютних операцій); у вузькому розумінні валютне регулювання розглядається як метод, форма чи інструмент системи державного управління міжнародними економічними відносинами, регулювання економіки або зовнішньої торгівлі».

Стосовно нашої держави, то починаючи з 1993 р., діяльність із питань валютного регулювання підпорядковувалася Декрету Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання». Нормативно правове поле, що склалося в 90 ті роки минулого сторіччя, дозволяло перелік лише окремих валютних операцій. Водночас інші операції, які не зазначені в Декреті, були заборонені. Такий жорсткий контроль валютного законодавства на початку незалежності України мав на меті зменшити вплив капіталу за кордон, що було необхідним для того, щоб утримати національну економіку.

Система валютного регулювання була непрозорою для суб'єктів валютних операцій та створювала додаткові труднощі при вступі у валютні правовідносини. Декрет КМУ містив досить жорсткі умови реєстрації в Національному банку України, зміни сторони в договорі

позики між українською компанією й компанією нерезидентом (нерезидента позикодавця зобов'язували подати до банку договори, які підтверджували умови заміни позикодавця, що зарубіжні партнери в свою чергу вважали конфіденційною інформацією та відмовлялись розголошувати ці дані). Таким чином, вітчизняна компанія залишалася в скрутному становищі [3]. На зміну Декрету прийшов Закон України «Про валюту і валютні операції» від 06 червня 2018 р., який набув чинності 07 лютого 2019 р. Метою нового законодавства стало послаблення валютного контролю в державі, спрощення проведення операцій валютного обміну в банках, зміна умов міжнародних переказів.

На відміну від Декрету, новий Закон надає чітке визначення валютному регулюванню – це діяльність Національного банку України та Кабінету Міністрів України, яка спрямована на регламентацію здійснення валютних операцій суб'єктами валютних відносин і уповноваженими установами [4]. Для можливості проведення оцінки українського законодавства зробимо аналіз валютного регулювання провідних країн світу.

Розглянемо для прикладу систему валютного контролю Німеччини. Одним із ключових принципів регулювання валюти в Німеччині є вільний рух капіталу, але водночас існує жорсткий контроль у формі обліку капіталу, який перетинає кордон. Початком системи валютного контролю в Німеччині можна вважати Закон «Про валютний оборот і контроль за товарами» від 1949 р., що містив заборону на рух валюти й обмеження на операції з майном між громадянами та іноземцями. Закон продовжує діяти на поточний момент із більш лібералізованими змінами, який нині має назву – Закон «Про валюту».

Порівнюючи вітчизняний досвід переходу до лібералізованого валютного контролю з країнами Європи, можна виокремити спільні ознаки. Завдяки спрощенню проведення валютних операцій для розвитку підприємництва й міжнародного співробітництва з'являється потреба в здійсненні заходів боротьби з відмиванням за допомогою фінансових установ доходів кримінального походження, що для економіки країни з таким високим рівнем тінізації, як в Україні, є небезпечним.

Загалом Закон України «Про валюту і валютні операції» подається як лібералізація валютного регулювання, однак при детальному дослідженні основних моментів можна виявити низку обмежень, а саме:

- резервування коштів за валютними операціями;
- встановлення граничних строків для розрахункових операцій, які пов'язані з міжнародним товарооборотом;
- запровадження лімітів на проведення деяких валютних операцій;
- продаж частини від іноземних надходжень і ряд інших заборон.

Задля підведення підсумків представимо порівняльну характеристику валютного регулювання після введення нового Закону в дію (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика валютного регулювання в Україні

Декрет «Про систему валютного регулювання»	Закон «Про валюту і валютні операції»
6 типів індивідуальних ліцензій	Індивідуальних ліцензій немає
Усі операції підпадають під валютний контроль	Валютний нагляд для операцій на суму, що перевищує 150 тис. грн.
Граничний строк розрахунків за операціями ЗЕД більше 180 днів	Без обмежень, інформація щодо строків закриття контрактів ЗЕД збирається для статистичних цілей
Реєстрація кредитів із-за кордону	Подання інформації для статистичних цілей
Припинення ЗЕД при порушенні строків закриття контрактів	Немає
Декларування валютних цінностей за кордоном	Немає

Отже, новий Закон більш ліберальний, гнучкий, має спрощену процедуру обміну валюти та відповідає потребам сьогодення.

Погіршення економічної ситуації в Україні з 2014 р., що супроводжувалося збільшенням обсягів державних запозичень, високим рівнем інфляції, зменшенням інвестицій в розвиток економіки, падінням національної валюти та недосконалою законодавчою базою мало суттєвий вплив на стан валютного ринку в цілому. Істотні заходи держави у вигляді послаблення валютного контролю й спрощення проведення операцій повинні сприяти стабілізації зовнішньоекономічних відносин України з іншими країнами.

Література:

1. Рум'янцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність / А.П. Рум'янцев, Н.С. Рум'янцева. – К.: Центр учбової літератури, 2012 – 296 с.
2. Божидарнік Н.В. Валютні операції / Н.В. Божидарнік, Т.В. Божидарнік. – К.: Центр учбової літератури, 2013 – 698 с.
3. Крупко Я. Деякі питання вдосконалення валютного законодавства України / Я. Крупко // Підприємство, господарство і право. – 2018. – № 8. – С. 149-151.
4. Закон України «Про валюту і валютні операції» від 21.06.2018 р. № 2473 VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

Кобзар Н. І.

завідувач кафедри економічної теорії і права

Разумова Г. В.

доцент кафедри фінансів, обліку та маркетингу

*Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
м. Дніпро, Україна*

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Розвиток національної економіки країни забезпечується завдяки ефективному регулюванню, яке спрямовано на досягнення поставлених цілей та завдань. При цьому ключовим напрямом державного регулювання економіки є формування та реалізація відповідної до існуючих умов державної регуляторної політики. За результатами дослідження досвіду провідних країн світу можна зробити висновок, що для розвитку національної економіки потрібна ефективна державна регуляторна політика, створення та впровадження регуляторного менеджменту для процвітання й підвищення добробуту громадян через створення відповідних умов життя, роботи та ведення бізнесу. При дієвій регуляторній політиці держава, підвищуючи добробут населення та його доходів, має можливість забезпечити економічне зростання країни в цілому, що позитивно відображається на змінах у надходженнях до бюджетів всіх рівнів.

Згідно з Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності визначається як напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України [1].

У процесі становлення державної регуляторної політики та методів регулювання процесів в економіці важливим елементом є створення та розробка ефективних механізмів управління [2, с. 5].

До проблем, що безпосередньо впливають на реалізацію державною регуляторної політики, відносяться:

- відсутність якісного моніторингу відгуків зацікавлених сторін та професійної оцінки відповідної звітності, що призводить до неможливості розробки плану дій для покращення результатів;

- нерозповсюдженість використання громадських слухань в процесі формування регуляторної політики;
- низький рівень співпраці уряду з населенням.

Таким чином, можна зробити висновок, що в Україні має місце нерозвиненість механізму та практики взаємодії громадян з урядом під час формування і реалізації державної регуляторної політики, що в свою чергу призводить до низького рівня зацікавленості населення щодо майбутнього країни.

В цілому головними напрямками реалізації регуляторної політики в Україні за останні роки є такі:

- оптимізація регуляторної політики;
- дерегуляція у сфері господарської діяльності;
- формування та провадження прозорості та якісної регуляторної політики в Україні.

Так, у 2016 році продовжилось активне реформування сфери регуляторної політики, насамперед через запровадження обов'язковості здійснення регуляторними органами «cost-benefit analysis» (оцінки витрат та економічних вигод) та SMI-testy.

Проте у 2016-2018 роках на центральному та регіональному рівні зберігся безсистемний, формальний характер підходу до планування регуляторної діяльності. Також була зафіксована тенденція до зниження регуляторної активності органів виконавчої влади в цілому, що є характерним для регуляторної діяльності органів виконавчої влади протягом трьох попередніх років. Зниження активності у 2016 році пов'язано з впровадженням оновленої Методики проведення аналізу регуляторного впливу. Ця методика передбачає обов'язковість проведення аналізу на основі кількісних розрахунків вигод і витрат від запровадження регулювання, дозволяє мінімізувати витрати бізнесу та держави від дії неефективних регуляторних актів, а також зменшити адміністративне навантаження на бізнес, що в результаті сприятиме його сталому розвитку та економії бюджетних коштів [3].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2016 року № 615 «Про затвердження плану заходів щодо дерегуляції господарської діяльності та визнання такими, що втратили чинність, деяких розпоряджень Кабінету Міністрів України» визначено план завдань та заходів, строки й призначено відповідальні за виконання органи: міністерства, центральні органи виконавчої влади та інші державні органи. Цей план спрямовано на скасування недоцільних та обтяжливих адміністративних бар'єрів, зменшення втрат часових і грошових ресурсів, скорочення кількості важких та непотрібних контрольних-перевірочних заходів тощо. Проте Державна регуляторна служба України в аналітичному звіті за 2018 рік оцінила стан виконання плану дерегуляції незадовільним, а роботу органів виконавчої влади

щодо реалізації цього плану – несистемною. Згідно зі звітом, на кінець 2018 року, відповідно до плану дерегуляції, повинно було бути виконано 109 заходів, проте фактично виконано лише 64 (58%) [4].

Отже, процес розробки та реалізації регуляторної політики потребує змін, адже саме зміни є основою розвитку.

Під час дослідження було проведено порівняльний аналіз регуляторної політики провідних країн для виявлення можливостей покращення вітчизняної державної регуляторної політики. Так, до основних напрямів пропонується віднести такі:

- забезпечення прозорості, якості й системності в розробці та реалізації державної регуляторної політики;
- активне залучення зацікавлених сторін (представників бізнесу, громадських об'єднань міжнародних, вітчизняних експертів, науковців) до участі у формуванні державної регуляторної політики;
- підвищення якості підготовки проєктів регуляторних актів та аналізу регуляторного впливу;
- посилення серед відповідальних за регуляторну політику інституцій відповідальності за недотримання та невиконання обов'язків, а також вимог чинного законодавства;
- делегування обов'язків та владних повноважень органам місцевого самоврядування, що дозволить поширити принцип діалогу сторін;
- забезпечення виконання регуляторного органами заходів щодо відстеження результативності регуляторних актів;
- впровадження програми зменшення адміністративних вимог (адміністративне зниження), дерегуляція.

В цілому, як показали результати дослідження, в Україні є перспектива покращення практики формування та реалізації державної регуляторної політики, а також можливість імплементації зарубіжного досвіду на основі його критичного аналізу.

Література:

1. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>.
2. Овчар Н. П. Регуляторна діяльність місцевих органів публічної влади у сфері розвитку реального сектору економіки регіону: дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2016. 212 с.
3. Інформування про здійснення державної регуляторної політики. URL: <http://www.drs.gov.ua/regulatory-policy-category/informuvannya-pro-zdijsnennya-derzhavnoyi-regulyatornoyi-polityku>.
4. Аналітичний звіт Державної регуляторної служби за 2018 рік. Державна регуляторна служба України. URL: <http://www.drs.gov.ua/press-room/analitichnyi-zvit-drs-za-2018-rik>.

5. Разумова Г. В. Концепція управління змінами регуляторної політики розвитку національної економіки. Економіка та держава. 2019. № 8. С. 58-61. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.8.58

Шапошнікова І. О.

викладач кафедри економіки будівництва

*Київський національний університет будівництва і архітектури
м. Київ, Україна*

ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЖИТЛА

Державне регулювання первинного ринку житлової нерухомості буде ефективним лише за одночасного виконання двох умов: збереження довгострокової рівноваги між обсягами попиту і пропозиції житлових об'єктів бажаного рівня комфортабельності та забезпечення різних верств населення житлом. Для ефективної реалізації державних функцій у зазначених напрямках виникає необхідність постійного моніторингу стану та тенденцій розвитку ринку житла. Тому важливими подальшими діями державної політики мають стати, в тому числі, організаційні заходи, спрямовані на забезпечення прозорості функціонування ринку житла, підвищення ефективності впроваджуваних державних житлових програм, покращення інвестиційної привабливості галузі житлового будівництва.

Пріоритетним напрямком удосконалення організаційної структури державного регулювання ринку житла є надання достовірної інформації всім його учасникам за рахунок створення клієнтоорієнтованого державного реєстру новобудов, щойно введених в експлуатацію, та житлових об'єктів, що будуються, на основі комплексної перевірки забудовника, якісних характеристик об'єкту та вартості будівництва. Функціонування зазначеного реєстру має базуватись на створенні відповідної структури з надання інформації про новобудови країни – Центру державного інжинірингового моніторингу вартості житла (далі – Центр) із застосуванням концепції віртуального простору – електронного ресурсу.

Функціональну структуру зазначеного Центру утворюють три фундаментальні складові. По-перше, це *інформаційна* складова, яка є базою даних, що створюється, наповнюється та поширюється спеціалістами та відповідними підрозділами (аналітичними, юридичними) в процесі обробки різних інформаційних потоків. В даному випадку інформаційні послуги щодо змін на ринку новобудов, які мають

надаватися державою, можна визначити як послуги з пошуку, аналізу, обробки та надання інформації одним суб'єктом (державою) іншим (інвесторам, кредитно-фінансовим установам, Мінрегіонбуду, Державному фонду сприяння молодіжному житловому будівництву, регіональним управлінням Держмолодьжитла, Міністерству соціальної політики України, забудовникам, будівельним організаціям та їх асоціаціям тощо). Звідси виникає друга складова – *споживча*, яка полягає у використанні розміщеної на даному електронному ресурсі інформації про стан первинного ринку житла суб'єктами господарювання – інвесторами, забудовниками, державними та місцевими органами влади, ріелтерами, аналітиками тощо. Третя фундаментальна складова – *технічна*, оскільки пропонується Інтернет-ресурс є складною функціонуючою електронною системою, що має розроблятися за допомогою сучасних технологій: технічних і програмних засобів та інноваційних процесів, взаємодія яких забезпечуватиме рух потоків інформації, необхідний для своєчасного надання достовірних оперативних даних щодо первинного ринку житла країни [1].

Таким чином, відносини, що виникатимуть при запровадженні зазначеного Інтернет-ресурсу, мають наступний суб'єктний склад: *розробники* інформаційної мережі та програмного продукту, які складуть інфраструктуру даного електронного ресурсу; *фахівці* з обробки та надання відповідної інформації; *споживачі* інформації – суб'єкти господарювання (громадяни, юридичні особи, державні та місцеві органи влади тощо).

Запропонований Інтернет-ресурс дозволить прискорити і спростити транзакції на ринку новобудов, покращити відкритість інформації, усунути корупційну складову, мінімізувати паперовий документообіг, що призведе у підсумку до загального скорочення фінансових витрат учасників ринку та збільшенню транспарентності первинного ринку житла країни.

Даний Центр обов'язково має бути державним інформаційним ресурсом, який на основі первинних даних створює додаткові інформаційні послуги за допомогою сучасних цифрових технологій. Зазначена структура має підпорядковуватись відповідним державним органам влади з проміжною керуючою ланкою – місцевими виконавчими органами влади. Саме на них покладена відповідальність за забезпечення достовірними даними щодо правочинності операцій з об'єктами нерухомості та наявності дозволів на будівництво житлових об'єктів, проектно-кошторисної та виконавчої документації.

Функціонування Центру, як державної служби, розподіленої на структурні складові, має здійснюватися за допомогою спеціального програмного середовища – інформаційно-управляючої системи. Її мета полягає у забезпеченні зберігання інформації про житловий об'єкт та

забудовника, нагромадженої протягом усього періоду будівництва об'єкту; відстеженні поточного стану документів про етапи здійснення будівництва; швидкому пошуку усіх об'єктів за відповідними характеристиками; оперативному обміні даними між структурними підрозділами; спільній роботі фахівців над об'єктом, що оцінюється; злагодженому функціонуванні усіх систем мережі; забезпеченні безпеки та цілісності даних. Інформаційно-управляюча система має безперервно відслідковувати етапи будівництва житлового об'єкту та надавати оновлені і об'єктивні відомості.

Кожен етап обробки інформації по об'єкту має відповідати певному регламенту дій, які логічно впорядковані і можуть бути оперативно виконані над масивами даних, та обґрунтованій ієрархії прав доступу [2]. Також він має характеризуватися місцем фізичного знаходження файлу змістовної інформації, датою ініціювання етапу, історією будівництва об'єкта та забудовника, ідентифікаційними параметрами користувача.

Робота Центру має базуватись на підході комплексної оцінки споруджуваного об'єкту протягом всього етапу будівництва, який агрегує можливості ВІМ-технологій, а також програмних засобів визначення кошторисної вартості будівництва та наукового аналізу емпіричної інформації й прогнозування. В основу програмної реалізації та координації процесів Центру слід покласти *багатоагентний підхід*. Його суть полягає у відсутності єдиного центру управління, розподілі функцій між агентами (відповідними фахівцями) та можливості реалізації різних схем обміну інформацією між ними. Багатоагентний підхід довів доцільність свого застосування для проектування систем управління послугами саме з децентралізованою і змішаною архітектурою [3]. Підтримка розподіленої роботи фахівців має здійснюватися за допомогою технології VPN, яка дає змогу через Інтернет об'єднувати локальні мережі організацій-партнерів.

Для ефективної реалізації поставлених перед Центром цілей і вирішення завдань необхідна дієва система управління та відповідна їй організаційна структура. Функціональну структуру Центру слід розробити таким чином, щоб у найкоротший час та з найменшими витратами забезпечити запуск в дію у відкритому доступі державного реєстру житлових об'єктів – новобудов.

Для вирішення завдань реалізації національної державної політики по забезпеченню учасників первинного ринку житла достовірною інформацією щодо новобудов країни, методика створення державного реєстру новобудов повинна базуватись, на нашу думку, на трьох структурних рівнях: *аналітично-інформаційного, інформаційно-комунікативного та технічного супроводження*. *Аналітично-інформаційний* рівень є розрахунково-аналітичним відділом, який

відбирає об'єкти до зазначеного реєстру, наповнює його та оновлює, а також надає економічне обґрунтування граничної ціни об'єкту, за якою він може бути обраним для участі у державних житлових програмах. На *інформаційно-комунікативному* рівні здійснюється зв'язок з державними та місцевими контролюючими органами у сфері містобудівної діяльності: Міністерством розвитку громад та територій України; Державною архітектурно-будівельною інспекцією; управліннями містобудування та архітектури державних адміністрацій; службами містобудівного кадастру; виконавчими органами сільських, селищних, міських рад; органами місцевого самоврядування. Головна мета – перевірка забудовника щодо правочинності будівництва об'єкту та законності його діяльності. Також здійснюється низка регулівних заходів: консультації, експертиза проектів, технічна оцінка, технологічний та юридичний аудит тощо. Рівень *технічного супроводження* державного реєстру новобудов передбачає створення спеціального відділу, який відповідає за розробку та подальшу підтримку функціонування технічної частини реалізації реєстру: систем та мереж обміну інформацією, баз даних, відповідного електронного Інтернет-ресурсу.

Очікуваний ефект від організації даного інжинірингового центру полягає у можливості пошуку інвесторами, насамперед домогосподарствами, що потребують покращення умов проживання, житлових об'єктів, які можуть приймати участь у державних житлових програмах. Одночасно визначення аналітичним шляхом оптимальної вартості продажу житла дозволить забудовникам швидко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. Окрім того, своєчасне виявлення помилок дозволить державі зменшити свої фінансові ризики та сприятиме покращенню результативності житлової інвестиційної політики.

Література:

1. Коробський Р.В., Стельмаш А.О. Створення інформаційних систем у державному управлінні. *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*. 2012. № 1. С. 85-90.
2. Степанов В. Ю. Сучасні інформаційні технології в державному управлінні. *Економіка та держава*. 2010. № 9. С. 101-103.
3. Колумба І.В. Багатоагентний підхід до моделювання системи управління послугами в мережах NGN. *Комп'ютерні технології: інновації, проблеми, рішення* : Тези І Всеукраїнської наук.-техн. конф., м. Житомир, 17 квітня 2015 р. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/534/138.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 19.12.2019).

Шушкова Ю. В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансового менеджменту

*Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ ДЛЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

На сучасному етапі розвитку економіки України інноваційна діяльність вітчизняних підприємств характеризується низкою негативних аспектів як щодо стану і динаміки, так і структурних характеристик, які слугують перешкодами на шляху забезпечення технологічної модернізації національного господарства. Зокрема, малими залишаються: частки інноваційно активних промислових підприємств (16,4% у 2018 р.), промислових підприємств, що впроваджували інновації (15,6%), та реалізованої інноваційної продукції (0,8%); кількість переданих нових технологій (технічних досягнень) в середині країни (59 од.) та за кордоном (20 од.); кількість підприємств, які придбавали нові технології (170 од. у 2017 р.), у т. ч. за кордоном (50 од.).

В аспекті динаміки негативними тенденціями стали: зменшення кількості та частки інноваційно активних промислових підприємств (на 46,1% за 2012-2018 рр. та на 2,5 в. п. за 2016-2018 рр. відповідно), скорочення частки реалізації інноваційної продукції (на 5,7 в. п. за 2005-2018 рр.), зокрема нової для ринку; спад інноваційної активності у галузях виробництва хімічних речовин і хімічної продукції (на 3,5 в. п. у 2018 р. до 2013 р.), виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції (на 2,8 в. п.), виготовлення виробів з деревини, виробництва паперу та поліграфічної діяльності (на 2,3 в. п.), виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів, інших транспортних засобів (на 4,1 в. п.); спад обсягу зовнішніх інвестицій в розвиток інноваційної діяльності вітчизняних підприємств (у 22,5 рази за 2005-2018 рр.); зменшення кількості придбаних нових технологій (технічних досягнень) за межами України (на 11,6% у 2017 р. до 2005 р.), у т. ч. придбання устаткування (на 34,1%).

В структурному аспекті ключові недоліки розвитку інноваційної діяльності полягають у низькому рівні фінансуванні наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності (у 2018 р. частка витрат вітчизняних підприємств на інноваційну діяльність склала лише 0,4% від загального обсягу реалізованої інноваційної продукції), скороченні частки підприємств з технологічними інноваціями, зокрема

у промисловості, торгівлі, на транспорті, у складському господарстві, сфері інформації та телекомунікацій, недостатньо раціональній структурі витрат підприємств на інновації (де мала частка витрат припадає на дослідження і розробки, а в основному фінансується придбання машин, устаткування та обладнання), незбалансованості співвідношень інноваційної активності з-поміж секторів малого, середнього і великого бізнесу.

На виправлення зазначених недоліків і проблемних структурно-динамічних аспектів інноваційно-технологічної діяльності слід спрямувати нові дієві механізми, інструменти та засоби державної політики технологічної модернізації економіки України.

В контексті забезпечення технологічної модернізації економіки особливо важливе значення відводиться технологічним інноваціям. Від активності та ефективності діяльності в частині створення, залучення, впровадження і використання сучасних прогресивних технологій залежить активізація процесів поширення технологічного розвитку на увесь національний господарський комплекс. З цих позицій позитивно, що в Україні наявна достатньо велика чисельність підприємств різних напрямів технологічної діяльності та базових елементів технологічної інфраструктури, збільшується кількість підприємств з технологічними інноваціями, зокрема переробній промисловості, зростає чисельність підприємств з технологічними інноваціями у великому бізнесі, переважають підприємства з процесними інноваціями у загальній чисельності підприємств з технологічними інноваціями, збільшується кількість придбаних нових технологій в економіці, підвищується рівень ключових питомих показників господарської діяльності на внутрішньому ринку.

Попри те, для вітчизняної економіки характерні й вади та негативні тенденції, які перешкоджають технологічній модернізації національного господарства та які потребують усунення в процесі більш ефективної державної політики в аналізованій сфері. Це недовикористання потенціалу матеріально-технічної бази технологічного розвитку, мала кількість підприємств з технологічними інноваціями та зменшення чисельності технологічно активних суб'єктів, у т. ч. в сферах ІКТ та МСП, зниження рівня інноваційно-технологічної активності в економіці, зменшення кількості впроваджених нових технологічних процесів, мала частка маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологій у загальній кількості впроваджених технологічних інновацій, переважання продуктових, маркетингових та організаційних інновацій над технологічними.

До системних недоліків формування передумов для технологічної модернізації національного господарства України відносяться істотні диференціації інноваційно-технологічного розвитку за регіонами

країни, що не сприяє її системності та збалансованості. Це підтверджується результатами рейтингування рівнів країни за сумарним індексом інновацій, а також диспропорціями (у понад десятки разів) за кількістю інноваційно активних промислових підприємств, частками промислових підприємств, які впроваджували інновації, були технологічно активними, створювали та впроваджували маловідходні, ресурсозберігаючі та безвідходні технології, чисельністю впроваджених нових технологічних процесів у розрахунку на 100 промислових підприємств, частками працюючих на інноваційно активних промислових підприємствах, обсягами реалізованої інноваційної продукції.

На основі запропонованої та апробованої авторської методики розрахунку інтегрального індексу інноваційно-технологічного розвитку економіки, що передбачала сім етапів: (1) формування показників інноваційно-технологічної діяльності за регіонами країни (за групами: група 1 – ресурсозабезпеченість інноваційно-технологічної діяльності; група 2 – інноваційно-технологічна активність; група 3 – ефективність інноваційно-технологічної діяльності); (2) нормування показників; (3) визначення ваг показників у групі; (4) розрахунок зважених індексів груп показників; (5) визначення ваг для кожної групи показників; (6) розрахунок інтегральних індексів за групами інноваційно-технологічного розвитку; (7) побудова інтегрального індексу, розраховані інтегральні показники ресурсозабезпеченості інноваційно-технологічної діяльності, інноваційно-технологічної активності та ефективності інноваційно-технологічної діяльності за регіонами України у 2009-2018 рр.

Попри підвищення рівня інноваційно-технологічного розвитку економіки України у 2017 р. (до 0,67), у 2018 р. відбувся суттєвий спад – до 0,54, що було нижче середнього рівня та засвідчує наявність недоліків у системі державного управління процесами інноваційного та технологічного розвитку. Значення інтегрального індексу у 2018 р. було навіть нижчим за рівень 2009 р., відповідно, за десятирічний період часу ситуація практично не змінилася та актуалізувалася потреба в удосконаленні державної політики технологічної модернізації економіки України.

Ідентифіковано практично паритетний внесок (вагу) у формування інтегрального індексу інноваційно-технологічного розвитку країни кожної з її складових – ресурсозабезпеченості, активності та ефективності інноваційно-технологічної діяльності, що, по-перше, є додатковим аргументом на користь достовірності моделі та, по-друге, актуалізує важливість реалізації державної політики як в частині покращення ресурсного забезпечення інноваційно та технологічно активних підприємств, активізації інноваційно-технологічної діяльності,

так і зростання її ефективності, внеску в загальний економічний поступ країни.

На поточному етапі розвитку економіки України сформувалася низка системних перешкод активізації інноваційно-технологічної діяльності як важливої умови технологічної модернізації національного господарства. Перешкоди мають як кількісний, так і якісний характер, наявні за всіма ключовими аспектами господарської діяльності в цій сфері: ринково-ресурсними, інституційно-правовими, організаційними, фінансово-економічними, фахово-професійними, соціально-психологічними. Комплексна дія перешкод актуалізує висновок про те, що політика забезпечення технологічної модернізації вітчизняної економіки має бути системною, збалансованою та спрямованою у всі зазначені сфери, при її формуванні та реалізації мають враховуватися чинники фінансово-інвестиційного, матеріального та техніко-технологічного забезпечення, інституційно-правової системи функціонування та організації управління процесами, фінансово-економічних стимулів та соціально-психологічних мотивів усіх суб'єктів системи наукової, науково-дослідної, інноваційно-технологічної діяльності в тісному і взаємовигідному зв'язку та співробітництві з суб'єктами реального сектора національної економіки.

За створення умов для технологічної модернізації економіки відповідальна система державного управління. Існують різні методики та підходи до оцінювання її якості та ефективності. Але за будь-яких із них, в разі невиконання базисних функцій і завдань державна політика об'єктивно неефективна. Саме такі висновки впливають у підсумку аналізу державної політики забезпечення технологічної модернізації економіки України, оскільки основоположні функції та завдання тут нереалізовані. Підтвердженням зазначеного є те, що в Україні відсутній центральний орган та місцеві структури, які забезпечують формування та реалізацію державної політики у сферах наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, трансферу технологій (недоліки в системі організації та управління), несформованою залишається система стратегічного планування технологічної модернізації економіки, відсутніми – конкретні інструменти та механізми регулювання, джерела та обсяги фінансово-ресурсного забезпечення, невизначеними – чіткі вимірники результативності регулювання.

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Акіменко А. А.

студент спеціальності

«Менеджмент організацій і адміністрування»

Деркач О. Г.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

ОБГРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ «ЯСНОГОРОДСЬКА ПЛЕМІННА СТРАУСИНА ФЕРМА»)

Модель SPACE-аналізу використовуються в стратегічному управлінні. Вона застосовується до ключових рішень, які виносяться вищим керівництвом (Senior Management) організації, зокрема засновниками бізнесу та/або його Топ-менеджментом компанії: тут на першому етапі, базуючись на експертному методі, здійснюється оцінка ряду внутрішніх та зовнішніх показників, умов та процесів діяльності підприємства, які обрані як чинники впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Так, зважена оцінка фінансової сили (ФС) ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма» за 10-ти бальною шкалою оцінена в 4,5 балів.

Позитивне значення має показник привабливості галузі (ПС), який дорівнює 4,6 балів. Оцінки стабільності галузі (СТ) та конкурентоспроможності підприємства (КП) знаходяться приблизно та такому ж рівні і відповідно складають – 4,4 і 5,3 бали (табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок зваженої оцінки критеріїв конкурентоспроможності за методом SPACE для ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма»*

Критерії	Оцінка, балів	Вага	Зважена оцінка, балів
1	2	3	4
Фінансова сила підприємства – ФС			4,5

Закінчення таблиці 1

1	2	3	4
рентабельність	6	0,4	2,4
стабільність отримання прибутку	1	0,3	0,3
ліквідність	6	0,3	1,8
Конкурентоспроможність підприємства – КП			5,3
частка підприємства на ринку	6	0,5	3
можливості активного впливу на рівень цін і витрат	3	0,3	0,9
рентабельність продажу	7	0,2	1,4
Привабливість галузі – ПС			4,6
характеристика конкурентної ситуації	3	0,3	0,9
стадія життєвого циклу галузі	4	0,4	1,6
залежність розвитку галузі від кон'юнктури	7	0,3	2,1
Стабільність галузі -СТ			4,4
тривалість життєвого циклу галузі	4	0,4	1,6
ступінь інновативності галузі	5	0,4	2,0
маркетингові та рекламні можливості	4	0,2	0,8

Джерело: *складено автором

Далі на наступному етапі отримані результати представимо на прямокутній системі координат, в якій кожна половина осей X і Y відображає відповідну групу критеріїв (рис. 1).

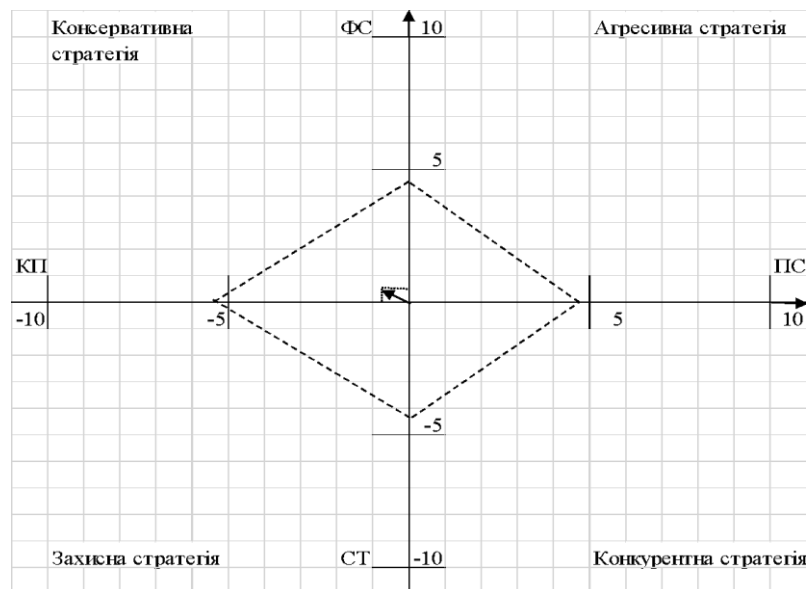


Рис. 1. Вектор рекомендованої стратегії ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма» за методом SPACE*

Джерело: *складено автором

Для того, щоб визначити вектор рекомендованої стратегії, визначимо координати точки Р (х, у) за формулами 2.1 і 2.2:

$$x = \text{ПС-КП} \quad (1),$$

$$y = \text{ФС-СТ} \quad (2).$$

Для ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма» ці координати дорівнюють:

$$x = 4,6 - 5,3 = -0,7;$$

$$y = 4,5 - 4,4 = 0,1.$$

Отже, враховуючи напрям та силу впливу зазначених факторів, базуючись на SPACE-аналізі, ТОВ «Ясногородська страусина ферма» повинне дотримуватися консервативної стратегії та реалізовувати свій потенціал.

Література:

1. Діброва А.Д., Діброва Л. В., Богач Л. В. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Н. 2014. 207 с.
2. Мороз О. В., Воловодюк С. С. Методичні аспекти оцінювання стратегічного становища та економічної конкурентоспроможності підприємств середнього та малого бізнесу // Економіка. Фінанси. Право. 2013. № 11. С. 22-27.
3. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., зі змін. та допов. Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2016. 422 с.

Барна С. С.

здобувач

*Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

ФЕНОМЕН ІННОВАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Інновації – це поняття, яке увійшло до загального обігу, але досі немає чітких критеріїв, що пояснюють його суть. Походить від латинського слова «іноватіо», що означає оновлення. Термін «інновація» може охоплювати все нове, тобто технічні, технологічні, організаційні зміни, зміни в системах управління, міжособистісної комунікації, а також способів мислення. Інновації змінюють існуючий стан справ. Вони цікавлять багатьох науковців з різних напрямків – технічних, економічних, соціальних та управлінських наук. Інноваційні ідеї виникають у свідомості окремих людей та цілих колективів. Реалізовані на практиці, вони стають нововведеннями, вимагаючи значних зусиль та ретельної професійної підготовки і є, у свою чергу, наслідком, який

неможливо переоцінити в усіх сферах життя. Інновації є визначальним фактором розвитку як окремих компаній, так і цілих економік. Історія показує, що впровадження інновацій прискорюється, наочним прикладом цього є так звані «шумпетерські хвилі».

Проблеми інновацій в економічних міркуваннях був введений (у 1911 р.) Джозефом Шумпетером, визнавши їх екзогенним фактором економічного зростання. Він вважав, що інновації дають ресурсам нові можливості для створення багатства і пов'язував підприємство з підприємництвом та інноваціями. На його думку, підприємець – це той, хто в пошуках надзвичайного прибутку впроваджує інновації, тим самим порушуючи стан рівноваги на ринку [3, с. 159].

Під поняттям інновації Дж. Шумпетер пропонує розуміти всі можливі зміни у виробництві та розподілі товарів. Отже, нововведеннями можуть бути:

- запуск абсолютно нового продукту чи послуги, але також зміна існуючого продукту, що підвищує його якість та зручність використання;
- впровадження нового способу виробництва, це може бути метод, заснований на нових відкриттях та винаходах, а також удосконалення на основі наявних знань;
- впровадження сучасних технологій;
- використання нової сировини або компонентів;
- нові форми організації компанії – як всередині, так і між компаніями.

Інновації в сервісі не можуть обмежуватися змінами в характеристиках самої послуги, оскільки це часто пов'язано з впровадженням нових способів розповсюдження, взаємодії з клієнтами, контролю якості або безпеки. Це демонструє велику різницю в інноваційних характеристиках, де виділяються чотири аспекти інноваційної поведінки в послугах. Ці аспекти стосуються багатьох сфер маркетингу:

- нова концепція послуги (функціональне ядро – продукт),
- нова площина співпраці з клієнтом (спілкування та взаємодія як у процесі планування – багато послуг створюються навмисно як унікальні послуги та на етапі їх надання) / доставки в рамках післяпродажного обслуговування),
- нова система надання послуг (маркетинг послуг повинен передбачати нові способи їх надання в нових місцях, іншими способами, використовуючи підтримку, наприклад, у формі технології ІТС),
- використання нових технологій (деякі послуги не можна було б забезпечити без сучасних технологій – наприклад, швидкий транспорт, а деякі мають їх еквіваленти як на стороні низьких, так і високих технологій).

На нашу думку, цей феномен «обслуговування» призвів до збільшення внеску сектору в економічне зростання. Оскільки важливість інновацій також зростає у самому секторі, ця тема все більше усвідомлюється, що є внеском у вирішення питання інновацій у сфері послуг.

Література:

1. Брич В., Федірко М., Брич Б. Теоретичні основи побудови стратегії енергосервісу. Соціально-економічний розвиток регіонів у контексті міжнародної інтеграції. 2017. № 27 (16). С. 49–54.
2. Трансформація організаційної структури енергокомпанії / В. Я. Брич, М. М. Федірко, Т. О. Артемчук // Економічний аналіз. – 2017. – Т. 27(3). – С. 166-172. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2017_27\(3\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2017_27(3)_22).
3. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: пер.с англ. – Київ- Могілянська Академія, 2011. 244 с.

Бицюра Л. О.

здобувач

*Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ

У більшості випадків під енергоефективністю розуміють відношення кінцевого ефекту, тобто ціну продукту та кількості комунальних послуг, спожитих на його виробництво, включаючи насамперед електроенергію. Визначений таким чином параметр енергоефективності можна легко виміряти, змінити та контролювати [2, с. 56]. На наше переконання, очевидним способом зниження витрат, наприклад, електроенергії, є підвищення ефективності обладнання та установок. Це найшвидший і найчастіше застосовуваний метод зменшення споживання електроенергії та інших комунальних послуг у виробничому процесі. З метою виявлення проблемних місць застосовують енергетичний аудит компанії.

Процес прийняття рішень повинен базуватися на визначенні місць втрат енергії, модернізація яких принесла б значний економічний ефект. Найпопулярнішими заходами енергоефективності будівель є модернізація освітлення, утеплення стін і дахів, заміна вікон та дверей, а також заміна джерел опалення та гарячої води. Що стосується транспорту, ми можемо виділити періодичні огляди транспортних засобів, впровадження принципів екологічного водіння. У промис-

ловості серед заходів енергоефективності можемо виділити: проведення теплоізоляції технологічних ліній, герметизації систем передачі носія або рекуперация тепла. Це лише деякі питання, які потребують особливої уваги.

Поліпшення можуть бути рентабельними або безрентабельними. Прикладами удосконалень, які не потребують фінансування, є: використання обладнання, що мінімізує втрати енергії, зменшення відходів, впровадження передового досвіду підвищення енергетичної обізнаності або впровадження принципів екологічного виробництва. Якщо вони будуть реалізовані, прибуток від енергії може бути оцінений у розмірі до 3% споживання енергії. Для покращення витрат, таких як: модернізація освітлення, джерел тепла або використання додаткової ізоляції зовнішніх стін і даху, розрахунковий приріст енергії залежить від використовуваних технологій та поверхні модернізованих елементів, а також від їх технічного стану перед використанням додаткової теплоізоляції. Економічний ефект від впроваджених модернізацій визначає час окупності інвестицій, який у випадку з будівлями становить близько 10 років, процесів – близько 5 років, а заміна освітлення навіть менше 3 років.

Нехватка фінансових ресурсів та некомпетентність в питаннях фактичного споживання енергоресурсів є найбільшими бар'єрами для здійснення заходів з підвищення енергоефективності на підприємствах. Пріоритетом компаній часто є підвищення ефективності виробництва, а не забезпечення належної енергоефективності. Не рідкість, коли підприємці, які в основному належать до сектору малого та середнього бізнесу, інвестують у використане, малоефективне обладнання і устаткування чи технології, щоб мати змогу виробляти більше товарів. Це пов'язано з тим, що керівники відділу закупівель у компанії зосереджуються на інвестиційних витратах і приділяють менше уваги пов'язаним таким операційним витратам, як споживання енергії.

Малі та середні підприємства, як правило, добре розуміють загальний процес споживання енергії, але не підходять скрупульозно до вирішення даного питання. Тому вони не знають, скільки енергії споживається на окремих технологічних операціях чи окремими пристроями, і не аналізують процес енергоефективності у повній мірі. Як результат, ці підприємства мають проблеми з виявленням перспективного потенціалу енергозбереження.

Також важко змусити реалізувати енергоефективні рішення компаніям, що працюють в торгових центрах – хоча б тому, що вони не мають даних про споживання енергії. Витрати на енергію часто приховані в ціні оренди.

Слід зазначити, що незважаючи на вказані бар'єри, промислове середовище вкладає кошти у підвищення енергоефективності. Це

підтверджується, серед інших джерел інформацією, що опублікована в Національному плані дій з енергоефективності. Заохочення вживати заходів для сприяння зменшенню споживання енергії – це різні види фінансової підтримки проєктів, а також функціонування системи сертифікатів енергоефективності, тобто білі сертифікати.

Література:

1. Андріжівській А.А. Енергозбереження та енергетичний менеджмент: навчальний посібник. Мінськ: Вис. шк. 2005. 294 с.
2. Енергоефективність в муніципальному секторі. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування / А. Максимов, І. Вахович, Т. Гутніченко та ін. / Асоціація міст України – К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 184 с.
3. Брич В., Федірко М., Брич Б. Теоретичні основи побудови стратегії енергосервісу. Соціально-економічний розвиток регіонів у контексті міжнародної інтеграції. 2017. № 27 (16). С. 49–54.
4. Трансформація організаційної структури енергокомпанії / В. Я. Брич, М. М. Федірко, Т. О. Артемчук // Економічний аналіз. – 2017. – Т. 27(3). – С. 166-172. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2017_27\(3\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2017_27(3)_22).

Брич Б. В.

аспірант кафедри обліку і оподаткування

*Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

ЕНЕРГОСЕРВІСНИЙ РИНОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Визначення енергосервісу як економічної категорії, в більшості випадків стосуються наукових публікацій. В той же час Директива 2012/27/ЄС про енергоефективність, у якій містяться базові категорії для характеристики енергоефективності не дає визначення енергосервісу. Натомість, як можна зрозуміти з подальшого тексту, вона зводить його до категорії «енергетичні послуги». Втім, ми не вбачаємо в цьому протиріччя, оскільки енергосервіс за своїм семантичним значенням означає саме енергетичні послуги.

Незважаючи на розбіжності у поглядах, більшість як науковців, так і представників відповідних інституцій схиляються до думки, що суть енергосервісу зводиться до діяльності, результатом якої є енергозберігаючий ефект, який може бути достовірно вимірний і перевірений.

Ми приєднуємось до цієї думки, проте хотіли б підкреслити і наголосити на тому, що сучасні технології виробництва, розподілу та використання паливно-енергетичних ресурсів вимагають розробки і

впровадження адекватних технологій надання енергетичних послуг, що є базовим елементом підвищення енергоефективності як на мікроекономічному, так і на макроекономічному рівнях.

З метою досягнення певного рівня енергоефективності в організаційно-економічному та технологічному вимірах енергетичні послуги можуть бути зреалізовані та спожиті на ринку енергетичних послуг.

Будь-який ринок є складною структурою, яка формується з різноманітних суб'єктів економічного, соціального та інституційного характеру, що взаємодіють між собою та виконують функції виробництва, розподілу та перерозподілу товарів і послуг. Він є комплексною системою відносин у сфері соціально-економічного відтворення і обумовлений декількома принципами, які визначають його суть і відрізняють від інших економічних систем, в першу чергу, від тоталітарних та адміністративних.

З методологічної точки зору для теоретичного обґрунтування формування ринку енергетичних послуг доцільно використати концепцію галузевих ринків, що дозволяє детально дослідити ринок та отримати інформацію про всіх його учасників, надати їм можливість приймати стратегічні рішення та розбудовувати конкурентне середовище.

В цьому контексті доцільно застосувати запропоновану Гарвардською школою концепцію ефективного галузевого ринку «ринкова структура – поведінка – результат». Дана концепція, на думку багатьох науковців, є найбільш прийнятною, оскільки охоплює усі аспекти функціонування ринку та встановлює взаємозалежності між ринковими компонентами.

Екстраполюючи концепцію на ринок енергетичних послуг можна встановити взаємозв'язок між елементами концепції «ринкова структура – поведінка – результат» з урахуванням спеціальних особливостей енергетичних послуг:

- виробництво та надання послуг (базові умови пропозиції) є досить обмеженими, оскільки сировина не виробляється на внутрішньому ринку, а імпортується, у більшості випадків, що накладає обмеження зі сторони валютного курсу національної грошової одиниці;
- високий рівень затрат праці, низький рівень механізації, недостатній рівень кваліфікації персоналу, сезонність виконаних

Висока еластичність попиту та відсутність послуг-замінників (товарів-замінників) призводять до неможливості встановлення чіткої цінової стратегії, що відображається як на споживачах, так і на фінансових результатах постачальників послуг.

Суб'єктами ринку енергетичних послуг виступають:

- 1) із сторони попиту на енергосервісні послуги – замовники: фірми, державні установи, домашні господарства);

2) із сторони пропозиції енергосервісних послуг фірми, що пропонують такі послуги: монтаж обладнання та його пуско-наладка; послуги в галузі енергозбереження та енергоефективності; енергетичний консалтинг; інформаційні та діагностичні послуги; інжиніринг; навчання персоналу; ремонт, модернізація та реконструкція енергооб'єктів; технічне обслуговування обладнання).

Ринкові бар'єри (ринкова структура) є досить високими, оскільки потребують від постачальників послуг наявності високотехнологічного обладнання, механізмів для монтажних робіт, висококваліфікованого персоналу, наявності ліцензій, наприклад для виконання послуг з енергоаудиту.

Комплекс маркетингу – поведінка вимагає гнучкості у виборі цінової стратегії, рекламних продуктів, досліджень ринку, досліджень у сфері техніки і технології надання послуг.

Економічна політика – інституційне забезпечення вимагає адекватної державної політики та неформальних імперативів громадського суспільства у сфері забезпечення енергоефективності національної економіки.

З вищенаведеного видно, що організаційно-економічні та інституційні вимоги до формування ринку енергетичних послуг сформульовані на основі концепції «ринкова структура – поведінка – результат» потребують адекватного вирішення.

Література:

1. Методи управління ризиками енергопостачальної компанії: монографія / В. Я. Брич, О. Л. Шпак, З. І. Домбровський, А. М. Тибінь, М. З. Домбровський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – 304 с.
2. Трансформація організаційної структури енергокомпанії / В. Я. Брич, М. М. Федірко, Т. О. Артемчук // Економічний аналіз, 2017.– Т. 27.– № 3.– С. 167-172.
3. Організаційно-економічні передумови реінжинірингу бізнес-процесів на ринку комунальної теплоенергетики України / В. Брич, М. Федірко, І. Янік // Вісник Тернопільського національного економічного університету, 2016.– № 2.– С. 7-19.

Вовк М. О.

аспірант кафедри менеджменту

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОНОВЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Нині аграрне виробництво України потребує техніко-технологічного переоснащення відповідно до рівня фондозабезпечення розвинутих країн світу. Такі процеси здійснюються в межах розширеного інноваційного відтворення галузевих технічних засобів, яке передбачає їх кількісне зростання та якісне оновлення відповідно до сучасних технологій у сільськогосподарському виробництві. Це потребує наукового обґрунтування основних засад державної технічної політики в АПК, спрямованої на забезпечення умов для системного інноваційного техніко-технологічного оновлення вітчизняного агропромислового виробництва, формування й ефективного функціонування системи інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу для збільшення обсягу виробництва сільськогосподарської продукції, зниження матеріально- та енергоємності технологічних процесів підвищення продуктивності праці, поліпшення соціальних умов сільськогосподарських товаровиробників, дотримання умов екологічної безпеки [2, с. 6].

Розвиток технологічного оновлення виробництва покликаний забезпечити безперервний процес його здійснення на підприємстві. Інноваційний розвиток передбачає безперервність інноваційного процесу, розробку і пропозицію нововведень; активну роботу над наступним нововведенням від моменту виведення останньої новації на ринок з урахуванням життєвого циклу продукції. Вважається, що на початковому етапі виведення виходу на ринок технологічно нового товару попит перевищує пропозицію, на середньому етапі попит практично дорівнює пропозиції, а на завершальному – попит менший пропозиції і підприємству доводиться шукати нові ринки збуту. Розвиток як функція управління повинен забезпечити здійснення заходів, спрямованих на проведення наступного технологічного оновлення виробництва [4, с. 264].

Для вирішення проблем, що стосуються зниження собівартості виготовленої продукції, підвищення рівня якості, зменшення енерговитрат на виробництво продукції та впровадження ресурсозберігаючих технологій, необхідно розробити комплексну стратегію технологічного розвитку агропродовольчого підприємства.

Для розроблення комплексної стратегії технологічного розвитку підприємств, визначення пріоритетних для окремого підприємства напрямів та способів підтримки інноваційного розвитку, формування комплексної програми заходів з підвищення його ефективності пропонується виокремити основні складові технологічної бази підприємства. Вони включають:

по-перше, основні виробничі технологічні процеси створення профільної продукції;

по-друге, технологічну інфраструктуру (матеріально-технічне забезпечення процесу виробництва, операції транспортування, складування, енергозабезпечення і контролю, інформатизація та автоматизація адміністративних робочих місць технологічних відділів;

по-третє, об'єкти інтелектуальної власності (ліцензії, патенти, науково-дослідну діяльність і власні інноваційні та науково-технічні розробки);

по-четверте, технологічну культуру (кваліфікація технологічного персоналу, екологічність і соціальність технологій, система управління якістю продукції та конкурентоспроможністю підприємства) [3, с. 278].

Ефективна реалізація процесу управління комплексної стратегії розвитку підприємства повинна також мати на меті збільшення показників соціальної ефективності, що на сьогоднішній день для агропродовольчих підприємств є актуальним питанням.

На думку Сас Л. внутрішніми показниками соціальної ефективності технологічного оновлення виробництва може бути [5, с. 71]:

- зростання співвідношення розміру заробітної плати на підприємстві стосовно встановленого мінімального її рівня;
- утримання закладів соціальної інфраструктури на базі підприємства для потреб працівників (їдальні, перукарні, дитячі садки, відпочинкові, оздоровчі, розважальні структури, гуртожитки);
- часткове або повне фінансування путівок на відпочинок та оздоровлення працівників;
- участь у будівництві житла для працівників;
- витрати на розвиток персоналу (навчання, стажування, підвищення кваліфікації);
- забезпечення належних та комфортних умов праці.

Але поруч з ефективними показниками впровадження комплексною стратегії технологічного оновлення агропродовольчого підприємства існують певні ризики, щодо реалізації стратегії.

Так, Ганський В. та Скриль В. зазначають, що впровадження технологічної стратегії розвитку потребує значних капіталовкладень, і перед керівниками вітчизняних підприємств постає проблема невідповідності між бажаним, відображеним у цілях, станом об'єкта управління і його поточним станом. Цей дискретний інтервал між

наявними тенденціями розвитку і бажаними можна заповнити шляхом [1, с. 136]:

- пошуку нових можливостей зростання;
- визначення таких сфер діяльності, де підприємство є конкурентоспроможним;
- розроблення заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства в існуючих сферах діяльності;
- перерозподілу ресурсів з неперспективних на конкурентоспроможні напрями діяльності;
- розв’язання проблем злиття, поглинання, реструктуризації або ліквідації окремих підсистем з метою досягнення синергічного ефекту;
- активного пошуку інновацій різних типів для забезпечення досягнення потрібних параметрів.

Таким чином, технологічне оновлення виробництва агропродовольчих підприємств на сьогоднішній день є вимогою часу, так як значна частина аграрних підприємств має застаріле та не ефективне технологічне обладнання. На сьогоднішній день впровадження технологічного оновлення виробництва замало, тому її необхідно вирішувати комплексно. В такій ситуації, що сформувалася необхідно розробити та реалізувати індивідуальну комплексну програму технологічного оновлення виробництва, яка в свою чергу створить нові пріоритетні можливості розвитку підприємства в конкурентному середовищі.

Література:

1. Ганський В. О. Формування стратегії технологічного розвитку підприємств / В. О. Ганський, В. В. Скриль // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – № 12. – С. 135-142.
2. Лупенко Ю. О. Наукове забезпечення техніко-технологічного оновлення аграрного виробництва в Україні / Ю. О. Лупенко, О. В. Захарчук, М. М. Могилова // Економіка АПК. – 2017. – № 5. – С. 5-12.
3. Рачинська Г. В. Оцінювання рівня технологічного розвитку підприємств / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 698 : Проблеми економіки та управління. – С. 277-281.
4. Сас Л. С. Інноваційний менеджмент у процесі технологічного оновлення виробництва сільськогосподарських підприємств / Л. С. Сас // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. – 2018. – Вип. 1. – С. 262-265. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuues_2018_1_44.
5. Сас Л. С. Показники ефективності процесу технологічного оновлення виробництва сільськогосподарських підприємств як складова частина їх інноваційного розвитку / Л. С. Сас // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак. – Ужгород : Гельветика, 2018. – Вип. 17. № 4.2. – С. 70-73.

Гаражджук І. В.

аспірант кафедри менеджменту

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

Значущість сільського господарства для країни є очевидною, адже з одного боку воно забезпечує населення продуктами харчування та промисловість сировиною, а з іншого боку виступає споживачем значної кількості ресурсів. Водночас аграрний сектор стикається з великою кількістю проблем, котрі стають на заваді його сталому розвитку, серед них: скорочення чисельності сільського населення; низька продуктивність праці; високий рівень зношеності виробничих фондів; використання застарілих технологій; недостатньо розвинена інфраструктура сільської місцевості; нестабільність конкурентних позицій сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках; відсутність мотивації щодо дотримання агроекологічних вимог; непоінформованість сільськогосподарських товаровиробників про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі; незавершеність земельної реформи [7].

Наукова спільнота не стоїть осторонь цих проблем. Розвиток сільських територій є проблемним питанням у працях В.М. Жука, Я.М. Гадзало, М.Й. Маліка, О.С. Дороша, В.Д. Залізко та ін. При цьому погляди науковців дещо різняться. В Україні не існує єдиного бачення розвитку аграрного сектору, що на нашу думку, є негативним явищем. Досвід Білорусії та Польщі вказує на ефективність реформ в рамках однієї прийнятої та законодавчо задекларованої моделі [2].

В Україні сформувалися п'ять основних моделей розвитку сільських територій: галузева (міжгалузева), перерозподільча, територіальна (кластерна), селоцентриська (селозберігаюча), та змішана [5].

Погоджуємося з Ю.О. Лупенко [5], що в центрі моделі розвитку сільських територій має бути селянин. При цьому державна політика повинна сприяти розвитку особистих фермерських господарств та сільськогосподарського виробництва. Сільським громадам автор віддає роль забезпечення високого рівня життя населення та збереження довкілля. На нашу думку, роль громад має бути ширшою. Зокрема саме громади, як представник влади, повинні сприяти розвитку сільськогосподарського господарства.

Переваги розвитку сільських територій за прикладом функціонування поселення родових садіб окреслені у праці В. Россоха та М. Плотнікова [6]. Концепція «Про родові садиби і родові поселення»,

розроблена Всеукраїнською громадською організацією «Народний рух захисту Землі» спільно з ННЦ «Інститут аграрної економіки» [6]. Дана концепція передбачає формування Родових садиб на сільських територіях, що будуть безоплатно передані у власність бажаючим ними користуватися. Така земля не підлягає продажу, а її розмір на одну особу не перевищує 1 га. Нині в Україні налічується близько 100 родових поселень на різних стадіях становлення [6]. Позитивним сторонами даної концепції є вдалий приклад громадського управління, сприяння самозайнятості, залучення інвестицій, а також, як зазначають автори, розв'язання демографічної та соціально-екологічної проблем територій [6].

Погоджуємося з автором, що «заселення сільських територій молодими людьми створює умови багатофункціонального розвитку ОТГ» [6] проте обмеження у 1 га землі, на нашу думку, скорочують можливості ведення сільського господарства, а також орієнтують людей на дрібне господарство без можливості розширення. Вважаємо, основний вид діяльності на селі все ж має становити сільсько-господарське виробництво, саме дрібні сільгосп-товаровиробники мають зайняти ключові позиції на продовольчому ринку України.

Важливим елементом моделі розвитку сільських територій є урегулювання земельних відносин та формування вартості земельного капіталу. Вирішення даного питання через територіальне планування землекористування пропонує О.С. Дорош [1]. З метою забезпечення довгострокового просторового розвитку країни автор пропонує розробити документи територіального планування землекористування на місцевому та локальному рівнях. Такий підхід, на нашу думку, має місце в рамках державного координування земельних відносин з метою забезпечення екологічної та частково економічної складової сталого розвитку сільських територій, проте не може забезпечити збалансованого сільського розвитку котрий включає також економічну та соціальну сфери.

Прикладом змішаної моделі розвитку є інноваційна модель аграрного устрою українського села, що пропонують В.Д. Залізко, В.І. Мартиненков, та О. І. Луценко [3]. Вона включає у собі франко-польську систему територіального управління соціо-еколого-економічним розвитком локальних територій та інноваційну платформу з інформатизованою системою дорадництва. Показником ефективності моделі автори пропонують рівень добробуту сільського населення [3]. Поряд з перевагами такої моделі варто звернути увагу на інституційне середовище в нашій державі. Як показує досвід, переймання «чужих» моделей не завжди виправдане, адже суспільство часто не готове до нововведень, необхідний власний досвід та шлях.

Селозберігаюча модель запропонована В.М. Жуком [2] передбачає три складові: надання селам (громадам) особливого статусу, передача у повне розпорядження/власність громад сільського капіталу, комплексна державна підтримка. Ключовими принципами моделі виступають селоцентризм та селяноцентризм. Основна увага приділяється розробці механізму збереження села та формування неформальних інститутів, які є основою розвитку підприємництва та кооперування на селі.

Вважаємо, найбільш адаптованою до українських реалій та практично-обґрунтованою є селозберігаюча модель. В її основі передбачено розвиток сільських територій через зміну свідомості селянина у напрямку самозайнятості та відповідальності за власні території.

Вважаємо, що основною формою самоорганізації на селі має бути сільськогосподарська обслуговуюча кооперація. Адже, за допомогою кооперації вирішуються завдання сталого розвитку як села так і країни в цілому. М. М. Лук'янова та І. С. Гурська [8] зазначають, що створення кооперативів несе одразу економічні, соціальні та екологічні переваги для села. Проте, як показує досвід років незалежності, кооперативна ідея не розвивається еволюційно, а необхідна підтримка держави у процесі координування роботи на початковому етапі існування кооперативу, залучення фінансових коштів тощо.

Література:

1. Дорош О. С. Територіальне планування як чинник підвищення рівня капіталізації земель сільських територій. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2014. № 3-4. С. 42-48.
2. Жук В. М. Теоретичні основи моделювання розвитку сільських територій: біхевіористичний аспект. Облік і фінанси. 2017. № 3. С. 169-179.
3. Залізко В. Д., Мартиненков В. І., Луценко І. О. Інноваційна модель аграрного устрою українського села. Актуальні проблеми економіки. 2017. № 4. С. 113-124.
4. Лук'янова М. М., Гурська І. С. Сільська кооперація як основа місцевого розвитку. Агросвіт. 2018. № 12. С. 62–66.
5. Лупенко Ю.О. Стан та перспективи сталого розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2017. № 6. С. 5.
6. Россоха В., Плотнікова М. Розвиток сільських територій України в умовах децентралізації управління: стан, проблеми. Економічний дискурс. 2018. № 4. С. 41-53.
7. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь 2017. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України URI: http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf (дата звернення 13.12.2019)

Дюк А. А.
кандидат економічних наук, доцент
*Вінницький національний аграрний університет
м. Вінниця, Україна*

МОТИВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

Розвиток підприємництва в сучасних економіках, на галузевому рівні і у конкретних продуктових сферах, набуває креативних форм. У цілому реалії пошуку людством новітніх способів задоволення потреб відповідають природній сутності підприємництва як новаторської моделі соціально-економічних взаємодій. Звідси мотивація не лише до поглиблення економічних засад, а і організаційні дії по соціалізації підприємництва. Відбувається цей процес досить активно, поширюється по різних секторах включаючи сільський.

Проблематика соціалізації стосується не лише традиційного виробничого підприємництва, а й відносно нової сукупності організаційних структур – соціальних підприємств [5]. Розвиток соціального підприємництва пов'язаний з мотиваційними пріоритетами, які формуються в організаційно-економічній системі села.

Соціалізація економіки, становлення організацій соціального підприємництва відбувалося поступово із підвищенням добробуту націй, як зазначено у класичній праці А. Сміта [3]. Відправною точкою для соціалізації економіки, підприємництва і розвитку соціального підприємства є: рівень добробуту суспільства та якість соціального капіталу [7], наявність кооперативних структур [1; 2], стан соціальної відповідальності, мотивації до підвищення добробуту зайнятих на виробництві [6] як чинника ефективності, пропаганда і впровадження засад сталого розвитку тощо. Сталий розвиток економіки як глобальна концепція перспективної побудови сучасного світу розглядається у контексті необхідності реалізації Цілей до 2030 року [4]. Серед яких соціальні цілі переважають (подолання бідності; подолання голоду; забезпечення якісної освіти; забезпечення доступу до ефективних і сучасних джерел енергії; створення стійкої інфраструктури; скорочення нерівності; забезпечення безпеки й екологічної стійкості міст і населених пунктів) [4, с. 41]. Підприємництво і соціальне підприємство тут визначальний механізм.

Проте теперішні реалії розвитку сільської економіки в Україні характеризуються рядом проблемних складностей невідповідності соціального капіталу, державної політики, інфраструктури сільської економіки – це не лише наше переконання, відзначаємо системні дослідження багатьох вітчизняних науковців. Сформована модель

сільськогосподарського підприємництва наприклад не здобула поширення у розвитку ринкових соціально спрямованих організацій (кооперативи). Держава, місцеві органи влади, значно усунулися від суспільної діяльності, а соціальна відповідальність сільськогосподарських підприємств також не висока. Усунути цю проблемну прогалину спроможна активна їх соціалізація з підвищенням підприємницького фінансування соціальної сфери, а також підтримка розвитку соціального підприємництва як інноваційної форми бізнесу на селі.

Соціальне підприємництво вирізняється особливою специфікою, його можна трактувати як основну – статутну діяльність суб'єкта господарювання і як ситуативні дії класичних підприємств, що більшою мірою визначається як соціальна відповідальність. Стимулювання розвитку соціального підприємництва на селі можна вважати пріоритетним завданням державної політики, одним із ключів до вирішення суспільних проблем сільських жителів.

Ситуація, яка склалася з віддачею підприємницьких структур щодо вирішення проблем соціально-економічного характеру, вимагає реструктуризації капіталістичного способу виробництва на користь соціально спрямованого. Задоволенню даного інтересу мають сприяти традиційні (класичні) і соціальні підприємства.

Серед найбільш значимих мотиваційних пріоритетів розвитку соціального підприємництва на селі потрібно виділити: підприємницьке сприяння сталому розвитку; вирішення соціально інфраструктурних проблем села; подолання бідності і підтримка соціально незахищених верств населення; збереження національних традицій сільського способу життя українців.

Вважаємо, що соціальне підприємництво на селі має неабияку перспективу, адже держава, органи влади, а також традиційні підприємства відмежувалися від практики вирішення соціальних проблем сільських територій. Активна підтримка і стимулювання розвитку соціального підприємництва є вкрай необхідною умовою сьогодення для нашої держави на селі. Соціальні підприємства здатні забезпечити активні, ефективні структурні зміни у системі існуючих, традиційних для наших умов, механізмів вирішення соціально-побутових проблем села. Відбуватиметься залучення до цього процесу як селоутворюючих підприємств, так і представників сільської громади – жителів сільського населеного пункту. Питання актуальне, так як селяни самі краще знають що їм потрібно – на відміну від представників влади – державного соціального менеджменту.

Література:

1. Oleksandr Shpykuliak, Ilona Bilokinna. «Green» cooperatives in the formation of an institutional mechanism of development of alternative power engineering in the

- agrarian sector of the economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. Volume 5 Number 2. Riga: Publishing House «Baltija Publishing», 2019, 262 pages. 249–255. DOI : <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-2-249-255>
2. Бородаєвський С.В. Історія кооперації. Київ : Центр учбової літератури. 2019. 446 с.
 3. Сміт Адам. Дослідження про природу і причини багатства народів / пер. з англ. О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. К. : Наш формат, 2018. 736 с.
 4. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Львів: Кальварія. 2017. 168 с.
 5. Харитоновна Е.В., Крылова Е.М. Социализация предпринимательства как фактор роста национального богатства. *Социально-экономические явления и процессы*. 2014. Т.9. № 5. С. 76 – 83. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-predprinimatelstva-kak-faktor-rosta-natsionalnogo-bogatstva>
 6. Шпикуляк О.Г. Мотивація формування людського та соціального капіталу в аграрній сфері. *Економіка АПК*. 2006. № 10. С. 135-141.
 7. Шпикуляк О.Г. Становлення соціального капіталу в аграрній сфері трансформаційної економіки. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, Volume 8. Page 28 – 34. Published 2007. URL : <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/view/678/704>

Каневська А. Б.

студентка спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування»

Святненко В. Ю.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NETFLIX)

Сьогодні багато комерційні організації приходять до розуміння того, що їх основна мета повинна полягати не просто в виплаті дивідендів акціонерам, а в створенні умов для збільшення даних виплат. Компанії можуть забезпечити необхідні умови за допомогою різних управлінських заходів, одна з яких – розвиток відносин зі споживачами. Безумовно, сьогодні у переважної більшості компаній немає можливості створювати унікальні пропозиції для кожного клієнта, але є спосіб повернути його до взаємовигідної, довгострокового спілкування з організацією, при якому він (клієнт) зможе відчувати індивідуальний підхід. І цей спосіб – управління лояльністю споживачів через створення програм заохочення покупців (програм споживчої лояльності).

Уведемо кілька варіантів визначення споживчої лояльності, представлених в таблиці 1.

Визначення лояльності клієнтів

№	Визначення лояльності покупців	Автор
1.	Позитивне ставлення і сталість в зверненні до послуг однієї і тієї ж компанії	Н. С. Носова [5]
2.	Міра прихильності споживача до певної торгової марки (організації)	С. Бутчер [2]
3.	Що виникає по відношенню до вас почуття, що спонукає людей віддавати свої гроші саме за ваші товари або послуги	Дж. Хойер [8]
4.	Глибока рішучість постійно купувати певний, під одним і тим же брендом (брендами) продукт / послугу, незалежно від ситуації і реклами інших брендів.	Т. Л. Кейнингем [4]
5.	Результат психологічного контракту між брендом і споживачем	. Д. Дірлав [3]

Узагальнивши і доповнивши підходи до поняття лояльності клієнтів, можна зобразити її (лояльність) схематично, як це представлено на рис. 1.

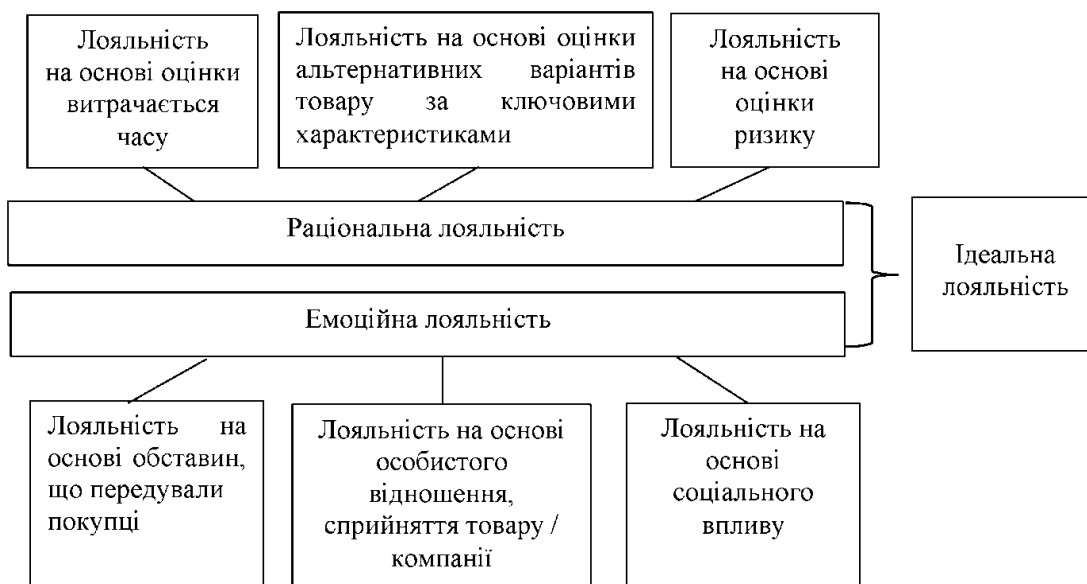


Рис. 1. Складові споживчої лояльності

Програма лояльності – комплекс маркетингових заходів для розвитку повторних продажів існуючим клієнтам в майбутньому, продажу їм додаткових товарів і послуг, просування корпоративних ідей

і цінностей, інших видів потенційно прибуткового поведінки. Проводиться, в основному, на етапі зрілості життєвого циклу товару.

Управління (формування, розвиток, забезпечення) лояльністю споживача в сфері онлайн-прокату відноситься до окремої групи бізнес-процесів компанії – business to customers, які потребують вивчення з точки зору їх безпосередньої взаємодії з клієнтом в точці формування остаточного ціннісного результату бізнес-діяльності.

Враховуючи різноманітність типів лояльності, можна констатувати, що на лояльність споживачів впливає безліч факторів, більшість з яких складно виразити в числовому значенні. У світовій практиці існує ряд методик, що дозволяють дати оцінку рівня лояльності до компанії, проте всі вони мають свої недоліки і далеко не завжди відображають реальну картину [2].

Говорячи про великі сучасні мультимедійні компанії, не можна не виділити NETFLIX як одного з найбільших постачальників фільмів і серіалів в світі. Її аудиторія в квітні 2017 року сягнула 93 млн користувачів земельними діл-телей [1]. Багато провідних світових видань називають NETFLIX найуспішнішим розповсюджувачем потокового мультимедіа в історії.

Сьогодні компанія Netflix інвестує мільярди в персоналізацію клієнтського сервісу та комунікацій. Така «розумна» персоналізація спрямована на задоволення потреб клієнта з урахуванням його індивідуальних характеристик, які базуються на унікальних знаннях про нього.

Дослідження маркетологів Netflix показують, що 48% споживачів розраховують на індивідуальний підхід, щоб стати лояльним клієнтом. Відсутність персоналізації в минулому спонукало відмовитися від ділових відносин 33% клієнтів.

Процес планування та реалізації програми лояльності в компанії Netflix включає в себе кілька основних етапів:

- визначення цілей програми лояльності;
- визначення бюджету;
- визначення ступеня відкритості програми лояльності;
- вибір варіанту (варіантів) винагороди учасників;
- побудова структури програми і визначення основних складових частин;
- розробка і підтримка бази даних програми лояльності (в разі її створення);
- управління внутрішнім інформаційним сховищем;
- оцінка ефективності програми лояльності;
- впровадження коригувальних заходів (Berman, 2006).

Ефективність програми лояльності оцінюється маркетологами компанії Netflix за двома групами показників (основні та додаткові) за

такими параметрами як отримання споживацької лояльності та додаткового економічного ефекту.

Показники оцінки ефективності програм лояльності Netflix наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Оцінка ефективності програм лояльності Netflix

Показники	Методика розрахунку	2017	2018	2019
1	2	3	4	5
<i>Основні показники</i>				
Індекс лояльності	Співвідношення споживачів, що здійснюють повторні покупки та загальної кількості споживачів	0,45	0,38	0,51
Прихильність до бренда	Кількість взаємодій із прихильними до бренда споживачами	0,28	0,35	0,42
Частка продажів постійним клієнтам	Співвідношення покупок (у кількісному і вартісному виразі) на одного лояльного споживача	0,42	0,57	0,61
Індекс лояльних покупок	Співвідношення кількості й вартості повторних покупок до кількості й вартості покупок первинними клієнтами	0,26	0,38	0,65
Вартість лояльного споживача	Співвідношення загальної суми витрат у межах програми до загальної кількості лояльних споживачів	0,68	0,55	0,78
<i>Додаткові показники</i>				
Кількість угод за період, тис. од.	Загальна кількість здійснених покупок за період дії програми	1288,7	1709,8	1988,2
Дебіторська заборгованість, тис.дол.	Суми, які нараховуються підприємству від покупців за товари або послуги, продані в кредит	64435	85490	99410
Кількість відмов від угоди, тис.од	Кількість споживачів-учасників програми, що не прийняли в ній участь	105,2	98,7	55,6

1	2	3	4	5
Частка продажів новим клієнтам, %	Співвідношення покупок новими клієнтами до загальної суми (кількості) продажів	58	43	39
Прибутковість угоди, %	Співвідношення доходів від запровадження програми й витрат на її виконання	18,8	28,5	27,9

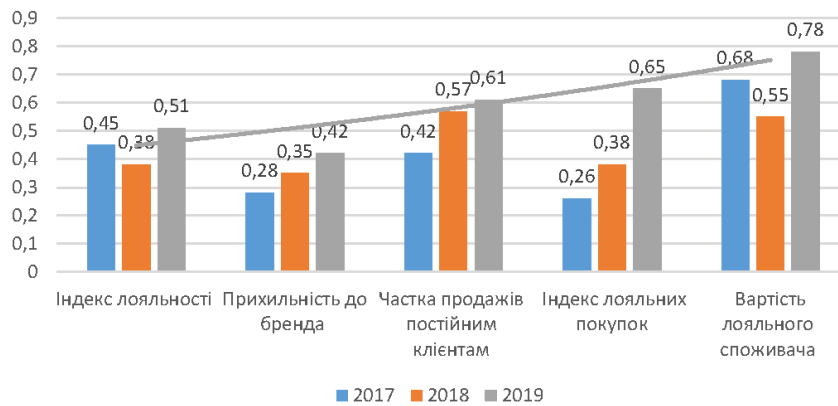


Рис. 2. Динаміка основних показників ефективності програм лояльності компанії Netflix

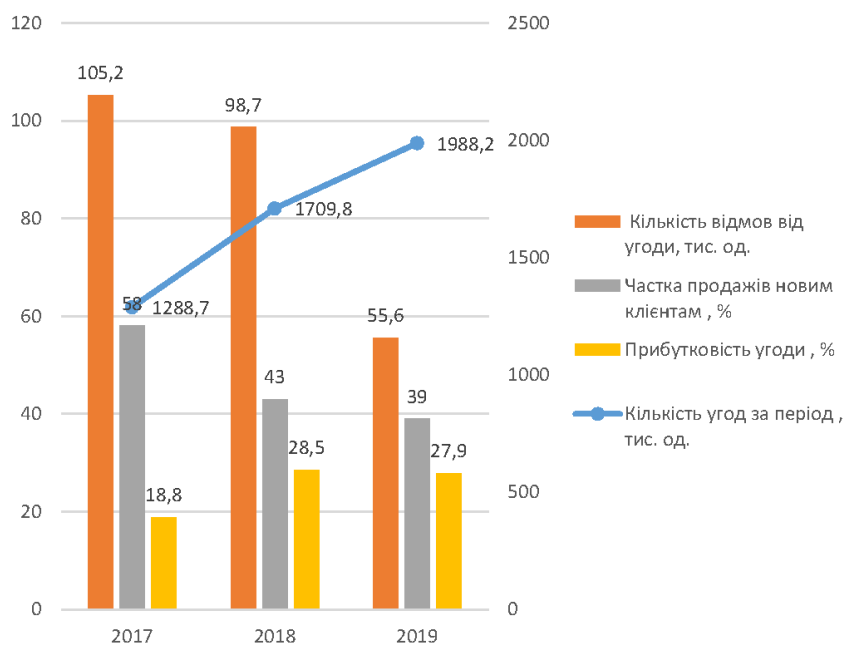


Рис. 3. Динаміка додаткових показників ефективності програм лояльності компанії Netflix

Таким чином, в умовах сьогодення не можна стверджувати, що розробка програм лояльності є дієвим заходом з її формування. Це вимагає перегляду підходів до формування лояльності споживачів на стратегічному рівні та використання методик оцінки ефективності реалізації розроблених у межах реалізації стратегії програм.

Ефективність заходів, що проводяться, значною мірою залежить від обраних інструментів і методів заохочення прихильності покупців. Успіх можливий лише в разі проведення такої програми лояльності, яка дозволить стимулювати бажану поведінку або відношення клієнтів. Тобто, навіть добре продумана та іноваційна програма лояльності не гарантує у підсумку збільшення кількості лояльних споживачів, або може призвести до завищених витрат на формування лояльності.

Література:

1. Schüller, A. M. Kunden auf der Flucht? Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten – Zürich: Orell Füssli Verlag AG, 2018, p. 207.
2. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов. – М.: Вильямс, 2016. С. 45.
3. Дирлав Д. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир – М.: «Олимп-Бизнес», 2017. С. 52.
4. Мифы о маркетинге и лояльности потребителей / Т. Л. Кейнингем [и др.]. – М.: Добрая книга, 2017. С. 23.
5. Носова Н. С. Лояльность клиентов, или Как удержать старых и привлечь новых клиентов – М.: «Дашков и К», 2018. С. 7.
6. Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні [Електронний ресурс] : зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених, аспірантів і студентів ; 6–7 квітня 2017 р. – Київ : КНЕУ, 2017. – 213 с.
7. Харский К. 5 правил программ лояльности клиентов // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR, 2015.
8. Хойер Д. Война за клиента. Лояльность раз и навсегда – Минск: Попурри, 2018. С. 13. 8

Килин О. В.
доцент кафедри обліку і фінансів
Цимбала У. Б.
бакалавр спеціальності «Менеджмент»
Львівський інститут економіки і туризму
м. Львів, Україна

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО МІСЦЕ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні питання про фінансовий стан та його покращення є актуальним, оскільки на ринку діють жорстокі та непрості умови господарювання, в результаті яких конкуренція витісняє тих суб'єктів господарювання, що неправильно організували роботу діяльності підприємства та неефективно використовують свої фінансові ресурси. Тому оцінка фінансового стану підприємства є насамперед необхідною для того, щоб підприємство змогло тримати свої позиції на ринку та розвивати свою діяльність.

Відповідно фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин під-підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [3].

Також фінансовий стан підприємства визначають як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Він характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями.

Умовою життєздатності підприємства й основою його розвитку в конкурентному ринку є стабільність (стійкість). Правильна оцінка фінансової стійкості підприємства за сучасних умов господарювання є досить потрібною як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів.

Фінансова стійкість необхідна підприємству для постійного стабільного перевищення доходів над витратами, вільного маневрування грошовими ко-штами підприємства, здатності шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервний процес виробництва і реалізації продукції, а також затрати на його розширення і оновлення.

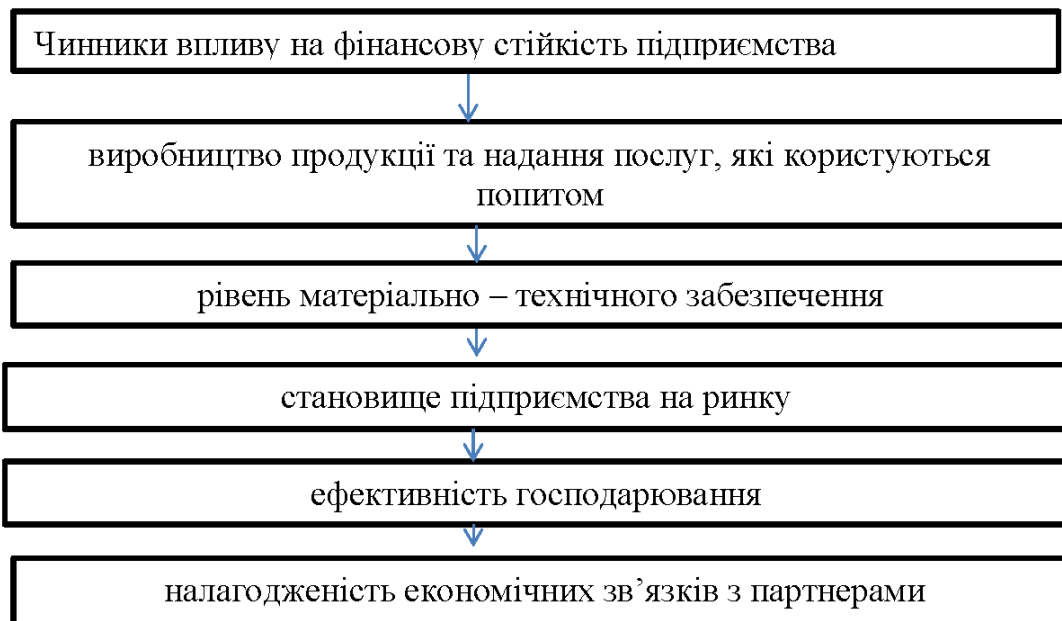


Рис. 1. Чинники впливу на фінансову стійкість підприємства [1]

Розрізняють внутрішню та зовнішню стійкість підприємства. При цьому внутрішня стійкість підприємства відображає такий стан трудового потенціалу, матеріально-речової й вартісної (грошової) структур виробництва і таку його динаміку, при якій забезпечуються стабільно високі натуральні й фінансові результати функціонування підприємства. В основі досягнення внутрішньої стійкості підприємства лежить своєчасне й гнучке управління внутрішніми і зовнішніми факторами його діяльності.

Зовнішню, щодо суб'єкта господарювання, стійкість слід визначати на основі стабільності економічного середовища, в рамках якого здійснюються його операції.

Фінансовий стан підприємства характеризують певні показники, основними з яких є:

- 1) показники оцінки майнового стану підприємства, ліквідності та платоспроможності;
- 2) показники оцінки фінансової незалежності;
- 3) показники ділової активності (обертання дебіторської та кредиторської заборгованостей, обертання оборотних коштів, ресурсовіддача);
- 4) показники аналізу рентабельності (прибутковості) (загальна рентабельність, аналізу оборотності капіталу та трансформації активів, аналізу рентабельності капіталу);
- 5) показники позицій підприємства на ринку цінних паперів.

Інформаційною базою аналізу фінансового стану підприємства є фінансова звітність, яка складається з балансу, звіту про фінансові

результати, звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал і приміток до звітів. За даними фінансової звітності здійснюється аналіз фінансового стану підприємства, а саме:

1) горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

2) вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури показників для оцінки впливу різних факторів на кінцевий результат;

3) трендовий аналіз – обов'язковим є наявність інформації за певний ретроспективний період, що дозволяє вивчити основні тенденції динаміки показників;

4) аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими даними балансу підприємства, звіту про фінансові результати та інших форм звітності;

5) порівняльний аналіз – для визначення реального фінансового стану підприємства необхідно провести порівняння із розрахунковими показниками, із середніми галузевими, із показниками конкурентів;

6) факторний аналіз – проводиться для визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник [1].

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Головним завданням кожного підприємства є виявлення шляхів покращення фінансового стану за рахунок оцінки всіх складових його діяльності.

Вдосконалення фінансового стану підприємства можливе за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків. Так, підвищення розмірів вхідних потоків здійснюється за рахунок збільшення виручки від реалізації, продажу частини основних фондів, рефінансування дебіторської заборгованості.

Резервами зменшення вихідних грошових потоків є плата товарів, робіт, послуг, що належать до валових витрат; здійснення реальних та фінансових інвестицій; сплата податків та інших платежів до бюджету; повернення капіталу, який був залучений на фінансовому ринку [2].

Для задовільного фінансового стану та поліпшення його оцінки підприємству необхідно адаптувати методики аналізу до потреб підприємств; вдосконалювати теоретичні засади формування та реалізації інформаційної системи підприємства; розробляти методичне забезпечення процесу прогнозування фінансового стану підприємства.

Отже, фінансовий стан є найважливішою характеристикою ділової активності й надійності підприємства. Він визначає конкуренто-

спроможність підприємства та його потенціал у діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів як самого підприємства, так і його партнерів.

Література:

1. Богацька Н.М. Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення в бізнес-процесах підприємства // Н. М. Богацька, О. В. Галюк // Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2013/2/01.pdf>.
2. Карпенко Г. В. Шляхи вдосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко // Економіка держави. – 2010. – № 1. – С. 61–62.
3. Обушак Т. А. Сутність фінансового стану підприємства / Т. А. Обушак // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 92–98.

Клочко Т. А.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та підприємництва

*Сумський національний аграрний університет
м. Київ, Україна*

ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Процеси трансформації, які відбуваються, в економіці України закладають основи для зростання ролі ресурсів у економічній та виробничій діяльності агроформувань і надають відповідного значення ресурсному потенціалу у їх соціально-економічному розвитку. Саме підприємства регіонів виступають у межах країни тими об'єктами управління, які поєднують у собі територіальні та галузеві елементи виробництва, що характеризують певний рівень ресурсного потенціалу і це може бути використано для підвищення рівня конкурентоспроможності сільського господарства. Саме тут криється принципова відмінність між різними ланками регіонального відтворювального процесу, кінцевою метою якого є матеріальний добробут населення, екологічно чистий простір, випуск екологічно чистої продукції тощо. Все вище зазначене потребує певних матеріальних, нематеріальних, фінансових ресурсів, які повинні надавати економічні суб'єкти регіону [1].

Стабілізація сільськогосподарського виробництва, надійне постачання країни продуктами харчування та сільськогосподарською сировиною можливо лише при раціональному використанні наявного виробничого потенціалу в АПК, підвищенні зацікавленості кожного працівника в кінцевих результатах своєї праці.

На даний час фактично відсутні дослідження з оцінки потенціалу розвитку підприємства. Недостатньо обґрунтовані і використані сучасні підходи до формування потенціалу розвитку підприємства, в тому числі сільськогосподарського, з метою підвищення ефективності його діяльності та досягнення сталого розвитку.

Потенціал підприємства (в найзагальнішому сенсі) – сукупність «стратегічних» ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства та мають визначальне значення для можливостей і меж функціонування підприємства в тих чи інших умовах [2].

Сукупний потенціал підприємства утворюється із складових, таких як: трудовий, економічний, організаційний, науково-технічний, виробничий, підприємницький і фінансовий потенціал.

Ресурси – це вид потенційних цінностей, необхідних для нормального здійснення будь-якого виду економічної діяльності (наприклад, комерційної, підприємницької, інвестиційної); певний набір необхідних факторів виробництва, призначений для досягнення стратегічних цілей або вирішення тактичних та інших задач [2].

«Ресурси» і «витрати» не є синонімічні. Їх може відокремлювати один від одного фактор часу або будь-які дії над ними.

Витрати – це використання матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних та інших видів ресурсів у вартісному вираженні для забезпечення процесу розширеного відтворення. Витрати – залучений обсяг виробничих ресурсів, виражений у грошовій формі (живої праці, виробничих фондів, матеріальних, фінансових), потрібний для виготовлення продукції, товару, реалізації підприємницького проекту тощо [3].

Процес розробки стратегії розвитку потенціалу сільськогосподарського підприємства формується з наступних етапів:

1) оцінюється структура, аналізується динаміка та визначається ефективність використання виробничих фондів і потенціалу підприємства; визначається його частки або ніші на ринку;

2) береться до розгляду рівень конкурентоспроможності основної продукції, стан самого підприємства в цілому і структура його сукупного потенціалу;

3) аналізується наявність виробничих ресурсів і втрати економічних ресурсів на підприємстві;

4) здійснюється вибір головної стратегії і тактики розвитку підприємства;

5) планується розвиток потенціалу підприємства з урахуванням визначених пріоритетів і цілей та обмежень наявних ресурсів;

6) здійснюються заплановані заходи, спрямовані на забезпечення економічного зростання і розвиток потенціалу підприємства [2].

Отже, зростання обсягу потенціалу підприємства та підвищення ефективності його використання зводиться до аналізу його структури, оцінки якості та прогнозування впливу великої сукупності чинників на конкурентоспроможність підприємства і його присутність на ринку.

Для сучасного етапу розвитку економіки підприємства осмислення поняття «потенціал підприємства» набуває великого значення для досягнення підприємством стійкого розвитку.

Сучасні динамічно мінливі ринкові умови потребують удосконалення інструментів і технологій управління підприємствами з метою підвищення ефективності їх господарської діяльності.

Таким чином, під потенціалом розвитку підприємства будемо розуміти сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих виробничого, економічного та інноваційного потенціалів підприємства, які завдяки синергетичного ефекту, що виникає в результаті їх взаємодії і переходу потенційної енергії системи в кінетичну дозволяють підприємству розвиватися. При цих умовах здатність системи протистояти ентропії тенденціям зовнішнього середовища забезпечить підприємству сталий розвиток [3].

Література:

1. Бармашова Л.В., Кучерова Е.Н. Концептуальные аспекты устойчивого развития предприятия. Монография: Вязьма: ВФ ГОУ МГИУ, 2010. 93с.
2. Кириленко І. Г. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та погляд у майбутнє. *Економіка АПК*. Київ.: 2011. № 4. 145 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. Київ.: Центр навч. літератури, 2005. – 352 с.

Колісник Н. А.

аспірант кафедри управління
фінансово-економічною безпекою і проектами

*Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

СУТНІСТЬ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Економічне зростання України є можливим за умови покращення роботи підприємств переробної галузі, успішне функціонування яких потребує підвищення ефективності амортизаційної політики, а також поліпшення техніко-технологічної бази. Саме обдумані амортизаційна політика на підприємстві сприятиме раціональному використанню ресурсів, оновленню основних виробничих фондів, відшкодуванню зносу основних фондів, управлінню амортизаційними відрахуваннями

від використання основних фондів, покращенню виробничої діяльності. На підприємствах амортизаційні відрахування є основними джерелами фінансування, які дозволяють покращити та удосконалити структуру та склад основних фондів, що сприяє поліпшенню виробництва та технічного забезпечення. Крім того, підвищенню інноваційного потенціалу, інвестиційної привабливості також сприяє вдала амортизаційна політика, яка є частиною інноваційної та інвестиційної політики та це сприяє оновленню виробничого потенціалу.

Амортизація – систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Вартість, яка амортизується, – первісна або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості [5].

Амортизаційна політика пов'язана з амортизаційною політикою держави. Зв'язок виникає через встановлені державні принципи, норми. Проте кожне підприємство визначає свою амортизаційну політику та дотримується її.

Суб'єктами амортизаційної політики є органи державної влади, які формують її на федеральному та регіональному рівнях влади. Об'єктом амортизаційної політики є амортизаційні відрахування [2].

До основних завдань амортизаційної політики належить:

- визначення амортизації як витрат, що включаються в собівартість продукції, та як джерела нагромадження коштів для відтворення основних засобів;
- обґрунтування доцільності використання певного методу нарахування амортизації основних засобів;
- затвердження в наказі про облікову політику обраного методу нарахування амортизації;
- документальне оформлення операцій з основними засобами, зокрема з нарахування амортизації;
- формування системи первинних документів на основі здійснення господарських операцій з нарахування та розподілу амортизації;
- відображення записів господарських операцій в облікових реєстрах на підставі первинних документів [4].

Основними складовими амортизаційної політики підприємства є: вартісні критерії, що розмежовують основні засоби та малоцінні необоротні активи; ліквідаційна вартість об'єкту основних засобів та інших необоротних активів; строк корисного використання об'єкту основних засобів та інших необоротних активів; витрати на поліпшення об'єктів основних засобів та інших необоротних активів; система обліку та звітності амортизації і зносу необоротних активів; розрахунки норм та сум амортизації; розподіл нарахованої амортизації на окремі аналітичні рахунки витрат; методи нарахування амортизації основних

засобів та інших необоротних активів; переоцінка об'єктів основних засобів та інших необоротних активів [2].

Для того, щоб краще зрозуміти особливості амортизаційної політики в переробній галузі, розглянемо динаміку випуску продукції та побудову амортизаційної політики.

Україна не має достатнього обсягу інвестиційних коштів на технічне переоснащення та для інноваційного розвитку. Серед низки негативних факторів можна виділити обмеженість власних інвестиційних коштів, недостатність інвестиційної направленості у основні засоби, відсутність державного регулювання у сфері інвестиційної політики, все це каже про недосконалість амортизаційної політики.

На підприємствах та в державі в цілому, амортизаційна політика створена таким, що амортизаційні відрахування не в змозі покрити знос основних засобів, та піти на самофінансування в середині підприємства.

Слід відзначити, що послідовність формування амортизаційної політики підприємства повинна включати такі етапи:

I – урахування основних чинників, які визначають передумови формування амортизаційної політики (визначення обсягу та складу основних засобів; вибір методу оцінки основних засобів; обґрунтування терміну використання об'єктів основних засобів; визначення норм амортизації; проведення аналізу інвестиційної активності; визначення рівня інфляції);

II – визначення відповідних способів нарахування амортизації (лінійного, пропорційно обсягу виготовленої продукції, зменшеного залишку; прискореного, кумулятивного);

III – вибір напрямів використання амортизаційних відрахувань (накопичення амортизаційних відрахувань або ж їх використання);

IV – оцінка ефективності амортизаційної політики, аналіз грошових потоків, показників оновлення основних фондів [6, с. 76].

Серед основних проблем формування амортизаційної політики можна виділити:

- створення амортизаційного фонду не дозволяє задовольняти поточні інвестиційні потреби тому що на практиці важко або навіть неможливо знайти підприємство, яке б накопичувало кошти амортизаційного фонду для заміни конкретних одиниць обладнання, до того ж на окремому рахунку банку;

- проблему вибору неефективного методу амортизаційної політики;

- на підприємствах і в державі амортизаційна політика створена таким чином, що не дозволяє зайняти більш вагому позицію для самофінансування підприємства;

- підприємства протягом тривалого періоду часу знаходяться в ситуації постійного дефіциту грошових коштів та накопичення значних

обсягів дебіторської заборгованості. За таких умов не відбувається трансформації амортизації в оборотний ресурс за рахунок його прямого призначення, навпаки вона поповнює оборотний капітал підприємства, що свідчить про підпорядкування стратегічних цілей розвитку завданням поточної діяльності;

- в умовах інфляції починають зростати номінальні ціни на певні види основного капіталу, а амортизаційні відрахування відраховуються від первісної вартості, тому встановлена амортизація може відрізнятись від реальних цін;

- недостатність інвестиційних потоків у основні засоби підприємства;

- відсутність державного регулювання в сфері інвестиційної та амортизаційної політики;

- різні види основних засобів повинні підлягати різним методам нарахування амортизації [3].

Для вирішення зазначених проблем необхідно багато роботи з боку держави та підприємств. Також існує потреба в тому, щоб амортизаційна політика отримала самостійне правове регулювання, що сприятиме розвитку інвестиційного потенціалу підприємств. Амортизація як і прибуток є джерелом формування власних коштів підприємства та обдумана амортизаційна політика дозволяє зменшити суму податкових платежів, нарощувати виробничі потужності.

Література:

1. Білик М.Д. Принципи амортизаційної політики в сучасній вітчизняній економіці. *Фінанси України*. 2006. № 10. С. 48–57.
2. Любар О.О. Амортизаційна політика підприємства як невід’ємна складова його облікової політики. *Ефективна економіка*. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5484> (дата звернення: 20.12.2019).
3. Олійник Є.В. Аналіз впливу амортизації на динаміку відтворення основних засобів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2015. Вип. 1(45). Т. 2. С. 252–255.
4. Осіпчук Г.С. Система первинного обліку амортизації як джерела відтворення основних засобів підприємства. *Вісник ЖНАЕУ*. 2011. № 1, т. 2. С. 343–355.
5. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Міністерство юстиції України від 18 травня 2000 р. за № 288/4509. *Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення: 20.12.2019).
6. Шаповал В.М., Герасименко Т.В., Бондаренко Л.А. Амортизаційна політика: сутність, проблеми, напрями вдосконалення. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2019. № 2 (64). С. 72–80.

Лучків В. І.
магістр
Шубан В. Г.
магістр
Дідик В. І.
магістр

*Житомирський національний агроекологічний університет
м. Житомир, Україна*

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

Світовий досвід вказує, що країни з різними рівнями економічного розвитку та різними моделями систем охорони здоров'я прагнуть надавати якісну ефективну медичну допомогу. Якість як соціально-економічна категорія – це сукупність властивостей товару чи послуги, що задовольняє потреби споживачів. Доведено, що під поняттям «якості наданих медичних послуг» необхідно розуміти загальні характеристики та умови формування попиту і пропозиції на медичні послуги, здатність задоволення потреб споживачів. Таке визначення поєднує два підходи, котрі трактують рівень якості як сукупність характеристик, з одного боку, або ступінь, в якому послуга виконує свої функції.

Якісні медичної послуги – сукупність характеристик, що відображають своєчасність надання медичної допомоги, правильність вибору методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації при наданні медичної допомоги, ступінь досягнення запланованого результату [1, с. 10].

Управління рівнем якості в медицині за А. Донабедіаном – це міра досягнення очікуваного найкращого співвідношення між ризиком та користю. Всесвітня організація здоров'я трактує управління якістю медичних послуг як «ступінь, в якій медичні послуги, що надаються окремим особам і пацієнтам, покращують бажані результати щодо здоров'я та задовольняють вимоги підприємства, забезпечуючи його конкурентоспроможність. Для цього медичне обслуговування має бути безпечним, ефективним з медичної точки зору, своєчасним, справедливим, ефективним за витратами і орієнтованим на людину» [5, с. 115].

Основними критеріями менеджменту якості охорони здоров'я Всесвітня організація здоров'я (ВООЗ) визначає кваліфікацію лікаря, дотримання ним технологій діагностування та лікування, відсутність ускладнень, що можуть виникнути у результаті лікування і досягнення задоволеності пацієнта [1, с. 10].

При управлінні медичними послугами дуже складно розділити поняття «якість медичної послуги» та «безпека медичної послуги». Поняття якості за твердженням І.В. Тимофєєва не слід застосовувати до

медичної допомоги, яка володіє тільки характеристикою безпеки, а в свою чергу медична послуга в товарній частині (обслуговування) характеризується як якістю (співвідносним з ціною), так і безпекою [4, с. 123].

Медична послуга повинна бути якісною, але вона не завжди може бути безпечною. В даний час вченими ведеться дискус щодо єдиного підходу до визначення безпеки медичної послуги та її співвідношенням з якістю. Надання медичного обслуговування у сфері безпеки має мінімізувати ризики і завдання шкоди пацієнту, зменшити кількість медичних помилок.

Якість медичних послуг може оцінюватися за різними критеріями з погляду надавачів послуг (медичних закладів) та пацієнтів. Критерії якості, якими керуються медичні заклади: виконання вимог нормативних документів, запровадження засад доказової медицини, відповідність вимогам ринку медичних послуг, поліпшення якості медичної допомоги через організацію зворотного зв'язку з пацієнтами (задоволеність наданням послуг). Для пацієнта найвагомішими критеріями якості медичних послуг є: вільний доступ до інформації про необхідні та доступні медичні послуги, а також про кваліфікацію лікарів та технічне забезпечення. Вагомим критерієм якості з погляду споживача є доступ пацієнтів до персональних даних (онлайн) та наявність моніторингу якості медичних послуг [3, с. 20].

До якісних характеристик надання медичних послуг можна віднести також своєчасність надання медичного обслуговування, ефективність за витратами (максимальне використання ресурсів без зайвих витрат). В охороні здоров'я також розрізняють такі поняття як «якість послуг» та «клінічна якість». Якість послуг визначаються виміром процесу лікування, що побічно впливає на лікування. Клінічна якість визначається виміром лікування, що безпосередньо впливає на стан здоров'я [2, с. 38].

Якість послуг визначається наступними чинниками: повага до пацієнта, емоційна підтримка, територіальна доступність медичного закладу, час очікування та обслуговування, затримка, умови лікування та якість харчування, фізичне оточення. Клінічну якість характеризують такі чинники як: ухвалення рішень (навички персоналу, організація системи надання медичних послуг, інформаційні потоки), доступність ресурсів (будівлі, ліки, сучасне устаткування).

Управління якістю медичних послуг ґрунтується на медичних факторах конкурентоспроможності закладу охорони здоров'я, асортименті та номенклатурі послуг, які надає заклад охорони здоров'я; якості надання медичних послуг закладом охорони здоров'я та їх безпеці.

Отже, якість медичних послуг – багатомірна, для різних індивідуумів надавачів послуг та споживачів) орієнтовані на різні

пріоритети, а деякі з них мають більше значення для одних ніж для інших. Якість це засіб який впливає на завершений результат. У багатьох країнах світу з ринковою економікою проблема якості надання медичних послуг пов'язана з доступністю та вартістю.

Узагальнюючи дослідження, підсумовуємо, що управління закладами охорони здоров'я являє собою діяльність керівництва та підприємства, яка полягає у цілеспрямованому впливі на складові, фактори конкурентоспроможності, такі як якість та безпека.

Література:

1. Быковская Т. Ю., Мартиросов В. Ю., Шишов М. А. О понятийном аппарате внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности // Медицинское право. 2017. № 1. С. 10-15.
2. Мачуга Надія Зіновіївна [Текст] : автореф. дис. . д-ра екон. наук : 08.00.03; Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України. Одеса, 2016. 38 с.
3. Надюк З. О. Державне управління якістю медичної допомоги в системі охорони здоров'я України: авто- реф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. К., 2006. 20 с.
4. Тимофеев И. В. Качество медицинской помощи и безопасность пациентов. СПб.: Изд. ДНК, 2014. 224 с.
5. Donabedian A. The Seven Pillars of Quality. Arch.Pathol.Lab.Med. 1990. Vol. 114. P. 115-118.

Ляховська О. В.

кандидат економічних наук,
науковий співробітник відділу
проблем реального сектору економіки регіонів

*Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього
Національної академії наук України
м. Львів, Україна*

ВИРОБНИЦТВО СВИНИНИ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Виробництво м'яса – це одна з основних складових сільськогосподарського тваринництва та харчової промисловості України. Серед видів м'яса, що було заготовлене сільським господарством впродовж останніх років (2013-2018 роки), свинина займала близько 30% (м'ясо птиці – близько 50%, яловичина та телятина – 16%). Проте, динаміка виробництва свинини в останні роки була негативною. За 2013-2018 роки темп приросту заготівлі цього виду м'яса в Україні знизився до -6,11% (табл.1). За вказаний період у 12-ти з областей спостерігалась позитивна динаміка, зокрема, найбільший приріст заготівлі свинини був

у Сумській (за 2013-2018 роки темп приросту становив 53,33%), Тернопільській (41,53%) та Хмельницькій (30,41%) областях. Водночас, а у 12-ти з областей знизилась обсяги заготівлі, найбільше у Луганській (-82,68%), Дніпропетровській (-33,67%) та Запорізькій (-32,18) областях.

Таблиця 1

**Темп приросту обсягів заготівлі свинини (у забійній масі)
у регіонах України, %**

Області	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2013
Україна	-0,76	2,30	-1,59	-1,57	-4,53	-6,11
Вінницька	-1,44	8,29	7,66	10,04	-11,03	12,50
Волинська	-2,84	6,14	3,31	0,53	1,86	9,09
Дніпропетровська	-0,41	3,87	-15,69	-6,05	-19,06	-33,67
Донецька	-4,10	-1,53	-1,40	-0,16	0,16	-6,88
Житомирська	-5,28	6,37	-2,62	-6,92	3,31	-5,66
Закарпатська	9,31	-6,62	-1,69	3,44	-0,66	3,10
Запорізька	3,72	-4,10	-9,36	-17,70	-8,60	-32,18
Івано-Франківська	10,56	8,96	-0,27	1,65	-3,78	17,49
Київська	-2,40	2,99	-2,56	15,76	-1,51	11,66
Кіровоградська	0,37	8,15	-5,82	-0,73	0,37	1,86
Луганська	-10,24	-38,60	-14,29	-30,00	-47,62	-82,68
Львівська	8,95	11,97	6,08	0,99	-1,57	28,64
Миколаївська	20,00	3,51	-14,41	-6,93	-1,06	-2,11
Одеськ	-0,80	5,65	-5,73	-1,21	-8,20	-10,40
Полтавська	3,62	-0,41	9,50	-9,06	-10,37	-7,89
Рівненська	4,31	-3,67	1,43	3,29	2,27	7,66
Сумська	16,67	5,71	22,30	-1,66	3,37	53,33
Тернопільська	20,34	13,73	-5,26	2,94	6,03	41,53
Харківська	26,54	17,93	-11,08	-28,70	-10,98	-15,77
Херсонська	0,42	-7,95	-3,64	-2,36	-8,70	-20,59
Хмельницька	32,72	2,43	0,00	-2,37	-1,74	30,41
Черкаська	1,38	-2,72	-1,96	10,57	-12,14	-6,08
Чернівецька	-3,91	-4,07	10,30	-4,40	-6,90	-9,50
Чернігівська	23,94	-9,09	5,00	-1,19	-9,64	5,63

Джерело: *розраховано автором за даними [1]

Лідерами серед регіонів по заготівлі свинини впродовж останніх років були Київська (у 2018 році – 9,27% від виробництва свинини регіонами), Донецька (9,05%) та Львівська (7,16%) області (табл. 2).

Відповідно, промислова переробка свинини найбільше розвинута у окремих регіонах, що є лідерами з її заготівлі – Львівській (24,61% від промислової переробки м'яса в Україні) та Донецькій (18,13%) областях, а також, у Полтавській області (13,95%) (табл.3). У вказаних

областях виробляють більше половини м'яса свинини (охлаоджене та заморожене м'ясо та субпродукти).

Таблиця 2

Частка регіонів у заготівлі свинини (у забійній масі) в Україні, %

Області	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Вінницька	2,92	2,76	2,92	3,20	3,57	3,33
Волинська	4,95	4,61	4,78	5,02	5,12	5,47
Дніпропетровська	6,93	6,61	6,71	5,75	5,49	4,65
Донецька	9,60	8,82	8,49	8,51	8,63	9,05
Житомирська	3,72	3,38	3,51	3,48	3,29	3,56
Закарпатська	4,07	4,27	3,90	3,89	4,09	4,26
Запорізька	5,28	5,25	4,92	4,53	3,79	3,63
Івано-Франківська	4,26	4,51	4,80	4,87	5,03	5,07
Київська	8,19	7,66	7,71	7,64	8,98	9,27
Кіровоградська	3,78	3,64	3,84	3,68	3,71	3,90
Луганська	1,78	1,54	0,92	0,80	0,57	0,31
Львівська	5,49	5,74	6,28	6,77	6,94	7,16
Миколаївська	1,33	1,54	1,55	1,35	1,28	1,32
Одеська	3,51	3,34	3,45	3,30	3,32	3,19
Полтавська	6,59	6,54	6,37	7,09	6,55	6,15
Рівненська	2,94	2,94	2,76	2,85	2,99	3,20
Сумська	1,69	1,89	1,95	2,42	2,42	2,62
Тернопільська	3,32	3,82	4,25	4,09	4,28	4,75
Харківська	3,65	4,43	5,11	4,61	3,34	3,12
Херсонська	3,34	3,22	2,90	2,84	2,81	2,69
Хмельницька	3,05	3,88	3,88	3,95	3,91	4,03
Черкаська	5,09	4,94	4,70	4,68	5,26	4,84
Чернівецька	2,52	2,32	2,17	2,43	2,36	2,31
Чернігівська	2,00	2,37	2,11	2,25	2,26	2,13
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Джерело: *розраховано автором за даними [1]

Таблиця 3

Частка регіонів у промисловому виробництві свинини (охлаоджена та заморожена), %

Області	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7
Вінницька	1,35	1,55	1,74	2,06	2,14	1,72
Волинська	2,28	2,52	4,46	1,82	1,16	1,96
Дніпропетровська	7,56	10,23	13,18	10,28	10,21	8,47
Донецька	25,51	20,38	21,46	17,31	18,19	18,13
Житомирська	1,90	1,56	2,75	2,33	2,13	1,27
Закарпатська	0,89	0,75	0,93	0,72	0,73	0,62
Запорізька	5,24	4,83	5,01	3,36	2,33	1,76

Закінчення таблиці 3

1	2	3	4	5	6	7
Івано-Франківська	4,36	3,83	4,93	3,14	2,97	2,83
Київська	8,08	8,61	8,33	6,11	6,14	8,76
Кіровоградська	2,33	2,62	2,82	2,09	1,62	1,51
Луганська	3,07	1,50	0,15	0,12	0,12	0,04
Львівська	6,51	8,15	16,80	17,28	20,66	24,61
Миколаївська	0,19	0,22	0,25	0,10	0,09	0,09
Одеська	0,28	0,29	0,30	0,25	0,23	0,21
Полтавська	17,51	20,00	2,30	21,11	17,99	13,95
Рівненська	1,30	1,33	2,02	1,61	1,82	1,99
Сумська	0,47	0,47	0,46	0,35	0,29	0,14
Тернопільська	0,30	0,47	0,21	0,34	1,77	2,94
Харківська	3,64	4,66	5,05	4,15	4,74	5,03
Херсонська	0,70	0,72	1,47	0,77	0,96	0,69
Хмельницька	1,55	1,23	1,29	1,49	1,03	1,09
Черкаська	1,85	1,36	1,25	1,20	0,75	0,63
Чернівецька	2,12	1,85	1,68	0,97	0,95	0,69
Чернігівська	1,01	0,87	1,18	1,04	0,97	0,87
Разом	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

*Джерело: *розраховано автором за даними [1]*

Загальні тенденції до зниження виробництва та переробки свинини зумовлені, в основному, високими ризиками вирощування свиней (високий рівень захворювань), зниженням попиту (як на Українському, так і на світовому ринку попит на свинину падає, натомість зростає попит на курятину), імпортом більш дешевої продукції свинини. Тому, для подальшого розвитку ринку свинини в Україні необхідно застосувати механізми популяризації та стимулювання цього виду сільськогосподарської та промислової діяльності. Важливо розвивати рівень інформаційного забезпечення щодо боротьби з хворобами, технологій виробництва, ринків збуту та інше, стимулювати залучення інвестиційних ресурсів у розвиток свинарства та промислової переробки свинини, розвивати співпрацю виробників м'яса з кредитними, лізинговими компаніями.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Фішер Н. В.

магістр

Науковий керівник: **Савченко А. М.**

кандидат економічних наук, доцент

Університет державної фіскальної служби України

м. Ірпінь, Київська область, Україна

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ЯК СКЛАДОВА АНАЛІТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ

Слова відомого американського фінансиста Джека Трейнора «можливо ви не одержите багатства, використовуючи всю доступну інформацію, проте безсумнівно, що ви втратите все, якщо не будете цього робити» відображають всю сутність фінансового аналізу з позицій діяльності господарюючих систем в умовах ринкових економічних відносин. Адже, фінансовий аналіз у розглядається як одна з найважливіших функцій системи управління, адже він дає можливість визначити конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності, здійснювати контроль за його майновим станом, платоспроможністю, ліквідністю та фінансовою стійкістю, розробляти заходи щодо запобігання банкрутству.

Отже, фінансовий аналіз – це складова аналітичного економічного дослідження щодо вивчення рівня, змін і динаміки фінансових показників у їх взаємозв'язку і взаємозумовленості, з метою прийняття ефективних управлінських рішень для забезпечення внутрішньої і зовнішньої діяльності господарюючих систем, сталого економічного розвитку і стійкого фінансового стану.

Метою фінансового аналізу є формування результатів уявлення про об'єкт аналізу на базі заданих критеріїв та індикаторів, що визначають їхнє фінансове відношення. Мета фінансового аналізу залежить від вимог та інтересів різних зацікавлених груп. Так, «інвесторів цікавить рівень та стабільність доходів за акціями, тобто прибутковість підприємства, а кредитори зацікавлені в його ліквідності, тобто спроможність підприємства мобілізувати грошові кошти для сплати боргів, менеджери – у дохідності різних видів активів та прибутковості в цілому; постачальників цікавлять фінансові результати підприємства та його ліквідність; покупців (клієнтів) – стан запасів готової продукції і товарів, а от працівників податкової служби цікавлять точні фінансові результати діяльності підприємства» [1].

І майже усі групи користувачів фінансової інформації зацікавлені в чотирьох, найбільш поширених у практиці, показниках фінансового стану підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Показники фінансового стану підприємства

Таким чином, фінансовий аналіз є складовою аналізу господарської діяльності підприємства і складається із двох блоків: зовнішній фінансовий аналіз; та внутрішньогосподарський фінансовий аналіз. Для цих блоків характерним є використання різних джерел інформації та різні цілі аналізу.

Більшість кредиторів і інвесторів використовують такі показники фінансового аналізу:

- 1) «коефіцієнт фінансування – характеризує залежність підприємства від залучених засобів;
- 2) коефіцієнт платоспроможності – показує питому вагу власного капіталу в загальній сумі засобів, авансованих у його діяльність;
- 3) коефіцієнт маневреності власного капіталу – показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності;
- 4) коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами – показує забезпеченість підприємства власними оборотними засобами» [2].

Для більш конкретного аналізу діяльності підприємства можна доповнити попередню групу додатковими показниками, які надають більш детальну інформацію про фінансову стійкість підприємства:

- 1) коефіцієнт фінансової стабільності;
- 2) коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів – характеризує частку довгострокових позик у загальному обсязі джерел формування, які можна спрямувати на реалізацію довгострокових програм;
- 3) коефіцієнт концентрації залученого капіталу – характеризує частку залученого капіталу в загальній сумі капіталу підприємства;
- 4) коефіцієнт фінансової залежності – показує, яка сума загальної вартості майна підприємства припадає на 1 грн власних коштів.

Варто зазначити, що для комплексного фінансового аналізу, який характеризує ефективність і відображає всі аспекти діяльності підприємства, використовують методіку фінансового аналізу, яка включає три взаємозв'язаних блоки: аналіз фінансових результатів діяльності підприємства; аналіз фінансового стану підприємства; аналіз ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

І тому, підтримуючи фінансовий стан на високому рівні, потрібно дотримуватись системи заходів, яка повинна передбачати:

- 1) «постійний моніторинг зовнішнього і внутрішнього станів підприємства;

2) розробку заходів із зниження зовнішньої вразливості підприємства;

3) розробку підготовчих планів при виникненні проблемних ситуацій, здійсненні попередніх заходів для їхнього забезпечення;

4) впровадження планів практичних заходів при виникненні кризової ситуації, прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку відхилення розвитку ситуації;

5) координацію дій всіх учасників і контроль за виконанням заходів та їхніми результатами» [3].

Отже, тільки на основі фінансового аналізу, виявлення сильних та слабких сторін у фінансовому стані підприємства можна намітити заходи щодо його зміцнення або виходу із складної фінансової ситуації. Саме тому кожен аналітик (насамперед аудитор, який за контрактом виконує не тільки контролюючу функцію, а й консультує та дає оцінку можливості функціонування підприємства в майбутньому) повинен знати технологію проведення фінансового аналізу підприємства, на його основі робити необхідні висновки, розробляти та пропонувати керівникам підприємства заходи щодо покращення фінансового стану підприємства. І саме знання методики фінансового аналізу дозволяє ухвалити рішення щодо керування капіталом, мінімізувати фінансові ризики, а на основі цього відповідно й ефективно управляти підприємством.

Література:

1. Ковтуненко Ю.В. Методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства / Ю.В. Ковтуненко / Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 8/2. – С. 40-41.
2. Ткаченко А.М. Дескриптивні моделі діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства // Економічний вісник Донбасу. 2016. № 4. С. 149-151.
3. Самсонова К.В. Фактори впливу на фінансову стійкість підприємства // Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. 2017. № 4. С. 125-134.

Харчук О. Г.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування

Шадой В. С.

бакалавр менеджменту «Транспортний менеджмент» кафедри
менеджменту, публічного управління та адміністрування

*Державний університет інфраструктури та технологій
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ МЕХАНІЗМОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Прийняття рішень, це важлива та основна дія керівника, від якої залежить розвиток організації, її сьогодення та майбутнє. Організація є відкритою системою, що взаємодіє з зовнішнім середовищем, а отже всі зміни, що відбуваються в ньому, впливають на організацію. В цьому разі головною задачею керівника є своєчасне реагування на ці зміни для прийняття правильних рішень щодо процвітання організації.

Отже, управління змінами – це самий складний етап в управлінні, який вимагає від керівництва великих зусиль, вмінь, підходів, навиків, кваліфікації, тобто управлінського мистецтва. Кожна організація повинна бути готова до змін і реагувати на них з практичної точки зору [1].

Вагомий внесок в сфері управління змінами на підприємстві в своїх дослідженнях зробили чимало зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як І. Ансофф, І. Адізес, Ф. Гуїяр, Дж. Д. Дак, А. Ван де Вен, В. Барнетт, Л. Грейнер, О. Гайдей, Т. Гринько, П. Друкер, Е. Камерон, Д. Келлі, Д. Коттер, К. Левін, Я. Лісун, Д. Лестер, Д. Ліппіт, Д. Пью, О. Гусєва, І. Дмитрієв, О. Кузьмін, А. Мейер, М. Мельник, Н. Різник, О. Савченко, М. Тушман, К. Фрайлінгер, С. Хенкс та ін. Також практичні аспекти управління змінами розкриті в наукових працях таких вітчизняних дослідників, як: О. Бєседіної, Є. Бойка, Д. Воронков, О. Кузьміна, О. Лапіна, І. Петрової, Л.Скібіцької та ін. Але є не повністю розкриті деякі аспекти управління механізмом реалізації змін на підприємстві, що потребує подальшого дослідження. Для того, щоб краще розуміти систему управління змінами, необхідно розглянути основні поняття даного напрямку діяльності підприємства. В загальному, зміни – це сприйняття нових підходів, ідей, моделей поведінки організацією як зовнішньо, так і з середини [1].

Є різні тлумачення поняття «зміни». Наприклад, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури дає визначення управління як процесу, який складається з взаємозв'язаних функцій змін (планування, організації,

мотивування та контролю), що мають однакові характеристики: всі функції мають комунікаційний зв'язок та потребують прийняття управлінських рішень.

Тобто, керівництво за допомогою комунікації, різних методів та принципів управління впливає як на конкретного, так і на групу підлеглих для досягнення цілей організації [2]. Модель успішного управління змінами була розроблена Ларрі Грейнером, яка також розглядається як процес і складається з шести етапів, що приведені на рис. 1.

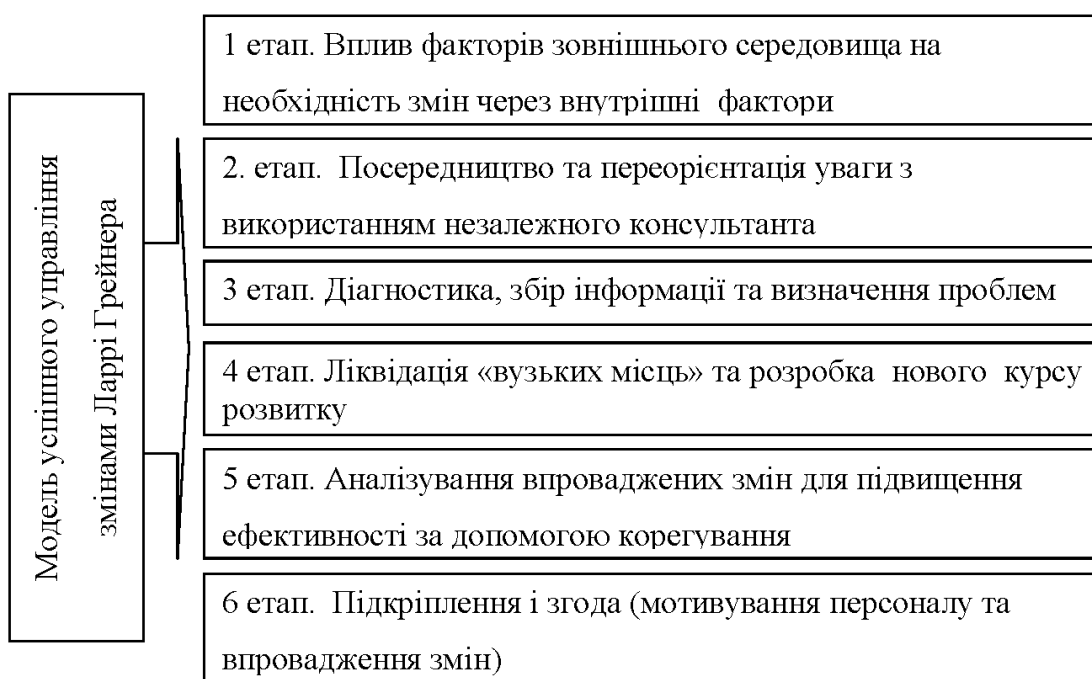


Рис. 1. Модель успішного управління змінами за Ларрі Грейнером
Джерело: складено авторами за даними [3].

А Джон Коттер розглядав управління змінами як процес при послідовному виконанні дій, що приведені на рис. 2.

Г.М. Тарасюк вважає, що процес управління змінами охоплює підготовку до змін, розробку відповідного мотиваційного середовища з урахуванням змін, розробки планів та підтримку змін [5].

В.В. Стадник, М.А. Йохна вважали, що управління – це діяльність, в основі якої є цілеспрямований вплив на персонал підприємства з ціллю координування їх дій для досягнення результатів [6].

З вище сказаного, управління змінами можна представити у вигляді процесу, в основі якого лежать принципи: програмно-цільового управління, системності управління, цілісності, правової визначеності, економічності, мотиваційного забезпечення, синергії, послідовності дій, адекватності, комунікаційного зв'язку, дуальності, ієрархічності тощо.

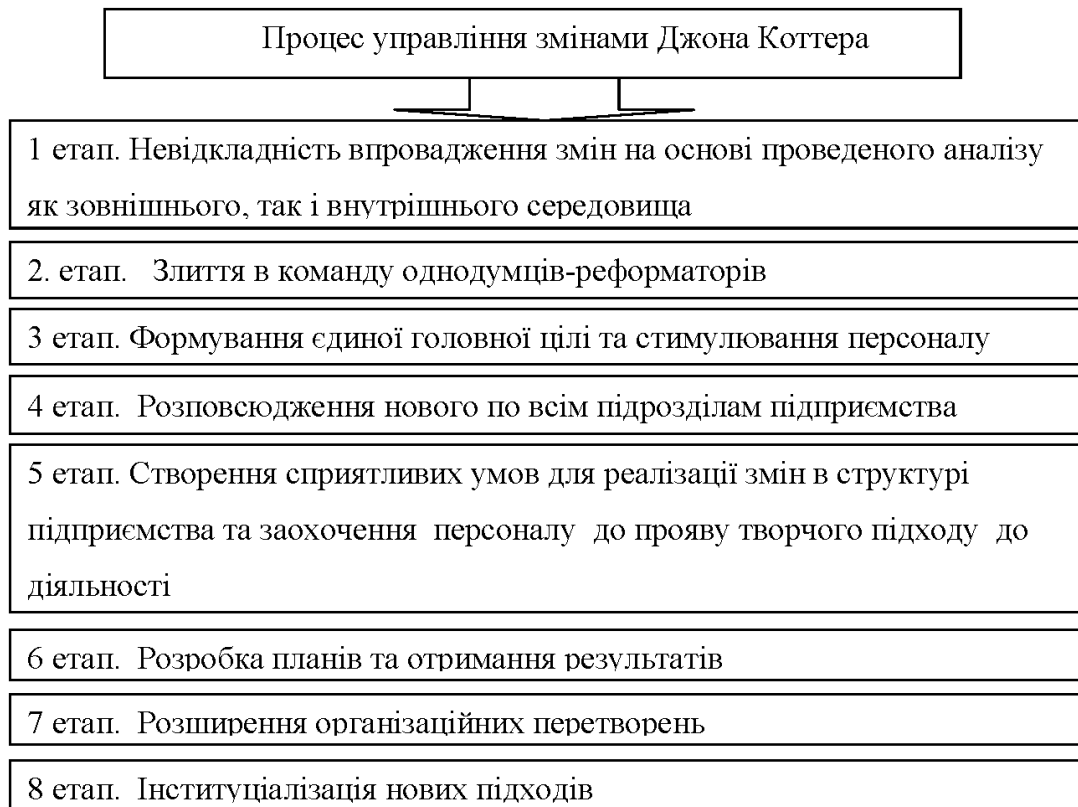


Рис. 2. Процес управління змінами Джона Коттера

Джерело: складено авторами за даними [4]

Тому управління змінами являється не тільки наукою, а й мистецтвом, так як від менеджера вимагається постійна готовність до впровадження та реалізації можливих змін в діяльність організації для її майбутнього процвітання.

Література:

1. Стеців С. Р. Сутність та етапи управління змінами на підприємстві / С. Р. Стеців // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 155-161. – (Вісник / Національний університет «Львівська політехніка»; № 714).
2. Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основи менеджмента. Пер. с англ. – М.: Издательство «Дело», 1997. – 704 с.
3. Larry E. Greiner, «Patterns of Organization Change», Harvard Business Review, May-June 1967, in Organizational Change and Development, ed. G. W. Dalton. P. R. Lawrence, and L. E. Greiner (Homewood, Ill: Irwin, 1970).
4. Kotter J. P. Leading Change/ Harvard Business Press, 1st edition, 1996. – 208 pages [Електрон. ресурс]. – Доступний з <http://www.kotterinternational.com/kotterprinciples/ChangeSteps.aspx>
5. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – № 2(52). – С. 287–291.

6. Стадник В.В. Менеджмент : підручник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Вид-во «Академвидав», 2007. – 472 с.

Чугрій Г. А.
завідувач відділу технологій виробництва
сільськогосподарської продукції
*Донецька державна сільськогосподарська
дослідна станція НААН України
м. Покровськ, Донецька область, Україна*

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

На сьогодні процес активізації антикризового управління, цільове підвищення ресурсного потенціалу суб'єктів економіки повинні здійснюватися в умовах виходу із економічної кризи і подальшої стабілізації з врахуванням національних і історичних особливостей, а також відсутності в перехідному режимі економіки збалансованої ринкової системи [1].

Характерною особливістю розвитку практики антикризового управління повинна стати першочерговість зростання соціально-економічного добробуту населення [1; 2, с. 46]. Тому в сучасних умовах, на основну увагу в розвитку методів антикризового управління заслуговує необхідність активізації заходів, пов'язаних з розробкою і створенням вітчизняної ринкової інфраструктури і ефективного механізму управління процесом структурних перетворень [3].

За проведеними дослідження виходячи з аналізу фінансового стану підприємству ДП «ДГ «Таврія» ДДСДС НААН» треба розробити антикризову програму, для запобігання кризи велике значення має своєчасне виявлення ознак майбутньої кризової ситуації.

Розвиток механізму антикризового управління являється найважливішою умовою ефективності реформування і сталого розвитку підприємств в теперішній час і на найближчу перспективу.

При розробці антикризової стратегії проводиться ретельний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища бізнесу [4, с. 180].

Розробимо стратегічний портрет підприємства «ДП «ДГ «Таврія» ДДСДС НААН» (табл. 1).

Згідно даних таблиці 1 можна сказати, що на підприємстві є розроблена стратегія діяльності яка була розроблена при створенні підприємства, та реалізується з моменту прийняття її керівництвом. На

підприємстві не має розробленої стратегії управління ризиками. На підприємстві немає відокремлених стратегічних зон господарювання (СЗГ). На підприємстві немає відокремлених стратегічних бізнес-одиниць (СБО). На підприємстві є сформульована місія підприємства та полягає вона в наступному «Вирощування елітних сортів рослинництва, вирощування тваринництва, для реалізації». На підприємстві існує обґрунтована стратегічна ціль, це «Обсяг виробництва, реалізація продукції, отримання прибутку». На підприємстві лінійна структура правління. Розробкою стратегію займається адміністративна (директор, заступник директора, головний бухгалтер, головний економіст, головний агроном, головний інженер).

Таблиця 1

Стратегічний портрет підприємства

№	Елементи стратегічного портрету	Оцінка наявності елементу (так / ні)	Характеристика елементу стратегічного портрету
1	2	3	4
1	Наявність на підприємстві розробленої загальної стратегії діяльності	Так	Стратегія була розроблена після відкриття підприємства. Так, реалізується вона з моменту прийняття її директором
2	Наявність сформульованої місії підприємства	Так	Вирощування елітних сортів рослинництва, вирощування тваринництва, для реалізації.
3	Наявність обґрунтованої стратегічної цілі підприємства	Так	Обсяг виробництва, реалізація продукції, отримання прибутку
4	Наявність обґрунтованих цілей стратегічних бізнес-одиниць підприємства (СБО)	Ні	-
5	Тип організаційної структури підприємства		Лінійна структура
6	Наявність підрозділів або працівників (як правило, керівників вищої ланки), які відповідальні за стратегічний розвиток підприємства та координують процеси, пов'язані з розробкою та реалізацією стратегії	Так	Розробкою стратегію займається директор підприємства та головний бухгалтер.
8	Наявність сформульованого положення по обґрунтуванню господарських рішень та управлінню ризиками	Ні	-

1	2	3	4
9	Наявність кількісно обґрунтованого стратегічного плану підприємства	Так	Виручка від реалізації, валовий дохід за рік.
10	Наявність на підприємстві процесу з виявлення, оцінки та управління стратегічними ризиками	Ні	-
11	Наявність кількісно обґрунтованого тактичного плану діяльності підприємства на один рік	Так	Чистий прибуток (збиток), за рік.
12	Наявність на підприємстві процесу з виявлення, оцінки та управління ринковими ризиками	Ні	-
13	Наявність на підприємстві процесу з виявлення, оцінки та управління поточними ризиками	Ні	-
14	Наявність кількісно розрахованих ключових показників діяльності з управління ризиками підприємства	Ні	-

Кількісно обґрунтований стратегічний план підприємства – це розмір виручки від реалізації, валового доходу за рік. Доходність підприємства складає 34688 тис. грн. за 2019 рік, що на 45% більше за минулий, але чистого прибутку підприємство не має, збиток складає 2714 тис. грн. Фінансова стійкість підприємства складає 0,6. Коефіцієнт банкрутства підприємства складає 0,6. Середньооблікова кількість працівників – 89 осіб.

Отже, підприємство є збитковим, але у 2019 році у порівнянні з 2018 роком підприємство збільшило виручку від реалізації на 45%, а збитковість зменшилась на 12,5%.

Розглянемо основну ціль, стратегію, цінності та стандарти поведінки на «ДП «ДГ «Таврія» ДДСДС НААН» (рис. 1).

На рисунку 1 ми бачимо, що ціль підприємства є одержання прибутку на вкладений капітал шляхом здійснення виробничих робіт.

Цінності підприємства – це творчі здібності робітників. Стандарти яких притримується підприємство це цілеспрямованість і послідовність досягнення мети та увага до якості продукції. Стратегія підприємства це завоювання нових клієнтів, конкурентних позицій, освоєння нових ринків збуту.

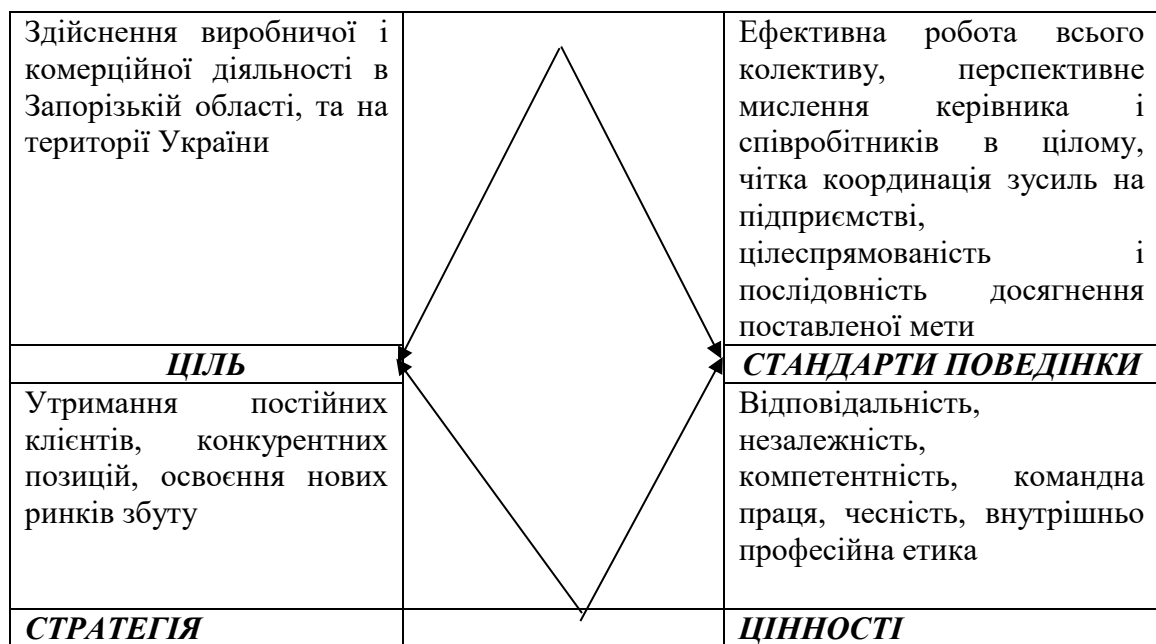


Рис. 1. Повна модель місії «ДП «ДГ «Таврія» ДДСДС НААН» за Ешріджською моделлю

Отже, проаналізувавши діяльність господарства можна сказати, що державне підприємство «ДП «ДГ «Таврія» ДДСДС НААН» прагне в наступні 3-5 років досягти таких цілей:

- збільшити долю ринка за рахунок зростання об'єму реалізації продукції в сегментах середнього, а також вище середнього рівня;
- збільшити частку організації на ринку України з 21% до 25%;
- отримати нових клієнтів;
- збільшити об'єм продаж рослинництва й тваринництва за підсумками 2019 року;
- збільшити долю продажу у середньому (в грошовому вираженні) до 80%;
- до кінця 2021 року збільшити обсяг реалізації рослинництва й тваринництва більш ніж на 30%;
- використання ефективної системи стимулів для мотивування працівників до виконання роботи ;
- оптимізувати чисельність персоналу за рахунок підвищення його кваліфікації;
- зв'язати оцінку результативності з досягненням цілей всієї компанії.

Таким чином, виходячи з перелічених вище цілей, у майбутньому сільськогосподарське підприємство буде реалізувати більше виробництва у сфері тваринництва і рослинництва, тим самим буде отримувати більше прибутку, таким чином підприємство може розраховуватися з кредиторами і платити за своїми зобов'язаннями.

Література:

1. Плескач М.О. Удосконалення механізмів антикризового управління діяльністю сільськогосподарських підприємств. *Облік і фінанси АПК: бухгалтерський портал*. Електронний ресурс <http://magazine.faaf.org.ua/udoskonalennya-mehanizmv-antikrizovogo-upravlinnya-diyalnistyu-silskogospodarskih-pidpriemstv.html>
2. Ашуєв А.М. Бенчмаркінг як інструмент антикризового управління підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 4 (22). С. 47-50.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством. *Навчальний посібник*. ЦУЛ, 2003. С. 273.
4. Клівець В.П. Стратегія підприємства: *Навчальний посібник*. Київ: Академвидав, 2007. С. 320.

Шпак Я. О.

аспірант кафедри міжнародного туризму
і готельно-ресторанного бізнесу

*Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Організаційний механізм управління діяльністю підприємства включає перелік елементів, що стосуються більше організації управлінського впливу на забезпечення роботи підприємства та досягнення його головної мети у ринковому середовищі. Разом з тим, звертається увага на необхідність включення до організаційного механізму динамічних і статичних елементів. Серед статичних виділяються правовий і мотиваційний, оскільки вони більше спираються на існуючі напрацювання зовнішніх учасників по відношенню до підприємства і не залежать від нього, тоді як серед динамічних виділяють елементи по стратегічному управлінню, економічному забезпеченню, організаційно-функціональній роботі, інформаційному забезпеченню та управлінню опору змінам. Фактично звертається увага на деякі економічні аспекти діяльності підприємства, що вказує на присутність зв'язку організаційного та економічного механізму управління підприємством. З цією думкою можна погодитись, оскільки досягнення ключової мети функціонування підприємства у ринковому середовищі, яка пов'язана із максимізацією прибутку та вартістю бізнесу, має економічну природу і організаційна складова повинна тісно переплітатись із фінансово-економічною роботою.

Спираючись на певні дослідження до елементів організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємства можна

віднести організаційно-інформаційне середовище, техніко-технологічне забезпечення, соціально-економічну систему, юридично-правові елементи, демографічну ситуацію, геополітичне розміщення бізнесу підприємства. Дослідником пропонується вважати серед елементів організаційно-економічного механізму діяльності підприємства переважну більшість аспектів його діяльності. Хоча зазначений перелік можна ще розширювати і в цьому контексті потрібно звернутись до досвіду інших наукових праць [5, с. 67].

Ряд авторів у складі організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства, який входить до складу загального організаційно-економічного механізму управління підприємством, виділяють декілька груп відповідних елементів. До першої групи елементів входять адміністративні та ринкові інструменти, в складі яких знаходиться регулюючий вплив на рівні держави, регіону, окремої установи чи підприємства. До їх складу можна віднести такі забезпечувальні підсистеми, як: правова, кадрова, нормативно-регулююча, інформаційно-консультативна [1, с. 656].

До другої групи елементів входить економічна складова управління діяльністю підприємства, представлена інноваційно-інвестиційними заходами, фінансово-кредитним регулюванням, системою страхових відносин, фіскальною політикою, ціноутворенням, мотиваційними засобами, способами стимулювання на шляху підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Третій блок елементів організаційно-економічного механізму управління підприємством поєднує організаційну складову, представлену функціями управління, плануванням розвитку бізнесу, реалізацією маркетингової роботи по просуванню товарів та послуг підприємства і досягнення його цілей на ринку, зовнішньоекономічними зв'язками, відносинами лізингу та оренди.

Варто відмітити, що зазначена класифікація є досить змістовною та в повній мірі враховує перелік елементів організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємства. Звичайно, що в сучасних умовах потрібно особливу роль відводити управлінню економічною безпекою бізнесу, управлінню інформаційними ресурсами та новітньому забезпеченню інформаційних систем, управлінню відповідністю діяльності нормам екологічної безпеки та охорони навколишнього середовища. Останніми роками в умовах України набуває особливого значення врахування в діяльності підприємств євроінтеграційних спрямувань національної економіки та інтересів працівників у частині створення комфортних умов праці та відпочинку і забезпечення належних рівнів оплати праці. Зважаючи на це, зазначені обставини потрібно враховувати у якості елементів організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємства.

Література:

1. Богацька Н.М. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства / Богацька Н.М., Кричевська О.А. // Молодий вчений. – № 12 (39). – 2016. – С. 655-658.
2. Методи управління ризиками енергопостачальної компанії: монографія / В. Я. Брич, О. Л. Шпак, З. І. Домбровський, А. М. Тибінь, М. З. Домбровський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – 304 с.
3. Трансформація організаційної структури енергокомпанії / В.Я. Брич, М.М. Федірко, Т.О. Артемчук // Економічний аналіз, 2017.– Т.27.– № 3. – С. 167-172.
4. Брич В. Організаційно-економічні передумови реінжинірингу бізнес-процесів на ринку комунальної теплоенергетики України / В. Брич, М. Федірко, І. Янік // Вісник Тернопільського національного економічного університету, 2016.– № 2.– С. 7-19.
5. Цуркан С. М. Сутність та складові елементи організаційно-економічного механізму використання персоналу промислових підприємств / С. М. Цуркан // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2016. – № 2(1). – С. 62-73.

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Максютенко А. В.

студентка

Арестов С. В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки природокористування

Одеський державний екологічний університет

м. Одеса, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ В ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

В умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних АСУ. Їх цінність можна розглядати у двох площинах: 1) у процесах, які автоматизуються; 2) даних, які акумулюються під час роботи. Розглянемо значення кожної з них:

- автоматизація процесів функціонування систем дозволяє активувати виконання щоденних завдань персоналу і керівництва туристичної фірми. При цьому досягається взаємозв'язок між різними службами фірми, що значною мірою підвищує ефективність праці і дозволяє позбавитися значної кількості суттєвих помилок, отриманих під час створення продукту (послуги). Разом з тим, керівництво одержує потужний інструмент контролю розвитку туристичної фірми і фінансових потоків, а можливості зловживань персоналу скорочуються до мінімуму. В цілому, з використанням автоматизованих систем туристична фірма стає більш керованою. Керівництво, одержуючи адекватні дані щодо стану справ на даний момент і в перспективі на майбутнє, має можливість приймати коректні і своєчасні рішення;

- крім функцій управління, системи пропонують додаткові можливості підвищення рівня сервісу для клієнтів. Система дозволяє враховувати різноманітні побажання і переваги споживача послуг, зберігає дані по кожному клієнту, що коли-небудь користувався послугами туристичної фірми, а процес надання послуг стає безпроблемним для нього.

Загальними особливостями АСУ є автоматизація процесів планування, обліку і управління основними напрямками діяльності туристичної фірми. Тому загалом їх можна розглядати як інтегровану сукупність таких підсистем, як управління фінансами, матеріальними потоками, обслуговуванням, персоналом, збутом, маркетингом,

аналізом фінансових потоків, оборотними коштами туристичної фірми. Інформаційні технології управління з'явилися у світовій індустрії давно, на українському ринку – присутні відносно недавно. Для більшості фірм України, які займаються туристичною діяльністю (близько 60 %), впровадження АСУ є необхідним, критично важливим для успішного розвитку бізнесу. Як в усьому світі, так і в Україні їх використання стає засобом конкурентної боротьби туроператорів. Тому українська туристична індустрія сьогодні переживає етап масштабної переорієнтації з паперово-ручного методу роботи на застосування АСУ. Існують такі рівні автоматизації:

- офісна оргтехніка (телефони, факси, ксерокси); – комп'ютери із стандартним програмним забезпеченням типу Microsoft Office; – спеціальне програмне забезпечення – BackOffice та його зв'язок з глобальними системами бронювання; – наявність власних Інтернет-магазинів.

Результатом впровадження будь-якої АСУ в туристичному комплексі є підвищення ефективності роботи, високий рівень сервісу для клієнтів і суворий фінансовий контроль. Системи управління продаж послуг споживачу – це сучасний підхід до управління відділом реалізації і вирішення питань з організації і проведення заходів, що ефективно контролює діяльність комерційного відділу фірми, здійснює групові продажі, аналізує прибутковість заявок, формує цінову політику, складає контракти і контролює їх виконання, здійснює бронювання, продаж і оренду конференц-приміщень, допомагає організувати банкету. Створення пакету необхідних послуг для клієнтів при організації заходів різного характеру відбувається за лічені хвилини, при цьому користувач має доступ до необмеженої кількості категорій імен, описів, опцій.

Важливою тенденцією розвитку міжнародної туристичної індустрії останніх років стало активне використання систем оптимізації прибутку (систем управління тарифами). Підприємства, що активно застосовують такі системи, одержують істотну конкурентну перевагу і досягають суттєвого збільшення доходів. Ця система працює в реальному часі, аналізує отриману від системи управління туристичною фірмою інформацію (бронювання, сезонні коливання, динаміку попередніх періодів тощо), враховує специфіку сегментів ринку і проведені реконструкції по ціноутворенню та управлінню тарифами. Рекомендації стосуються як стратегії комерційної політики турфірми в середній і довгостроковій перспективі, так і щоденних дій її відділів замовлення, продажу і розміщення туристичних послуг. Автоматизація управління діяльністю туристичної фірми тісно пов'язана із системою збору та аналізу зовнішньої поточної інформації. Ці процеси мають комплексний характер і охоплюють усі сторони функціонування туристичної фірми і

взаємин з клієнтами. Система збору зовнішньої поточної інформації, під якою розуміється набір джерел і методичних прийомів, за допомогою яких управлінці отримують інформацію з комерційного середовища, забезпечує керівників даними про останні події на ринку надання туристичних послуг. Збір інформації відбувається з книг, газет, спеціалізованих видань, розмов з клієнтами, постачальниками послуг, турагентами. Одним із способів акумулювати потрібну інформацію по пропозиціям туроператорів є поява так званих Інтернет-пейджерів, що пропонують єдину базу даних з єдиним форматом. В залежності від бажань та можливостей турагента він за певну плату може регулярно користуватися послугами одного з таких пейджерів, що відрізняються кількістю представлених операторів, оперативністю роботи, якістю даних та зручністю інтерфейса.

Туристичні фірми з достатньо високим рівнем організації вживають додаткових заходів для підвищення якості і збільшення кількості зібраної зовнішньої поточної інформації (різноманітні рейтинги, статистичні дані, інформація про тенденції зміни туристського попиту) через заохочення турагентів, ділових партнерів. В теперішній час, за яскраво вираженої невизначеності, стохастичності зовнішнього середовища необхідною властивістю туристичної фірми виступає її здатність до адаптації. Висока надійність і забезпечення стійкості – один із фундаментальних принципів її функціонування. З урахуванням конкретних умов, необхідно розробляти і впроваджувати комплексні автоматизовані системи, що концентрують у собі сукупність організаційних, режимних, технічних та інших можливостей, спрямованих на досягнення достатнього рівня економічної ефективності і безпеки ведення бізнесу. Впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління вимагає значних капіталовкладень. Позитивними сторонами (перевагами) впровадження в практику роботи турфірми автоматизованої інформаційної системи з управління є:

- зниження тривалості операційного циклу; – своєчасна корекція асортименту послуг, що надаються; – скорочення витрат ресурсів та вирішення ряду інших завдань.

Розглянемо їх докладніше. Зниження тривалості операційного циклу дозволяє туристичній фірмі скоротити терміни надання послуг і створює потребу швидкого реагування на зміни попиту. Причому, збільшується кількість послуг, що надаються туристичною фірмою, поліпшується їх якість. Однак, всі ці переваги складно оцінити, що значною мірою залежить від дій конкурентів, які практично непередбачувані. Все ж таки, незважаючи на це, їх не слід ігнорувати, бо за своєю природою такі переваги є стратегічними і надзвичайно важливими для довгострокового успіху будь-якої туристичної фірми. Інформаційна система дозволяє у найкоротший термін виключити з

асортименту послуги, які реалізуються невдало, і замінити їх новими, що дозволить отримати економічний ефект за рахунок більш точного визначення категорії клієнтів, часу і зміни смаків тощо. Впровадження автоматизованої інформаційної системи дозволяє скоротити витрати на робочу силу приблизно на 30%, а отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть меншими за такі ж показники при використанні старого підходу. Це відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань туристичного бізнесу. Експлуатація системи дозволяє реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, підвищити кваліфікацію працівників туристичної фірми. На макрорівні система інформаційних технологій дозволяє інтегрувати пропозиції туристичних продуктів та їх розподіл. На мікрорівні впровадження передових технологій призводить до більш ефективного і швидкого управління фірмою, яка надає послуги.

Література:

1. Електронний ресурс: http://tourlib.net/books_ukr/vt5-1.htm
2. Електронний ресурс: [-ok.com.ua/turizm/suchasnii-stan-rozvreferatitku-informaciin-ih-tehnologii-v-sferi-turizmu-i-gostinnosti](http://ok.com.ua/turizm/suchasnii-stan-rozvreferatitku-informaciin-ih-tehnologii-v-sferi-turizmu-i-gostinnosti)
3. Електронний ресурс: <http://www.unwto.org/tourism&mdgsezine/>
4. Гонтаржевська Л. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Донецький ін-т туристичного бізнесу. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180с.
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. Разд. I. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Гл. 1. Система информационных технологий. – 2-е изд., стереотип. – М.: Изд. центр «Академия», 2004. – С. 9-14.
6. Мельниченко С. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія. – К. : Київський національний торговельно-економічний ун-т, 2008. – 493 с.

Порошенко К. С.
студентка
Арестов С. В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки природокористування
Одеський державний екологічний університет
м. Одеса, Україна

РІВНІ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

Сучасний туризм має низку важливих особливостей з точки зору характеристик туристського продукту, сервісу та організації виробництва. Так, в систему індустрії туризму входять спеціалізовані підприємства, організації та установи:

- туристські фірми по розробці та реалізації туристичного продукту;
- підприємства, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, кемпінги, пансіонати, будинки відпочинку та інше);
- підприємства харчування (ресторани, кафе, бари, їдальні тощо); транспортні підприємства (автопідприємства, авіаційні підприємства, залізничні відомства, підприємства морського і річкового транспорту);
- рекламно-інформаційні туристські установи (рекламні агентства, рекламні бюро, інформаційно-туристські центри тощо); підприємства торгівлі;
- підприємства сфери дозвілля в туризмі (кіноконцертні зали, зали ігрових автоматів тощо);
- громадські туристські організації та об'єднання; координуючі та регулюючі органи в туризмі на національному, регіональному та муніципальному рівнях.

Практично всі вони в тій чи іншій мірі змушені займатися маркетингом. При цьому слід враховувати, що для бюро подорожей, ресторану і транспортного підприємства кінцеві цілі і зміст маркетингу не однакові. Так, туристська фірма за рахунок задоволення потреб клієнтів прагне збільшити свою прибуток. Національна, регіональна або муніципальна адміністрація хоче залучити в регіон якомога більше туристів. А громадська туристська організація бажає підняти свою значимість і показати корисність своєї професійної діяльності.

Вищевикладене дозволяє виділити наступні рівні використання маркетингу в сфері туризму:

- маркетинг туристських підприємств;
- маркетинг виробників туристських послуг;
- маркетинг туристських організацій;

– маркетинг територій та регіонів.

Перші два рівні відносяться до сфери комерційного маркетингу. Маркетинг туристських підприємств, що є основною ланкою підприємницької діяльності у сфері туризму, представляє собою процес узгодження їх можливостей і запитів споживачів. Результатом цього процесу є надання туристам послуг, які задовольняють їхні потреби, і отримання підприємством прибутку, необхідної для його розвитку і кращого задоволення запитів споживачів в майбутньому.

Маркетинг виробників туристських послуг розглядається як система комплексного вивчення потреб і попиту з метою організації надання послуг, максимально орієнтованого на задоволення потреб конкретних споживачів та забезпечення найбільш ефективних форм і методів обслуговування.

Наступні два рівні характеризують сферу некомерційного маркетингу в туризмі.

Маркетинг туристських організацій, що представляють і захищають колективні інтереси підприємців у сфері туризму, розуміється як діяльність, вживаються з метою створення, підтримки або зміни сприятливого громадської думки. Організація громадської думки – це, по суті, управління маркетингом, зсунуті з рівня продуктів на рівень всієї організації.

Маркетинг територій та регіонів – діяльність, що вживаються з метою створення, підтримки або зміни поведінки клієнтів стосовно конкретним населеним пунктам, регіонам чи навіть країнам в цілому. Подібної діяльністю займаються регулюючі та координуючі органи в туризмі на муніципальному, регіональному та національному рівнях.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – С. 242.
2. Вачевський М.В. Маркетинг в сферах послуг / М.В. Вачевський, В.Г. Скотний – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 232.
3. Рутинський М.Й. Сільський туризм: [навч. посіб.] / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – С. 271.

Собчик В. Д.

студент

Арестов С. В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки природокористування

Одеський державний екологічний університет

м. Одеса, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Туристична діяльність є однією з галузей світового господарства, що швидко розвивається і на яку припадає близько 6% світового валового національного продукту, 7% капітальних вкладень, 11% світових споживчих витрат і 5% всіх податкових надходжень. На даний час кожне 14 робоче місце у світі пов'язане з туризмом. На частку міжнародного туризму припадає біля 7% від світового експорту. В абсолютному вираженні він поступається лише доходам від експорту нафти і нафтопродуктів та автомобілів.

На світовому рівні характерною ознакою туризму останніх років є досить висока динамічність і стабільність його розвитку, а також його активний вплив на економіку багатьох країн, що мають сприятливі рекреаційні ресурси.

Позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише у тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він у державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Піднесення туристичної та курортної інфраструктури країни до рівня розвинених туристичних держав світу та забезпечення сталого розвитку туризму і курортів є процесом тривалим і складним і має ґрунтуватися на засадах дотримання Конституції та Закону України «Про туризм», «Про курорти», інших законодавчих актах, раціонального використання природних та історико-культурних ресурсів. Розвиток туризму і курортів має стати одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки держави, важливим джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів, створення нових робочих місць та соціального розвитку держави.

Розвиток туристичної та курортної сфер України останніми роками характеризується позитивною динамікою: збільшується об'єм в'їзного (іноземного) і внутрішнього туризму, збільшується ефективність господарської діяльності підприємств і продуктивність праці.

Чинниками, що сприяють збільшенню обсягів в'їзного і внутрішнього туризму в минулі роки були поступальний розвиток міжнародної співпраці у сфері туризму, відвертість меж України і рекламно-інформаційні заходи, які активно проводилися в 2003-2004 рр.

Збільшення туристичних потоків зумовлює приріст об'єму туристичного споживання товарів і послуг національного виробництва. Таким чином, у 2007 порівняно з 2000 роком кількість громадян України, які виїжджали за кордон зросла на 29%, а кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – на 259%.

Вивчення стану справ у туризмі показало, що на шляху розвитку пріоритетних для держави в'їзного і внутрішнього туризму існують значні перешкоди. Чинне законодавство України містить істотні бар'єри, які утримують динамічний і ефективний розвиток цих прибуткових видів туризму, не сприяє збільшенню надходжень до бюджету і перетворенню туризму в могутній сегмент національної економіки.

Міністерство культури і туризму України з метою стимулювання в'їзного туризму і згідно досвіду європейських країн планує розробити зміни до Закону України «Про туризм», зміни до ст.8 Закону України «Про податок на додану вартість» щодо зменшення бази оподаткування туристичних послуг, які надаються на митній території України (в'їзний і внутрішній туризм), а саме на туристичний продукт, який надається туристичним оператором на митній території України, визначити базою оподаткування для такого туристичного оператора винагороду; механізм диференційованих ставок ПДВ на пріоритетні галузі економіки, якою є і туризм.

З метою організації обліку туристичних ресурсів України, забезпечення їх раціонального використання і охорони потрібна розробка державних реєстрів туристичної галузі.

В області законодавчої і нормативно-правової діяльності планується розробити ряд законопроектів розвитку туристично-ресурсційних зон, проект держпрограми розвитку туризму і курортів на 2007-2016 рр. та ін.

З метою удосконалення нормативно-правової бази курортної та туристично-рекреаційної сфер за поданням послуг на тимчасове розміщення прийнята ухвала Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року № 297 «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», яке дозволяє вивести з тіні підприємства, які надають подібні послуги, удосконалити статистичну звітність, збільшити надходження до бюджетів всіх рівнів.

Здійснюється інтеграція України в світовий туристичний ринок. З метою розширення договірно-правової бази співпраці у сфері туризму протягом першого півріччя 2006 року укладені 4 міжнародні договори про співпрацю в області туризму з урядами Республіки Молдова,

Йорданського, Хашимітського Королівств, Республіки Білорусь і Міністерством регіонального розвитку Чеської Республіки.

18 жовтня 2005 року Україна стала членом Європейської туристичної комісії (ЄТК). Вступ України в ЄТК став першим кроком на шляху входження нашої держави в організаційні структури Європейського Союзу, що має стратегічне значення з урахуванням можливостей використання механізмів ЄС, зокрема фінансових, для збільшення ефективності національних туристичних галузей, просування українського турпродукту на європейському ринку, впливу на туристичні потоки з погляду іноземного прагнення на розвиток в'їзного туризму в Україні, що є економічно вигідним, зміцнення авторитету нашої держави в європейському співтоваристві, реалізації євроінтеграційного курсу нашої держави.

Для просування національного турпродукту на світовий ринок, залучення іноземних туристів для відпочинку і оздоровлення, збільшення економічної ефективності туристичної галузі і зміцнення авторитету України Державною службою туризму і курортів за перше півріччя 2007 року організований національний стенд на 8 міжнародних виставках у Австрії, Німеччині, Іспанії, Італії, Ізраїлі, Російській Федерації, Білорусі. Україна займає одне з провідних місць у Європі по забезпеченості курортними і рекреаційними ресурсами. Серед них найціннішими є унікальні кліматичні зони морського узбережжя і Карпат, а також мінеральні води і лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів. Оцінка потенціалу курортних і природних лікувальних ресурсів дає підставу розраховувати, що Україна має перспективу розвитку курортів. Це могутній потенціал розвитку міжнародного і вітчизняного оздоровлення і туризму, які є прибутковими галузями в економіці багатьох країн.

Україна має розвинену мережу курортних установ (санаторії, санаторії-профілакторії, пансіонати і бази відпочинку), в яких щорічно оздоровлюється близько 3 млн чоловік. У дитячих таборах щорічно оздоровлюється більше 1 млн дітей. Більше тисячі установ (готелі, туристичні бази, пансіонати) приймають щорічно більше 2 млн туристів.

Разом з тим, курортно-рекреаційний потенціал значно вище – курортні установи України вже сьогодні щорічно можуть прийняти в 2,5 рази більше відпочиваючих. Загальний потенціал курортних ресурсів України дозволяє (теоретично) приймати щорічно до 50 млн відпочиваючих і туристів.

Державна політика у сфері розвитку курортів будується на принципах:

- забезпечення доступності санаторно-курортного лікування для всіх громадян, в першу чергу, для інвалідів, ветеранів війни і праці,

учасників бойових дій, дітей, жінок репродуктивного віку, хворих на туберкульоз і т. ін.;

– обліку попиту населення на конкретні види санаторно-курортних послуг при розробці та затвердженні загальнодержавних і місцевих програм розвитку курортів;

– економічного і раціонального використання природних лікувальних ресурсів і забезпечення їх належної охорони;

– сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України у високорентабельну і конкурентоспроможну галузь економіки;

– законодавчого і нормативно-правового визначення умов і порядку організації діяльності курортів.

Законом України «Про курорти» визначене завдання з регулювання суспільних відносин у сфері організації і розвитку курортів, виявлення і облік природних лікувальних ресурсів, забезпечення їх раціональної видобування, використання і охорона з метою створення сприятливих умов для лікування, профілактики захворювань, оздоровлення і відпочинку людей.

Література:

1. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: Навч. посіб. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. <http://www.europa.eu.int/comm/eurostat>.

Таранець І. Р.

студентка

Арестов С. В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки природокористування

Одеський державний екологічний університет

м. Одеса, Україна

СТИМУЛЮВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Раціональне природокористування – використання природних ресурсів в обсягах та способами, які забезпечують сталий економічний розвиток, гармонізацію взаємодії суспільства і природного середовища, раціоналізацію використання природно-ресурсного потенціалу, економічні механізми екологічнобезпечного природокористування. Під еконо-

мічною ефективністю слід розуміти відносну величину перевищення отриманих фінансових результатів над зробленими витратами.

Згідно типовою методикою розрахунок економічної ефективності природоохоронних заходів ґрунтується на зіставленні витрат на їх здійснення з економічним результатом, досягнутим завдяки цим заходам. У даному випадку мова йде про категорії економічного ефекту, що досягається в результаті природоохоронних заходів. Оцінка економічної ефективності природоохоронних витрат має особливості, які проявляються у відмінностях видів ефекту, а також в методах їх визначення.

Відповідно до існуючої методикою розрізняють первинний і кінцевий комплексний соціально-економічний ефект від заходів щодо захисту навколишнього середовища. Адміністративний механізм управління базується на встановленні норм, стандартів, правил природокористування та відповідних планових показників підприємствам з охорони навколишнього природного середовища та покарань від догани до тюремного ув'язнення або зняття з роботи й виплати штрафів підприємством і його керівниками. Однак цей шлях дорогий та малоефективний.

Значно ефективнішим є шлях економічного стимулювання, коли за допомогою різноманітних важелів (цін, платежів, податкових пільг і покарань) держава робить більш вигідним матеріально, більш прибутковим дотримання природоохоронного законодавства, ніж його порушення. Але деякі адміністративні та економічні методи переплітаються (наприклад, штраф, встановлення лімітів користування та забруднення природних ресурсів). Найкращих результатів досягають під час розумного поєднання економічної зацікавленості з достатньо жорстким контролем і позаекономічним примусом.

Важливим економічним методом управління є правильне застосування матеріального стимулювання – забезпечення зацікавленості, вигідності для підприємства та його працівників природоохоронної діяльності.

До заохочувальних заходів належать: встановлення податкових пільг (сума прибутку, з якого стягується податок, зменшується на величину, що повністю або частково відповідає природоохоронним видаткам); звільнення від оподаткування екологічних фондів і природоохоронного майна; застосування заохочувальних цін і надвишок на екологічно чисту продукцію; застосування пільгового кредитування підприємств, котрі ефективно здійснюють ОНПС (зниження процента за кредит або безпроцентне кредитування; надання можливості отримання природних ресурсів під заставу; запровадження спеціального додаткового оподаткування екологічно шкідливої продукції та продукції, що випускається із застосуванням екологічно

небезпечних технологій; штрафи за екологічні правопорушення; стимулювання працівників і громадських інспекторів з охорони навколишнього природного середовища, які виявили порушення законодавства та вжили необхідних заходів для притягнення винних до відповідальності.

Об'єктами охорони навколишнього природного середовища є: природні ресурси (земля, надра, вода, атмосферне повітря, ліс, тваринний світ тощо); ландшафти та інші природні комплекси; території та об'єкти природно-заповідного фонду; здоров'я і життя людей; природне середовище як сукупність природних і природно-соціальних умов і процесів. Дотримання принципів раціонального природокористування вимагає створення відповідних передумов. Фундамент раціонального природокористування закладається діями влади, які мають бути спрямовані на забезпечення участі громадськості у прийнятті рішень щодо поводження з природними ресурсами, подолання диспропорцій економічного розвитку, стимулювання створення ефективного виробництва на основі ресурсозберігаючих та ресурсовідновлювальних технологій тощо.

Чинним природоохоронним законодавством передбачені пріоритетні напрями відтворення та раціонального використання природних ресурсів. Їх реалізація повинна здійснюватися на національному, регіональному та об'єктному рівнях шляхом постійного й послідовного вирішення поточних і перспективних питань екологічної безпеки, охорони довкілля, розвитку та вдосконалення, відповідно до стандартів ЄС, законодавчої бази, застосування дієвих економічних інструментів.

До пріоритетних напрямів належать: гарантування екологічної безпеки ядерних об'єктів і радіаційного захисту населення та довкілля, мінімізація впливу наслідків аварій на промислових об'єктах; поліпшення екологічного стану річок та якості питної води; стабілізація і поліпшення екологічної ситуації в містах і промислових центрах (особливо Донецько-Придніпровського регіону); запобігання забруднення Чорного та Азовського морів, поліпшення їх екологічного стану; формування збалансованої системи природокористування та екологізації технологій у промисловості, енергетиці, будівництві, сільському господарстві, на транспорті; будівництво нових та реконструкція діючих потужностей очисних каналізаційних споруд; підвищення безпеки проживання населення в сейсмонебезпечних районах; збереження біологічної та ландшафтної різноманітності, розвиток природно-заповідної справи.

Методи і форми стимулювання раціонального природокористування.

Економічні стимули, які могли б змусити підприємства турбуватися про охорону природи і зменшення збитків, поки що недостатні. Але й ці

кошти спрямовувати на охорону природи підприємствам не вигідно, оскільки в результаті їх проведення підвищується собівартість виробництва продукції, зростає обсяг основних фондів.

Водночас багато очисних споруд перевантажені, стоки перебувають у незадовільному стані, відбувається їх змішування з різними шкідливими речовинами, що призводить до синергізму і затрудняє очищення. Необхідним є загальне підвищення культури виробництва, поліпшення збереження сировини і матеріалів, правильна експлуатація устаткування.

Література:

1. Електронний ресурс: https://m.stud.com.ua/16797/ekologiya/ekonomichne_stimulyuvannya_ratsionalnogo_resursopolzovaniya_prirodoohoronnoyi_diyalnosti
2. Електронний ресурс: http://www.childflora.org.ua/?page_id=52
3. Електронний ресурс: https://pidruchniki.com/76383/rps/printsipi_ratsionalnogo_prirodokoristuvannya_prirodoohoronnoyi_diyalnosti
4. Електронний ресурс: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://kegt-rshu.in.ua/images/dustan/LLP6.pdf&ved=2ahUKEwiP3fW4t-PnAhWxlYsKHUhtA3MQFjANegQIAxAB&usq=AOvVaw1SUgKmDv_FxZgZI9PK2rEJ

СЕКЦІЯ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Черба В. М.

доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро, Україна

Серіков К. Є.

учень комунального закладу освіти «Фінансово-економічний ліцей наукового спрямування при Університеті митної справи та фінансів»

м. Дніпро, Україна

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК НОВИЙ СПОСІБ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ

Соціальне підприємництво називають еволюцією бізнесу або навіть революцією для неприбуткової діяльності. Революцією тому, що це явище надає можливість неприбутковим організаціям самим забезпечувати собі ресурси для функціонування, а не бути жебраками. Соціальне підприємництво також не виключає прибутковості, але пріоритети для нього зовсім інші. На першому місці для таких підприємств є вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству [1, с. 10]. Соціальне підприємництво – така підприємницька діяльність, яка спрямована на змістовну, інноваційну та позитивну зміну у державі. Соціальні підприємці займаються збільшенням соціального капіталу та діють у таких галузях, як охорона довкілля, освіта, боротьба з бідністю та права людини. Один з найвідоміших соціальних підприємців – це Нобелівський лауреат 2006 року Мохаммад Юнус, засновник Грамін Банку [2].

Соціальне підприємництво завжди має соціальну місію і чітку мету, які превалюють над економічною. Це може бути вирішення реальних соціальних проблеми, підтримка соціально-нужденних людей, у тому числі через зайнятість чи підвищення їхньої кваліфікації, розвиток чи покращення інфраструктури населених пунктів або покращення якості життя людей, тощо. Соціальне підприємництво тільки починає розвиватися в межах України, однак перед державою постала необхідність підтримки такого виду підприємницької діяльності, що має доволі велику місію – вирушення соціальних проблем через бізнесові механізми.

Найбільш поширене визначення соціального підприємництва належить Грегорі Дізу, який виділив п'ять факторів, що його визначають: 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальних цінностей (блага); 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії; 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання; 4) рішучість дій, яка не обмежена ресурсами; 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [3].

З кінця 70-х р. ХХ ст. в Європі використовується таке визначення соціального підприємництва: «Соціальне підприємство – це юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролі членів цієї організації, й заснована на принципах рівної частки власності. Підприємство здійснює комерційну діяльність, створює суспільне багатство та сприяє покращенню якості довкілля. Суспільне багатство й екологічні вигоди є невід'ємною частиною цілей діяльності соціального підприємства; або на їх досягнення підприємство скеровує частину прибутку». [4, с. 65] Тобто головна місія соціального підприємства полягає у наданні користі суспільству.

В ХХІ ст. в Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій як ефективний механізм вирішення локальних соціальних і економічних проблем територіальних громад. Зараз відкривається багато соціальних підприємств заснованих ветеранами АТО. Відомі «Veterano pizza», «Veterano coffee», «Veterano cab», «АТОмийка», «Кіборг масаж» тощо. Тут беруть на роботу лише ветеранів, допомагають їм адаптуватися до нового життя. Хлопці, які повертаються з війни, гостро відчувають необхідність змін. Вони не бояться бізнес-планів і таблицок в екселі. Беруть на себе відповідальність. Готові вчитися та пробувати будувати своє. У 2014-2015 роках був сплеск соціального бізнесу переселенців. Люди починали своє життя заново, в нових містах і з новими цінностями. Попри те, що соціальне підприємництво в Україні виникло пізніше, ніж в інших країнах, ми можемо спостерігати багато інновацій. Розвиток цієї сфери – дуже стрімкий. В Україні почали винаходити нові стійкі бізнес-моделі соціальних підприємств. Наприклад, в Івано-Франківську діє громадський ресторан «Urban Space 100», який спільно заснували український новатор Юрій Філюк, платформа «Тепле місто» та громада. Засновниками закладу стали сто місцевих жителів. Кожен зробив один благодійний внесок у розмірі 1000 доларів, щоб зібрати потрібну суму для запуску ресторану. Проект унікальний тим, що 80% прибутку перерозподіляють на підтримку соціальних проектів міста. Ресторан успішно працює з 2014 року, генерує прибуток та реінвестує його на соціальні проекти Івано-Франківська. За принципом «Urban Space 100»

в грудні 2018 року в Києві відкрили громадський ресторан «Urban Space 500». З 2012 року в Києві працює благодійний магазин «Ласка», який передає свій прибуток на благодійність і соціальне облаштування міста. Люди приносять сюди речі, які їм більше не потрібні, тут їх сортують, деякі продають, решту віддають нужденним. Згідно з даними на сайті магазину, станом на січень 2018-го він передав на соціальну сферу майже 850 тис. грн. У Львові в 2012-му заснували пекарню «Горіховий дім» із метою утримання центру для жінок, які постраждали від домашнього насильства, торгівлі людьми тощо. Пекарня, яка згодом розширилася до кейтерингу та їдальні, скеровує на цей центр 40% прибутку. Жінкам тут надають тимчасовий притулок, психологічну допомогу, працевлаштовують їх. 2017-го в Києві відкрилася пекарня Good bread from good people, яка працевлаштовує людей із ментальною інвалідністю, вирішуючи тим самим проблему їхньої соціалізації. Крім працевлаштування ветеранів АТО/ООС сьогодні до тенденцій соціального підприємництва можна віднести креативні індустрії. Прикладом такого бізнесу є кафе «Шпаківня» («Скворечник») у Києві на Трухановому острові, яке, за її словами, стало новим явищем для Києва. Певний час воно працювало не на прибуток, а заради облаштування комфортного місця на березі Дніпра [5].

Нажаль, з боку нашої держави немає належної підтримки соціального підприємства, як це зроблено в провідних європейських державах. Особливо гостро стоїть питання відсутності закону, який би регулював соціальне підприємство. Справді велика можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму, як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування. А це означає, що зародок соціального підприємства може еволюціонувати від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства.

В цілому в Україні, на думку експертів, існують наступні підходи до розуміння практики соціального підприємства: 1) соціальне підприємство являє собою засіб соціальної підтримки певних груп населення; 2) соціальне підприємство являє собою механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємницької діяльності; 3) соціальне підприємство являє собою альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем; 4) соціальне підприємство являє собою соціально-орієнтований бізнес [6].

За останні роки поняття «соціальне підприємство» все частіше використовується українським суспільством у різних контекстах. При цьому, часом у неоднозначних, і таких, що не мають нічого спільного ані з бізнесом, ані з українським соціальним життям. Проводяться форуми, конференції, фахові обговорення, проте це не додає визначеності означеному виду людської діяльності. Міжнародні

експерти та донорські організації реалізують програми в яких діляться власним досвідом інституційного розвитку та досягнень соціального підприємництва за межами України. Втім, такий досвід, хоч і є корисним, та часто залишається далеким від українських реалій ведення бізнесу та дещо ментально чужим для запозичення суспільством [7].

Соціальне підприємництво в Україні має потенціал розвиватися, є можливість підтримки закордонних проектів які зацікавлені у вирішенні соціальних проблем, такі проекти і організації як «Social Entrepreneurship», «Skoll foundation» та багато інших проектів та організацій, які дають можливість розвиватися проектам соціального підприємництва в Україні. Соціальне підприємництво в цілому має дуже великі перспективи, бо по всій планеті є мільйони людей, які потребують допомоги та не мають можливостей для самореалізації, але соціальне підприємництво може змінити ситуацію. Майбутнє за соціальним підприємництвом – вдалим поєднанням бізнесу та безкорисливої допомоги.

Література:

1. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с.
2. Юнус М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма. – ЦИПСИР, 2010.
3. Андреева Н.М Поляничко О.В. Екологічні кластери в рекреаційнотуристичній сфері як модель регіонального розвитку підприємництва // Економічний форум. 2013. № 3. С. 82-87.
4. Сотник, І. М. Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку [Текст] / І.М. Сотник, В.В. Гаврилова, Є.В. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – № 2 (200). – С. 62-73. (21).
5. Підприємці й суперсила. Як в Україні розвивається соціальний бізнес [Електронний ресурс]. – URL: <https://m.tyzhden.ua/publication/207751>
6. Довгаль Олена Валеріївна. «Проблеми розвитку соціального підприємництва» Ефективна економіка 1 (2014) [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2666>
7. Восемь столпов социального предпринимательства в Украине [Електронний ресурс].– URL: https://nv.ua/opinion_author/hnidenko.html

СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Khalleefah Ahmed Mohammed Saed

Postgraduate student

*Simon Kuznets Kharkiv National
University of Economics
Kharkiv, Ukraine*

THE INDUSTRIAL ENTERPRISE STRATEGIC COST ACCOUNTING FRAMEWORK IMPLEMENTING AND IMPROVEMENT

Introductions. The success and efficiency of every industrial enterprise function are primarily determined by the chosen approach to the business process organization. The way of the cost for these business-process support allocation and optimization also becomes very important. In this case, achieving the relevant information about the cost of the market value creation transforms into one of the crucial factors for enterprise development. Thus, we could notice here the strengthening of the value and role of managerial accounting as a component of the enterprise market value delivering management. The correct chosen type of market value determines the enterprise strategy. In view of this, considering the strategic accounting as one of the types of managerial accounting is became significantly necessary. The main reason for the emergence of strategic accounting is the need to ensure the compliance of the management accounting system with a new model of strategic management.

In this regard, the transition from managerial cost analysis to strategic cost management is a major challenge for the future. The success of such a move will enhance the role of managerial accounting. Assessment of the same accounting system will occur due to its influence on the implementation of the developed strategy. From the standpoint of the representatives of such an approach, changing the tactical concept of cost management for a strategically oriented involves the need for an adequate improvement of the management accounting system, the introduction of new methods in its structure that will provide the necessary information for strategic management decisions.

Aim. The purpose of the research is to develop an understanding of changing cost accounting, which is necessary for fulfilling the needs of strategic stakeholders. This aim leads to the involvement of the new methods of strategic cost management (analysis of the chain of values, analysis of strategic positioning, analysis of cost factors) into the enterprise accounting system.

Materials and methods. The research methodology for the given article's aim could be effective only in the case of combining the different modern approaches to improvement of the accounting practice. Firstly, in case of satisfying the information requests of strategic stakeholders, it is necessary to use the achievements of such authors as, for example, V. Joannidès de Lautour [2], D. Woodburn [5], S. Wing [4], K. Wilson [5]. The research of listed authors laid the foundation for combining the enterprise strategy with accounting information. Unfortunately, these researches have some disadvantages, like paying too little attention to the predictive power of accounting information and not considering the enterprise expenses as a strategic benefit. The same disadvantages also have research explicitly dedicated to cost management. Such authors as C. Drury [1] (mostly oriented on the short-term decision-making) and A. Bhimani [3] (perfectly described cost planning and budgeting system) gives too much attention directly to cost estimation and don't considering long-term decision-making. Anyway, he given researches could be viewed as a benchmark for improving the enterprise's strategic cost management by including the cost accounting framework, an assessment of existing links in the system of strategic management, competitive advantages, and environmental factors.

Results and discussion. The modern system of accounting and analytical support for the strategic management of enterprises use all of the available information from the financial and managerial accounting. In this case, the strategic cost accounting should consider the existing information in a slightly different way. Although the traditional retrospective approaches to gathering the accounting data give a tremendous amount of information, the strategic cost accounting has to use predictive analytics tools. Management of a modern enterprise is not interested in a cumbersome array of comprehensive accounting information, which is characterized by historical data.

Users, in addition to retrospective accounting information, also need predictive and probabilistic information that would reveal the tendencies of the operation of the company and form a vision of depositors of the capital regarding the prospects of investment, the provision of borrowed funds, etc. The investor as an external user of financial reporting is more concerned with the question of the efficiency of operations and financial stability in the future period in which his investments will work, and not what was before his investments. Moreover, today's accounting can only give a picture of the past and in no way the future. Consequently, the demand for predictive accounting information will increase. The use of predictive (probabilistic) information in the accounting system involves some data obtained with techniques similar to the evaluation of investment projects. Forecast information should also be formed by using non-conservative accounting methods that are based on the probability indicators. That is, the starting point for forecasting the accounting indicators should not be the

corresponding indicator of the previous period, and the order of accounting of the economic transactions, based on which this indicator is formed.

The need for a strategic cost management system based on a strategically oriented accounting system. Representatives of this approach believe that the current model of construction of accounting and analytical systems used by most domestic and foreign enterprises does not meet the needs of management. Evaluation of the value of the company on a certain date is static. This evaluation does not reflect the current enterprise state and does not allow tracing the creation of value in the process of use and management of property. Accordingly, the accounting information presented in the published reporting completely does not reflect the cost of the enterprise due to the specificity of the accounting tools. The reporting information contains the lag between the describing the current situation and the information needed to effectively managing the enterprise development. Solving this problem according to the authors proposal require some development of a strategic accounting system, which have to provide information not only about standard accounting objects (fixed assets, inventories, etc.). Strategic accounting information have to describe all the factors that affect the creation and destruction of the cost of the enterprise (for example, intellectual and environmental capital) in real time, which allows you to make effective strategic decisions. Thus, the system of strategic accounting is considered by individual scientists as a tool of information management to manage the cost of the enterprise, which allows identifying the factors for its creation and destruction and provide information about them for making managerial decisions. In this case, the system of strategic accounting is considered as one of the security subsystems of the system of value-oriented enterprise management.

Conclusions. The generalization of the reasons for the necessity of constructing the system of strategic accounting allows us to establish that as the preconditions for its emergence acted as external factors (general economic) and internal (direct accounting). From the moment of its occurrence, accounting performs a service function, providing the needs of enterprise management in the information to make appropriate managerial decisions. Depending on the changes in user inquiries, the emergence of new requirements for accounting information is gradually transforming the accounting theory and methodology, which, after a certain period, after passing the practice, falls into the hands of accountants in the form of instructions, guidelines or standards of accounting. The strategic cost accounting in turn require such improvement as increasing the amount of processed information; attraction the new methods for processing facts through the analytical tools; making predictive indicators; disclosure the information about the factors of the enterprise value creation, etc.

References:

1. Drury C. Management and Cost Accounting / C. Drury. – United Kingdom: Cengage Learning, 2017. – 866 с.
2. Joannidès de Lautour V. Strategic Management Accounting: Beyond the Numbers / V. Joannidès de Lautour. – Switzerland: Palgrave Macmillan, 2018. – 293 с.
3. Management and cost accounting / A. Bhimani and others. – New Jersey: Pearson, 2015. – 889 с.
4. Wing S.L. Strategic Management Accounting: A Practical Guidebook with Case Studies / S.L. Wing. – Singapore: Springer Singapore, 2018. – 263 с.
5. Woodburn D. Handbook of strategic account management : a comprehensive resource / D. Woodburn, K. Wilson. – United Kingdom: Wiley, 2014. – 648 с.

Дубинська О. С.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри «Облік, оподаткування та економічна безпека»

Щічка Л. О.

студент

*Донбаська державна машинобудівна академія
м. Краматорськ, Донецька область, Україна*

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ОБЛІКУ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Розвиток підприємництва супроводжується зростанням ролі бухгалтерської інформації в сферах управління, контролю та аналізу підприємницької діяльності. Управління матеріальними запасами одна з важливих складових частин виробничого управління, що полягає і в організації укладання господарських договорів, і в закупівлі, доставці і зберіганні сировини, матеріалів, комплектуючих, а також їх обліку і контролю над їхнім використанням згідно МСФЗ.

Фінансова звітність кожного закордонного підприємства, як правило, стандартизована і складається в строгій відповідності зі спеціальними загальноприйнятими в даній державі вимогами, вона спрямована на максимальну корисність інформації, що міститься в ній, для прийняття та обґрунтування управлінських рішень, здійснення ефективного контролю над господарською діяльністю підприємства, для проведення аналізу результатів його роботи за певний звітний період.

Незважаючи на наявні відмінні риси ведення бухгалтерського обліку в різних країнах, існує єдина методологічна база для багатьох закордонних підприємств, заснована на міжнародних стандартах фінансової звітності, розробкою яких займається спеціальний Комітет з

міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standards Committee, IASC), створений в 1973 році національними організаціями бухгалтерів дев'яти країн: Великобританії, США, Канади, Франції, Західній Німеччині, Нідерландів, Японії, Австралії [1, с. 40]. Більш докладне застосування основних принципів одного з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку на закордонних підприємствах розглянемо на прикладі особливостей обліку матеріальних цінностей (МСФЗ 2) [1, с. 26].

Основні методологічні принципи обліку матеріальних цінностей (запасів) за кордоном регламентовані Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 2 [3, с. 1]. Згідно з даним Стандартом до матеріальних цінностей (запасів) відносять «...активи, по-перше, наявні для продажу при звичайній господарській діяльності, по-друге, що перебувають у процесі виробництва для таких продажів і, по-третє, що існують у формі матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг». Згідно з Міжнародним стандартом 2 відбиття в обліку та звітності вартості матеріальних запасів повинно проводитися по найменшій із двох оцінок: за собівартістю або по ринковій вартості. При цьому собівартість служить основною вихідною базою вартісної оцінки запасів. Часто буває практично неможливо відслідковувати та забезпечувати єдність фізичного (натурально – речового) і вартісного потоку матеріальних цінностей на підприємстві. Тому в міжнародній обліковій практиці при оцінці матеріальних ресурсів, що перебувають в обороті підприємства, по стадіях «купівля – переробка – продаж» пріоритет віддається відбиттю вартості без забезпечення абсолютної відповідності її величини фактичному руху ресурсів.

Одним з найважливіших факторів формування економічної політики підприємства є метод оцінки запасів [4, с. 3]. У закордонній практиці існує різні підходи до вибору методу оцінки запасів. Більшість країн застосовує середньоарифметичну зважену оцінку або метод ФІФО (first in – first out), який використовується в США, Німеччині, а також у Польщі, однак у більшості країн ЄС його не визнають (Франція). Наслідки застосування методу ЛІФО – збільшення видатків і зменшення запасів у порівнянні з методом ФІФО та середньозваженої ціни. Тому в першому випадку прибуток буде нижче, а в другому вище, що дуже важливо з погляду податку на прибуток. У цей час Міжнародні стандарти не рекомендують використання методу ЛІФО.

Таким чином, більшість країн не дивлячись на рекомендації Міжнародних стандартів використовують метод ЛІФО. У США, як і в більшості країн, запаси оцінюються виходячи з фактичних видатків на їхнє придбання на момент одержання або використання в процесі виробництва. Оцінка виражається чистою сумою грошових платежів, здійснених у минулому або майбутньому періодах при придбанні

товарів або ресурсів. Якщо платежі будуть здійснені в майбутньому періоді, то їх суму слід дисконтувати. Видатки ж на доставку цих запасів (якщо за умовами договору їх не несе покупець) можуть включатися або не включатися в собівартість товарно-матеріальних запасів. Такі видатки відображають окремо. У вартість матеріальних запасів також не включаються загальновиробничі, адміністративні та видатки на збут.

У Польщі запаси оцінюються за цінами їх придбання, у випадку неможливості визначення ціни запасів або при їхній безоплатній передачі вони оцінюються за цінами на аналогічні або подібні товарно – матеріальні цінності [5, с. 2].

В Україні, згідно до П (С)БО 9, запаси при надходженні на підприємство оцінюються за собівартістю, обумовленою згідно з договором постачальника (продавця), за вирахуванням суми ввізного мита, непрямих податків, видатків на заготівлю, вантажно-розвантажувальних робіт, транспортування запасів і інших видатків, пов'язаних із придбанням запасів і приведенням їх у придатний для використання в запланованих цілях стан. До видатків, які не включаються в первісну вартість запасів, відносять: наднормативні видатки, недостачі запасів, видатки на збут, відсотки за використання кредитів, адміністративні та інші подібні видатки [2, с. 1].

У МСФЗ 2 «Запаси» зазначено, що вартість запасів повинна включати вартість придбання, видатки, пов'язані з переробкою продукції, а також видатки на доставку запасів до місця їх розташування та приведення в належний стан. Видатки на придбання запасів включають зазначену в договорі вартість запасів, ввізне мито та інші податки, а також транспортно-заготівельні видатки та інші видатки, прямо пов'язані із придбанням готової продукції, матеріалів і послуг.

Слід зазначити, що всі перераховані вище методи оцінки є загальноприйнятими бухгалтерськими методами, однак їх використання не завжди відповідає системі нормативного регулювання податкових розрахунків.

Ведення обліку згідно з міжнародними стандартами повинне супроводжуватися створенням ефективної системи поліпшення якості фінансової інформації, повноти та своєчасності, що розкривається у звітності. Це буде сприяти вдосконаленню внутрішньої системи управління підприємством за рахунок використання єдиних методик обліку, що дозволить управлінському складу організації одержувати повне уявлення про реальні результати господарської діяльності. Впровадження обліку за МСФЗ на підприємстві здатне підвищити конкурентоспроможність компанії за рахунок забезпечення надійною та прозорою інформацією зацікавлених користувачів, що спричинить збільшення інвестиційної привабливості.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік: Навч. посібник / Ф.Ф. Бутинець, Л.В. Чижевський, Н.В. Герасимчук. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 448 с.
2. <http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu9/> – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси».
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності (IAS) 2 «Запаси» – <http://allmsfo.ru/msfo-ias-2.html>
4. <http://prioritet.ks.ua/stati/29-primenenie-msfo-v-ukraine> – «Застосування МСФЗ в Україні» // Щербина А.М.
5. <http://dtk.com.ua/show/2cid14693.html> – «Методичні рекомендації з обліку запасів» // Ловинская Л.Ю.
6. http://uchebnikonline.com/buh-audit/oblik_u_zarubizhnih_krayinah_-_gubachova_om/sistemi_obliku_tovarno-materialnih_zapasiv.htm – «Облік матеріальних цінностей у закордонних країнах» // Губачова О.М.

Конюшенко Т. Ю.

студентка факультету фінансів та обліку

Мисюк В. О.

кандидат економічних наук,

асистент кафедри фінансового аналізу та аудиту

*Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна*

АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Кожна країна світу має свої особливості організації аудиторської діяльності, і вони визначають призначення аудиту його сутність, умови, регулювання, певні підходи до надання послуг з аудиту та проведення аудиторських перевірок. Як своєрідний вид господарської діяльності аудит сформувався дуже давно. Поява аудиту надала можливість власникам підприємств перевіряти своїх працівників та стан підприємства найманими спеціалістами. З часом почали зароджуватися акціонерні товариства та різні організаційні формування з колективною формою власності. І їх засновники та керівники почали запрошувати аудиторів для надання зовнішньої оцінки стану господарювання.

У Середньовіччі в бухгалтерському обліку виник певний застій, і у найрозвиненішій країні того часу – Великобританії – група відомих бухгалтерів створили об'єднання, метою якого була перевірка фінансової звітності. Вчені вважають, що ця подія стала початком розвитку незалежного аудиту. Сучасний аудит почав формуватись наприкінці ХІХ століття, з часу, коли виникло поняття про компанію як про самостійний юридичний суб'єкт [1, с. 119].

Стабільний розвиток економік таких закордонних країн як Німеччина, Франція, Великобританія, США, Японія, Канада та ін. зумовлений ефективністю системи аудиторського контролю, який сприяє зменшенню рівня банкрутств суб'єктів господарювання. На світовому ринку аудиту сьогодні діють сотні тисяч аудиторських фірм, але тільки окремі з них здобули міжнародне визнання. Всі міжнародні аудиторські компанії, що входять до «Великої четвірки», були засновані у США, Великобританії та Нідерландах (табл. 1):

Таблиця 1

Засновники компаній, що входять до «Великої четвірки»

Компанія (англійською)	Компанія (українською)	Країна- засновник
Deloitte	Делойт	США
PwC	ПрайсуотерхаусКуперс	Велика Британія
EY	Ернст енд Янг	Велика Британія
KPMG	КПМГ	Нідерланди

Незалежний аудит сьогодні застосовується в усіх, без винятку, зарубіжних країнах, кожна з яких має певні особливості. Сьогодні професію аудитора в Німеччині називають «віртшафтспрюфер», що буквально означає «контролер економіки». Цей термін внесений до законодавства, а всі інші терміни, які застосовувалися раніше в Німеччині (інспектор та ревізор) уже не зустрічаються. Для розв'язання будь-яких питань тут сформована Палата аудиторів, яка надає рекомендації з різних питань, які пов'язані з виконанням аудиторської діяльності. Проведенням аудиторських перевірок займаються тільки офіційно вповноважені аудитори та аудиторські фірми.

Аудитори в Німеччині дуже обмежені щодо сполучення аудиторської діяльності з будь-якою іншою. Допускається тільки здійснювати діяльність представника вільної професії у технічній і юридичній областях, викладацьку, науково-дослідну роботу в інститутах наукового профілю та діяльність у сфері мистецтва та літератури. Аудиторів, що підтвердили свою кваліфікацію відправляють з перевітками до інших країн з метою обміну досвідом. У січні 2019 року професіонали з Німеччини перевіряли українське підприємство з транспортування та зберігання природного газу «Укртрансгаз», де невідповідностей у функціонуванні системи управління Укртрансгазу вони не виявили [2].

Також, перевірку німецьких спеціалістів хоче отримати й Укрзалізниця. Адже, 22 січня 2020 року на Світовому економічному форумі в Давосі підписано меморандум про наміри між Міністерством

інфраструктури України та компанією Deutsche Bahn AG щодо подальшої співпраці у транспортній галузі та розвитку Укрзалізниці. А перед початком співпраці нашу залізницю «очікує» повна аудиторська перевірка [3].

У Чехії аудитор у виконанні своєї роботи керується етичним Кодексом, який є мінімальним стандартом професійної етики аудитора. Кодекс встановлює докладні умови цілісності, незалежності, неупередженості, компетентності й сумлінності. Кодекс видається Палатою аудиторів. Фахівці Чехії мають право вимагати надання об'єктом перевірки всіх документів, необхідних для належного проведення аудиторської діяльності, інформації та пояснень, необхідних для належного виконання аудиторської роботи. Аудитор має право бути присутнім при інвентаризації активів і зобов'язань юридичної особи, вимагати доступу до інформації про взаємини з банками, дебіторами і кредиторами [4, с. 133-134]. Цього року Рахункова палата України та Вищий аудиторський офіс Чехії планують провести паралельний міжнародний аудит щодо забезпечення прав трудових мігрантів.

У Франції питання бухгалтерського обліку та звітності знаходяться у віданні Міністерства фінансів, а аудиту – Міністерства юстиції. Аудит покладається на бухгалтерських комісарів, які вибираються на зборах акціонерів строком на 6 років. Після цього термін повноважень комісарів може бути продовжений, при цьому кількість пролонгації не обмежується. Після призначення аудиторів їх не можна замінити, крім випадків, коли виноситься спеціальна юридична постанова про непрофесійну поведінку вказаних осіб. Якщо капітал компанії перевищує законодавчо визначену суму або вона зареєстрована на фондовій біржі, акціонери обирають двох бухгалтерських комісарів. У будь-якому випадку забороняються складання річних бухгалтерських звітів (чим займаються бухгалтери експерти) та їх перевірка (завдання бухгалтерських комісарів) одними й тими ж фахівцями. Товариства з обмеженою відповідальністю, повні товариства й товариства на вірі піддаються аудиту тільки тоді, коли їх показники діяльності за окремими критеріями перевищують величину, визначену для малих підприємств [5].

Ринок аудиторських послуг в Японії знаходиться під контролем Інституту сертифікованих громадських бухгалтерів. Ця саморегульована асоціація є єдиною організацією для сертифікованого громадського бухгалтера: кваліфіковані спеціалісти, які мають намір займатися практичною діяльністю, маючи звання сертифікованого громадського бухгалтера, повинні стати членом цього Інституту. Крім цього, за підсумками кожної аудиторської перевірки до даного Інституту подається звіт із висновками. В Японії діяльність аудиторів суворо контролюється Міністерством фінансів. Система підготовки

аудиторів в Японії доволі складна. Щоб отримати звання аудитора необхідно здати три тури іспитів. Агентство з фінансових послуг Японії є регулятором ринку аудиторських послуг, забезпечує їх якість та контролює роботу учасників ринку. Агентство з фінансових послуг Японії прийняло рішення переглянути стандарти аудиту для підвищення підконтрольності аудиторських фірм. Нові стандарти аудиту почнуть застосовуватися в Японії з березня 2020 року і будуть обов'язковими для публічних компаній, які провели аудит фінансової звітності й отримали звіт незалежного аудитора з думкою із застереженням [6].

Канада займає особливе місце у світовій економіці, і тут вищим органом державного фінансового контролю є Управління Генерального аудитора. Його особлива роль в механізмі публічних фінансів пояснюється тим, що без контрольної функції неможливо собі уявити саме існування фінансів загалом. Державний аудит здійснюється практично в усіх, без винятку, сферах діяльності виконавчої влади: охорона здоров'я, культура, фінанси, сільське господарство, транспорт, наука та освіта.. Уникнути такої процедури аудиту можуть лише невеликі компанії, які вчасно оформили відповідні заявки [7, с. 444]. У 2017 році Канада допомагала Україні проводити аудит Міжнародної морської організації.

А от усі шведські компанії з обмеженою відповідальністю повинні призначати аудиторів необхідної кваліфікації. Для великих компаній і деяких інших великих структур кваліфікація аудиторів має бути найвищою – уповноваженого присяжного бухгалтера-аудитора. У Швеції однієї з особливостей аудиту являється підписання аудиторського звіту. У нім можуть бути показані або тільки назва аудиторської фірми, або прізвище аудитора, відповідального за проведення перевірки, або те й інше. Це пов'язано з тим, що у діловому світі Швеції існують дуже тісні зв'язки [8]. Аудиторську діяльність у США здійснюють: - аудитори Головної служби обліку контрольної служби законодавчої влади – виконують аудиторські функції для Конгресу; - внутрішня податкова служба – відповідає за нагляд за виконанням федеральних податкових законів; - внутрішньогосподарські аудитори – їх наймають індивідуальні компанії для аудиту їх адміністрації; - сертифіковані публічні бухгалтери – здійснюють перевірку опублікованої фінансової звітності всіх компаній, що публічно продаються, більшої частини великих компаній, а також некомерційних компаній [9]. Професія аудитора зараз популярна, як ніколи. Доходи кваліфікованих фахівців аудиторських компаній коливаються в межах від \$ 800 до 1500 і вище. Дані середньої заробітної плати аудиторів різних країн світу наведені у таблиці 2:

Середня заробітна плата аудитора закордоном

Країна	Заробітна плата у валюті країни	Заробітна плата у гривнях
США	3900 доларів	97 500 грн
Велика Британія	2900 фунтів	92 133 грн
Німеччина	3771 євро	99 856 грн
Данія	31 834 данські крони	112 692 грн
Португалія	1158 євро	30 663 грн
Франція	3200 євро	84 736 грн
Японія	312 362 єни	93 678 грн
Україна	27 000 грн	27 000 грн

Отже, наведене дослідження аудиторської діяльності в різних країнах світу дозволяє сформувані основні вектори для запозичення провідної міжнародної практики для вітчизняного досвіду. Варто акцентувати увагу на тому, що при вивченні зарубіжного досвіду аудиторської діяльності, потрібно відокремлювати ті моменти, які доцільно адаптувати в Україні для удосконалення аудиторської діяльності, і в першу чергу, щодо контролю за ефективністю виконання функцій Аудиторською палатою України, яка за оцінками учасників з'їзду Асоціації аудиторів України перетворюється із органу регулювання аудиторською діяльністю в «закрите акціонерне товариство» великих аудиторських фірм.

Література:

1. Бондар М.І. Аудит в АПК: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003.
2. Стаття сайту «Укрінформ» від 30.01.2019: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2629864-nimecki-auditori-pid-tverdili-bezpecnu-ekspluataciu-ukrainskoi-gts.html>
3. Стаття сайту «Ліга.бізнес» від 23.01.2020: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/ukraina-na-10-let-otdast-jd-dorogu-v-upravlenie-deutsche-bahn>
4. Скаско О.І. Організація системи аудиту в європейських країнах / О.І. Скаско. // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2012. – № 1.
5. Аудит в Бельгії, Греції, Ірландії, Данії, Нідерландах, Франції, Португалії: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dsbrickworks.com/mzhnarodnij-oblk-ta-audit/195-audit-v-belggrecz-rlan-dan-nderlandax-francz-portugal.html>
6. Стаття сайту «ПаБу» від 06.11.2019: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pabu.com.ua/ua/mediacentr-3/profesiini-novyny/1383>
7. Карлмайкл Д., Беніс М. Аудит в зарубіжних країнах: навч. посіб. К.: Аудит, ЮНИТИ, 2013.
8. Стаття сайту «ДсбВорк» від 20.11.2018: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dsbrickworks.com/mzhnarodnijoblk-ta-audit/172-osoblivost-oblkovix-sistem-v-kranax-vropi-shveczya.html>

9. Панич І.І. Аудит в США: Збірник наукових праць студентів від 01.01.2018: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/33012/1/157.PDF>

Ткач Ю. В.

студент

Науковий керівник: **Тесак О. В.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та аналізу

*Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Одним із найбільш дієвих, але, на жаль, не надто розповсюджених способів ефективного регулювання діяльності підприємства є впровадження управлінського обліку.

Впровадження управлінського обліку в практику роботи підприємства є досить складним процесом, оскільки він поєднує в собі методи бухгалтерського обліку, економічного контролю, аналізу та менеджменту. Протез іншого боку, управлінський облік суттєво відрізняється від традиційного бухгалтерського обліку, зорієнтованого на складання фінансової звітності. Головною відмінністю є те, що управлінський облік не обмежений законодавством і може бути розробленим відповідно до потреб кожного підприємства.

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» управлінський облік – це система обробки і підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Тобто, метою управлінського обліку є забезпечення необхідною управлінською інформацією менеджерів підприємства для прийняття ними обґрунтованих рішень [1].

Основною і найбільш важливою перевагою у веденні управлінського обліку як інструмента управління є забезпечення необхідною інформацією усіх управлінців на підприємстві, що дає змогу правильно планувати та координувати діяльність підприємства.

Порівнюючи управлінський облік з іншими видами обліку, можна виділити наступні проблеми функціонування системи управлінського обліку на українських підприємствах: вибір варіанту побудови системи управлінського обліку (найбільш відповідальний крок, адже розмір

підприємства, галузь та сфера діяльності вимагатимуть індивідуального підходу, що призведе до проблем підприємства); відсутність продуманої організаційної структури підприємства (невизначеність з виконавцями та користувачами інформації призводитиме до конфлікту даних та неможливості не тільки отримувати результати роботи, але й здійснювати їх контроль); невизначеність кваліфікаційних вимог до спеціалістів, котрі відповідають за постановку та ведення управлінського обліку; складність у технічному функціонуванні системи (на українських підприємствах управлінський облік ведеться шляхом ручного заповнення даних з використанням стандартних пакетів MSExcel, що призводить до великої кількості помилок через «людський фактор»); відсутність чіткого визначення переліку складових цього обліку; бухгалтер за потребою, крім власне обліку та калькулювання собівартості продукції, займається нормативним плануванням, економічним аналізом та підготовкою управлінських рішень [2, с. 58].

При запровадженні управлінського обліку необхідно вирішити такі основні завдання:

1. Розробити фінансово-організаційну структуру підприємства, яка б дозволяла виділити центри фінансової відповідальності.

2. В положенні про облікову політику підприємства ввести інформацію про вибрану форму ведення управлінського обліку.

3. Розробити склад, сутність і формати управлінської звітності.

4. Методи управлінського обліку витрат і калькуляції собівартості.

5. Управлінський план рахунків і моделі типових господарських операцій.

6. Здійснювати набір та належну підготовку фахівців з управлінського обліку [3, с. 24].

Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновок, що управлінський облік є ефективним інструментом управління, тому що створює конкурентні переваги в ринковому середовищі, а саме, забезпечує підприємство ключовою інформацією. Поступове становлення та розвиток управлінського обліку – є одним із напрямів удосконалення вітчизняної системи обліку та звітності, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV.
2. Проблеми вдосконалення управлінського обліку на підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2012/Economics/7_120660.doc.htm.
3. Управлінський облік: Навч. Посібник / В.Д. Зелікман, І.М. Ізвекова, Р.Б. Сокольська та ін. – Дніпро: НМетАУ, 2017.

СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Павленко О. П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
м. Дніпро, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В системі аграрного страхування останніми роками відбуваються сучасні перетворення, що впливає і на рівень розвитку національної економіки країни. На сучасному фінансовому ринку аграрне страхування є збитковим видом страхування, і лише за умови перестраховування ризиків у закордонних компаніях українські страховики можуть здійснювати виплати сільгоспвиробникам. Збитковість цього виду страхування, за оцінками страховиків, становить 140 % [3, с. 296]. Крім цього, вітчизняні страховики зазнають великих витрат на проведення страхових оцінок і процедур визначення розмірів збитків після настання страхових подій. Як результат, це впливає на вартість страхових послуг для сільськогосподарських виробників. Страхові компанії вважають заниженими страхові тарифи (5–12% при страхуванні врожаю), однак такі тарифи є надто високими для сільськогосподарських виробників. Не існує єдиних стандартів для розрахунку страхових сум і визначення розмірів збитків. У більшості розвинутих країн у аграрному страхуванні є чітка регламентація визначення розмірів збитків та страхових сум. Наприклад, у США існує понад 150 документів, затверджених на державному рівні, які регламентують порядок, способи та методи визначення розмірів збитків при страхуванні врожаю [4, с. 872].

Отже, необхідність страхового захисту викликана прагненням обмежити як матеріальні, так і нематеріальні збитки, пов'язані з певними ризиками. До ризиків агровиробників можна віднести можливу небезпека втрат, зумовлену певними природними явищами (землетрусами, паводками, посухою тощо), випадкові події техногенного характеру (пожежі, технологічні аварії, вибухи тощо), кримінальні випадки (крадіжки, розбійницькі напади, шахрайство і т. ін.) та явища суто економічного характеру, різноманітність яких досить стрімко зростає у зв'язку з поглибленням суспільного поділу праці, розвитком грошової та кредитної систем (порушення ритмічності поставок, енергетичні та платіжні кризи, інфляційні процеси тощо), соціальні

процеси (міждержавні та міжнаціональні конфлікти, акти громадянської непокори тат. ін.). Залежно від того, які причини зумовили настання страхової події та яка її руйнівна сила, збитки від неї можуть мати локальний або надзвичайний характер, а кожен страховик може здійснюватися вибіркове страхування, тобто страхування окремого виду майна, втрат врожаю сільськогосподарської культури чи групи культур [5, с. 279]. Страховий захист ризиків в аграрному секторі країни може здійснюватися у формі страхування застави з метою отримання кредиту. Використання страхового захисту як способу мінімізації сільськогосподарських ризиків є слабким та переважно формальним. Страхування може бути здійснено не на повну вартість врожаю, а на його частину, що відповідає заборгованості позичальника перед банком. Страхове відшкодування може сплачуватися безпосередньо банку при умові наявності заборгованості позичальника перед банком. Розмір страхового тарифу встановлюється, як правило в залежності від виду культури, природно-кліматичних умов та розміру франшизи [1, с. 14].

Водночас аграрні виробники недостатньо активно реагують на пропозиції агрострахового ринку, що пояснюється об'єктивними причинами. Однією з них експерти називають доволі сприятливу погоду, яка спостерігається в Україні впродовж останнього часу. Вона дозволяє аграріям вирощувати високі врожаї і мати від них достатні доходи. При цьому на можливість потенційних погодних та інших ризиків, які можуть мати катастрофічні наслідки, аграрії не зважають. І це притому, що, як показує досвід, складні погодні умови відбуваються останнім часом частіше: деякі з них повторюються кожні 5–6 років, інші – кожні 10–12. Традиційно в Україні господарства спеціалізуються на вирощуванні багатьох культур. Таким чином, сільгоспвиробники можуть мінімізувати власні виробничі або фінансові ризики. Деякі аграрії працюють за принципом компенсації однієї культури, наприклад, з озимої пшениці, за рахунок витрат ярої пшениці. Такий господарський підхід у виробничій діяльності аграрного сектору економіки не приносять користі агрострахуванню [3, с. 299].

Більш ефективним є страховий захист сільськогосподарських ризиків за державної підтримки, але обов'язкові види страхування сільськогосподарської продукції передбачають мінімальне покриття витрат, що є не вигідним для агровиробники. Варто зазначити, що сучасне страхування виконує здебільшого інвестиційну функцію, а динаміка українського ринку агрострахування має негативну тенденцію, що характеризується дуже низьким рівнем покриття страховиками збитків фермерських господарств, а це свідчить про наявність ринкового потенціалу страхування аграрної сфери.

Заходи державної політики потребують подальшого дослідження та удосконалення в сфері аграрного страхування, поєднавши загально-

національні та економічні пріоритети стійкого розвитку економіки країни. Тому пропонуємо наступне:

- удосконалення програм страхування за обов'язковим принципом сплати внесків до державного аграрного страхового фонду та платежів агровиробниками, що отримують державні асигнування;

- при страхуванні майна, придбаного на умовах фінансового чи оперативного лізингу також слід запровадити систему страхового захисту на пільгових умовах;

- надання аграрним виробникам субсидій через механізм здешевлення страхових платежів при реалізації продукції за державними цінами.

Дієвим підходом до розвитку ринку агрострахування, на нашу думку, є також створення розвиненої інфраструктури, яка включатиме не тільки страхових посередників, Аграрний фонд, страховий пул, а й аудиторські компанії (що забезпечують якісну перевірку підприємств, що отримали збитки внаслідок страхових подій), товариств взаємного страхування на умовах кооперації та фінансової підтримки.

Література:

1. Навроцький Д. А. Формування страхового ринку України : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / Навроцький Денис Анатолійович ; НАН України, Ін-т екон. прогнозування. К., 2005. 18 с.
2. Мних М.В. Основні проблеми розвитку страхового ринку в Україні. *Агросвіт*. 2007. № 14. С. 28-30.
3. Томілін О.О. Фріцберг М.В. Перелай М.Ю. Проблеми та перспективи розвитку страхового ринку України. *Вісник Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2011. Вип. 2. Т.1. С. 296–300.
4. Шишпанова Н.О. Совщак С.С., Мельник Ю.В. Зарубіжний досвід аграрного страхування та можливості його впровадження у вітчизняну страхову практику. *Вісник Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2018. Вип. 22. С.872. URL :<http://global-national.in.ua/archive/22-2018/164.pdf>
5. Яворська Т. В. Страхові послуги: Павч. посіб. К.: Знання, 2008. С. 277-280.

СЕКЦІЯ 8. ФІНАНСИ ТА ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Вента Н. С.

студент

Науковий керівник: **Тесак О. В.**

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри обліку та аналізу

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ВИКОРИСТАННЯМ КОШТІВ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ PROZORRO

Кожного дня населення будь-якої держави використовує послуги чи стикається з наслідками роботи бюджетних установ, адже – це саме ті організації, які виконують суспільно необхідні функції (управлінські, соціально-економічні, правоохоронні, науково-технічні тощо), і без існування яких унеможлиблюється існування держави. Зважаючи на той факт, що останні декілька років Україна інтенсивно намагається інтегрувати в Європейський Союз та те, що ефективне функціонування економіки держави не можливе без зваженого і обдуманого використання коштів, все частіше досліджується діяльність державних установ. Тому, на сьогоднішній день, гостро стоїть питання про необхідність правильного організування обліку у бюджетних установах та контролю за використанням коштів.

Згідно з пунктом 12 статті 2 Бюджетного Кодексу України, який є основним нормативним документом, що регулює діяльність бюджетних установ, бюджетні установи – органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними у встановленому порядку – повністю утримуються за рахунок відповідно державного бюджету чи місцевого бюджету, адже бюджетні установи є неприбутковими [1].

В Україні бюджетні асигнування (фінансування бюджетних установ) надаються розпорядникам бюджетних коштів, які залежно від кількості наданих їм прав підрозділяються на головних розпорядників бюджетних коштів (міністерства, відомства) та розпорядників бюджетних коштів нижчестоящего рівня (керівники організацій). Крім цього, кожна бюджетна установа має свій кошторис, в якому чітко зазначено всі доходи та витрати. Розрахунки суми витрат за кошторисом здійснюють, виходячи з обсягу діяльності установи,

визначеної планом її розвитку, та фактичного їх рівня за попередні періоди [2]. Проте, не зважаючи на досить складний, тривалий та нібито контрольований процес розподілу державних коштів, присутнє їхнє нецільове використання.

Значним досягненням країни стало прийняття Закону України «Про публічні закупівлі» в 2016 році, метою якого є забезпечення ефективного та прозорого здійснення закупівель, створення конкурентного середовища у сфері публічних закупівель, запобігання проявам корупції у цій сфері, розвиток добросовісної конкуренції [3]. А також відкриття порталу оприлюднення інформації про публічні закупівлі України «Prozorro». Портал «Prozorro» – це відкритий ресурс електронної системи державних закупівель, що надає доступ до усієї інформації з центральної бази даних про тендерні торги. Зважаючи на те, що всі державні установи здійснюють витрати на закупівлю певних товарів, необхідних як для капітальної, так і поточної діяльності, відтепер, за допомогою платформи «Prozorro» можливо зекономити та відстежувати державні кошти.

Станом на 2019 рік уже більше 214 тисяч підприємств в Україні продають державі товари і послуги через систему Prozorro, а також щороку в бюджеті залишається близько 1 млрд. доларів [4]. Варто зазначити, що використання системи Prozorro є обов'язковим для усіх бюджетних установ.

Отже, впровадження система Prozorro має очевидну значну кількість переваг, таких як:

- значна економія бюджетних коштів;
- будь-яка фізична чи то юридична особа, представник ЗМІ чи працівник контролюючих органів можуть віртуально брати участь в аукціоні закупівель;
- спроба провести корумпований незаконний тендер відразу ж отримує розголосу;
- електронна система назавжди зберігає усю історію редагувань та дає можливість подивитись видалені документи;
- у систему викладається повна інформація про агента, його товари, послуги та переможні роботи, включно з укладеними договорами.

Проте, присутні і певні недоліки:

- є ймовірність придбання товарів відмінної від очікуваної замовником якості;
- демпінг цін учасниками у процесі проведення аукціону та, як наслідок, подальша відмова від підписання договору або ж вимога збільшити договірну ціну;
- неправомірні дії замовників, щодо відмови пропозицій учасників, які складно оскаржити;

– необґрунтоване скасування закупівлі замовником після проведення аукціону, через що учасники втрачають кошти, сплачені за участь у закупівлі, що становить від 17 до 1700 грн, залежно від суми закупівель.

В цілому, можемо зробити висновок, що розподіл та контролювання коштів бюджетних установ є доволі важким процесом, проте завдяки запровадженню нової системи Prozorro – це спрощує завдання. Єдина система електронних публічних закупівель має багато важливих переваг, та декілька незначних недоліків, які в більшій мірі залежать від людського фактора та недостатнього опрацювання Закону України «Про публічні закупівлі». На сьогодні, Prozorro – це проект, який символізує приклад успішної економічної реформи, формує позитивний імідж України в світі (Працівники Prozorro консультують уряди ЄС щодо переходу до електронних закупівель) та виступає інструментом оцінки успішного функціонування державних установ.

Література:

1. Бюджетний кодекс України від 05.01.2013, підстава – 5496-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>
2. Бюджетний процес в Україні. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – buklib.net. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/24101/>
3. Закон України «Про публічні закупівлі» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
4. Prozorro. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – pr@prozorro.ua – Режим доступу: <https://prozorro.gov.ua/>

Витвицька У. Я.
доцент кафедри фінансів
Пукіш О. В.
студентка

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
м. Івано-Франківськ, Україна*

КОНЦЕПЦІЯ БЕЗБЮДЖЕТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «BEYOND BUDGETING»

В сучасних умовах господарювання пошук можливостей переходу до безбюджетної діяльності стає все більш актуальним, оскільки, як показала практика, традиційне бюджетування як інструмент системи корпоративного управління є занадто складним, потребує багато часу й не дає змоги швидко пристосуватися до змін на ринку. На бюджетування потрібна величезна кількість ресурсів, оскільки скла-

дання, узгодження, обробка, консолідація бюджетів різних видів і рівнів, подальший контроль відхилень план/факт вимагають серйозних зусиль з боку керівників центрів фінансової відповідальності та фінансового департаменту. При цьому збіг цифр плану і факту навіть на 80% не є гарантованим, особливо це стосується дрібних статей доходів та витрат [1].

На створення бюджетів витрачається надто багато часу управлінців. Це підтвердили дослідження, проведені Хакетом Бенчмарком (Hackett Benchmark): так, компанії витрачають в середньому 25 000 людино-днів і 1 млрд. USD на планування та оцінку виконання бюджетів. Згідно з дослідженням KPMG процес бюджетування займає майже 20-30 % часу керівників. За оцінкою консультантів німецької компанії Horvath & Partner, як мінімум 50 % свого часу корпоративні фінансисти витрачають на планування і бюджетування [2, с. 83]. Внаслідок цього виникає нагальна потреба шукати альтернативні рішення щодо зміни в бюджетуванні.

Модель «Beyond Budgeting» – це модель управління, покликана допомогти організаціям бути більш пристосованими до швидкої зміни бізнес-середовища. Вона заснована на філософії, яка залежить від узгодженості принципів лідерства та адаптивності процесів управління. Модель було розроблено англійськими економістами Джеремі Хоупом та Робіном Фрейзером наприкінці 1990-х, коли критика щодо річного бюджетного процесу стрімко зростала [3].

Дана модель є доволі гнучкою та адаптивною до змін на ринку, тому компаніям більш вигідно і зручно її використовувати. Розробники моделі вважають, що обмеження традиційних бюджетних систем вимагають від компаній взагалі відмовитися від бюджетування і замість цього зосередитися на фінансових та нефінансових заходах. Також компанії, які використовують дану модель, повинні орієнтуватися на конкурентів та зовнішню політику, а не на внутрішні цілі [4, с. 207-214].

Модель «Beyond Budgeting» базується на принципах децентралізації, внаслідок чого менеджери і працівники наділені більшою владою, ніж при традиційному бюджетуванні. Дані принципи повинні повністю розкрити потенціал працівників та менеджерів, а також їх здатність реагувати при змінах на ринку, які можуть впливати на діяльність даної компанії.

Використання принципів «Beyond Budgeting» дало змогу компаніям «American Express», «GE Capital», «Toyota» перейти до більш коротких циклів планування за ковзною схемою (один раз у квартал) і розглядати бюджет як сукупність чотирьох квартальних планів, що складаються в кожному фінансовому році [2, с. 84].

Прикладом успішного застосування концепції безбюджетної діяльності є шведський банк «Svenska Handelsbanken» з філіями по усій

Північній Європі та Великобританії. Банк не використовує жодних бюджетів, цільових показників, фіксованих планів, починаючи з 1970 року. Проте це один із найуспішніших банків Європи, який за останні 30 років є лідером серед скандинавських конкурентів за показниками рентабельності активів, співвідношення витрат до доходів та рівнем задоволення клієнтів [5].

Контроль у даному банку здійснюється не спеціальними контролерами, а менеджерами та працівниками на місцях. При цьому 50% персоналу банку має повноваження щодо кредитування. Відповідальність децентралізована між великою кількістю філій, якими управляють як центрами прибутку. Оцінка ефективності здійснюється на основі бенчмаркетингу конкурентів. Зосередження уваги на ринку і конкуренції забезпечує необхідну гнучкість в управлінні. Департамент контролінгу в центральному офісі банку здійснює моніторинг тільки портфеля замовлень філій відповідно до декількох ключових показників [5].

Практичне впровадження моделі «Beyond Budgeting» можна розглянути на прикладі іншої зарубіжної компанії – данського хімічного концерну «Borealis». Традиційні бюджети в «Borealis» слугували для різних цілей, і це забезпечувало створення вартості в минулому, але не сприяло поліпшенню ефективності діяльності компанії у висококонкурентному середовищі. Керівництво «Borealis» прийшло до висновку, що бюджетування займає багато часу і забезпечує низький рівень успішності й малий стимул для працівників. Відмовившись від традиційного бюджетування, керівництво отримало вигоду від прискореного і більш адаптивного прийняття рішень, скорочення бюрократії і зниження витрат. Компанія стала більш конкурентоспроможною, а рівень задоволення клієнтів покращився [6, с. 88-93].

Слід розглянути переваги моделі «Beyond Budgeting», а саме:

- менеджери і працівники, які використовують дану модель, спроможні швидко адаптуватись до внутрішніх та зовнішніх змін на ринку;
- одним із завдань менеджерів є постійний пошук способів зменшення витрат, а також аналіз і прогнозування дій щодо використання різних видів ресурсів;
- потреби клієнта знаходяться на першому місці, внаслідок чого їх лояльність до компанії значно підвищується.

Слід зауважити, що першими кроками переходу до даної моделі, є насамперед відмова від складання бюджетів на основі складних даних, скорочення кількості аналізованих показників та відмова від формування непотрібних звітів.

В Україні поки що немає прикладів успішного застосування моделі «Beyond Budgeting», але деякі вітчизняні підприємства використовують

окремі її елементи. При цьому, слід зауважити, що перехід до «Beyond Budgeting» для багатьох підприємств може стати згубним з тієї причини, що все таки вони не можуть повністю відмовитися від традиційного бюджетування. Також більшість власників підприємств не готові піти на такі ризики, оскільки ніхто не гарантує їм, що після впровадження даної моделі підприємство отримає прибуток, а не навпаки. Таким чином, застосовувати концепцію «Beyond Budgeting» можуть лише ті підприємства, які вже зараз зможуть втілити в життя принципи, сформульовані авторами даної моделі.

Отже, на відміну від традиційного бюджетування, модель «Beyond Budgeting» концентрується на певній свободі менеджерів, взаємному узгодженні питань у колективі, а також потребі клієнтів, що призводить до значного зменшення витрат, а також швидкої реакції на зміни як в компанії, так і поза нею.

На нашу думку, концепція «Beyond Budgeting» може успішно застосовуватися лише найбільшими вітчизняними підприємствами, які нагромадили великий досвід фінансового планування або зовсім невеликими підприємствами, де планування тільки набирає значущості. Її застосування є доволі перспективним в Україні, оскільки, як показує зарубіжна практика, призводить до значного зменшення витрат матеріальних та трудових ресурсів, а також робить компанії більш конкурентоспроможними на ринку, аніж компанії з традиційною моделлю бюджетування.

Література:

1. Гуринович Н. Как управлять компанией без бюджетирования. Что такое Beyond Budgeting». / Н. Гуринович. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://probusiness.io/finance/2491-kak-upravlyat-kompaniey-bez-byudzhetrovaniya-cto-takoe-beyond-budgeting.html>
2. Проць Н. Особливості концепції безбюджетної діяльності «Beyond Budgeting» / Н. Проць // Ринок цінних паперів. – 2013. – № 11-12. – С. 83-88. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://securities.usmdi.org/PDF/794.pdf>
3. Úlfarsson A. G. Beyond budgeting: Critical factors for successful implementations / A. G. Úlfarsson. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://skemman.is/bitstream/1946/32451/1/AxelGu%C3%B0ni%C3%9Alfarsson_MS_Lokaverkefni.pdf
4. Good M., Malik A. Beyond Budgeting: The Way Forward? / M. Good, A. Malik // Pakistan Journal of Social Sciences. – 2011. – Vol. 31. – No. 2. – P. 207-214. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/308793774Beyond_Budgeting_The_Way_Forward
5. Beyond Budgeting: Модель для управления и контролинга в 21 веке. перевод статьи Юргена Даума в германском журнале «Контролинг и Финансы». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bss.in.ua/theory/planning/beyond-budgeting/112-beyond-budgeting-21>
6. Foot M. What is financial stability and how do we get it? / M. Foot // Speech on Meeting of the Financial Services Authority and ACI (UK). – 2007. – 122 p.

Горбачова О. М.

кандидат економічних наук, доцент

Чиженко В. В.

студентка

Національний авіаційний університет

м. Київ, Україна

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ПЕРЕСТРАХОВОГО РИНКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК ПЕРЕСТРАХУВАННЯ

Перестрахування – це особливий вид договірних відносин, який має на увазі передачу страховиком частини відповідальності, взятої на себе перед страхувальником іншій страховій компанії. Діяльність даного виду страхових взаємин регламентується виключно власними правовими нормами, які, як правило, досить суворі, адже вкрай необхідно, щоб з моменту оформлення договору перестрахування все було обумовлено і узгоджено, щоб уникнути різних неприємних моментів в разі необхідності відшкодування.

Страхові компанії вдаються до послуг перестрахування в тих випадку, коли вони не в змозі самотійно забезпечити належну фінансову захист страхувальнику.

За рахунок послуги перестрахування, фінансовий стан учасників страхового ринку є більш стабільним, а також за його рахунок у страховика з'являється додаткова можливість прийняти на себе нові ризики [1, с. 514].

Вітчизняний ринок перестрахування є невід'ємно пов'язаним зі страховим ринком України й тому підпадає під вплив більшості факторів розвитку страхування в Україні. Потенційні можливості та перспективи розвитку ринку перестрахування пов'язані з наявною місткістю страхового ринку. Розглянувши теоретично-практичні підходи до цього поняття, можна визначити місткість страхового ринку як максимальну можливість утримання ризику страховиками за рахунок власної участі, яка є їх межею відповідальності та не має впливу на платоспроможність і фінансову надійність компаній. За період 2009-2014 рр. місткість страхового ринку поступово збільшувалась. При цьому, кращою позитивною динамікою характеризується саме страховий ринок життя. Проте, місткість вітчизняного страхового ринку залишається все ще невеликою й складає близько 3 млрд. грн., що в свою чергу, потребує напрацювання вагомих реформаційних кроків держави для посилення місця та ролі ринку перестрахування в Україні [2, с. 56].

На вітчизняному ринку вихідного перестрахування протягом 2009-2014 рр. переважали операції перестрахування ризиків у резидентів

(у середньому складає 79%), тоді як частка операцій із нерезидентами складає близько 21%. Такий же розподіл ризиків між резидентами й нерезидентами спостерігається і безпосередньо на ринку майнового страхування, страхуванні відповідальності й особистого страхування. Ризики зі страхування життя 99,5% перестраховувалися на зовнішньому ринку. Це пояснюється інтересами страхових компаній з іноземним капіталом (а таких компаній більшість в даному сегменті), котрі уже з початку своєї діяльності орієнтовані передавати ризики материнській компанії.

За обсягом вихідних та вхідних грошових потоків у перестраховуванні, відстежуємо деформаційні прояви, котрі свідчать про неможливість порівняння конкурентоздатності вітчизняних та зарубіжних перестраховиків [3, с. 98]. В дослідженні з'ясовано, що незначна частка вхідного перестраховування пояснюється, насамперед, недостатньою місткістю страхового ринку, що в свою чергу не дає можливості страховикам утримувати значні за обсягом ризики.

Для проведення аналізу операцій перестраховування на внутрішньому ринку вихідного перестраховування, виведена формула інтенсивності проведення перестрахових операцій протягом річного періоду. На основі проведених квартальних розрахунків за період 2009-2014 рр., обґрунтовано закономірність зростання інтенсивності перестрахових операцій в 4 кварталі кожного року. Така особливість обумовлена, по-перше, закриттям календарного року й необхідністю страховиків укладати нові чи здійснювати пролонгацію існуючих договорів перестраховування з вітчизняними й іноземними партнерами. По-друге, закономірність можна пояснити здійсненням в кінці року страховими організаціями збільшеної кількості перестрахових операцій задля покращення показників фінансової річної звітності. Запропонований нами підхід до аналізу інтенсивності операцій перестраховування дозволить покращити планування операційної діяльності страховиків та оптимізувати власні фінансові потоки [4, с. 143].

Виявлено тенденції розвитку міжнародного ринку перестраховування, а саме: зростання капіталізації ринків; однакова частка розподілу перестрахової премії у сфері страхуванні життя та сфері страхування іншого, ніж страхування життя; поступове підвищення частки світового ринку перестраховування; залежність прибутковості перестрахових операцій від впливу економічних та політичних чинників; входження міжнародних перестраховиків на нові ринки з метою підвищення диверсифікації своєї діяльності; поширення операцій щодо зрощування капіталів страховиків шляхом злиття і поглинання.

Дослідження світового досвіду в сегменті перестраховування дозволило сформулювати висновок, що українським страховим компаніям при здійсненні операцій з перестраховування необхідно

підтримувати зв'язки не лише з розвинутими міжнародними ринками перестраховання і загальновідомими перестраховими товариствами, а також розширювати зв'язки з найближчими страховими ринками Східної Європи. Це пов'язано з наявністю ряду переваг співробітництва з ринками країн близького зарубіжжя, зокрема: перестраховальні тарифи у перестраховиків сусідніх країн нижчі, ніж у західних партнерів; схожість менталітету розвитку страхових ринків та особливостей андеррайтерської політики [5, с. 34].

Аналіз діяльності перестрахових брокерів на ринку перестраховання, показав, що обсяг перестрахових операцій за участю брокерів є незначним і становить лише 5% від загального обсягу перестрахової премії. Виявлено постійне зменшення кількості посередників на українському ринку страхування і перестраховання. Прояв даної негативної тенденції зумовлений рядом чинників. У зв'язку з ускладненням політичної та економічної ситуації в Україні, наявне подорожчання перестрахової послуги з врахуванням комісійної винагороди перестрахових брокерів, призводить до відмови страхових організацій від використання послуг посередників [6].

Отже, послуги перестрахових брокерів страхові компанії залучають, здебільшого, при виході на міжнародний ринок, адже не всі українські компанії мають прямі зв'язки з перестраховиками нерезидентами. Повноцінному розвитку перестрахової діяльності, незважаючи на певне упорядкування, перешкоджають постійні зміни в оподаткуванні перестрахових операцій та у валютному регулюванні. Недосконалість та неповнота надання інформації щодо обсягів діяльності перестрахових брокерів, зокрема, видів страхування за якими перестраховуються ризики за участі посередників, унеможливує проведення комплексного аналізу їх діяльності. Обмеженість даних про посередників у державному реєстрі Нацкомфінпослуг України і відсутність переліку перестраховиків, з якими вони працюють, також ускладнює проведення аналізу діяльності перестрахових брокерів в сегменті перестраховання.

Література:

1. Галушак В.В. Перестраховання як необхідна умова забезпечення фінансової стійкості та нормальної діяльності страховика / В.В.Галушак // Економіка та суспільство. – 2016. – № 2. – С. 513–517.
2. Дігтяренко С. М. Тенденції розвитку перестраховання в Україні / С.М. Дігтяренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 6. – С. 76-80.
3. Третяк К.В. Удосконалення державного регулювання ринку перестраховання в Україні / К.В. Третяк // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 20. – С. 133-136.
4. Третяк К.В. Поняття ринку перестраховання та його організаційні засади / К.В. Третяк // Фінанси, облік і аудит. – 2014. – Вип. 1. – С. 141-153.

5. Третяк К.В. Аналіз факторів впливу на розвиток українського ринку перестраховання / К.В. Третяк // Наука і сучасність: виклики глобалізації – Частина I (Економічні науки): зб. наукових праць Міжнародної конференції Центру наукових публікацій (25 травня 2013 р., м. Київ) – Київ, 2013. – С. 144-146.
6. Офіційний сайт Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nfp.gov.ua>.

СЕКЦІЯ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Мушеник І. М.

доцент кафедри математичних дисциплін,
інформатики і моделювання

*Подільський державний аграрно-технічний університет
м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Основним викликом світових інноваційно – технологічних процесів є розвиток сільського господарства, спрямованого на нарощування обсягів агровиробництва за рахунок використання технологій, безпечність яких досі не визначена. Зазначені процеси супроводжуються виникненням різного роду загроз, включаючи негативний вплив на здоров'я населення країни, занедбання природних ресурсів через посилення антропогенного навантаження внаслідок інтенсифікації агропродовольчої діяльності і неконтрольованого використання у сільськогосподарському виробництві не достатньо перевірених інноваційних технологій [3, с. 40].

Очевидним також є те, що застосування інформаційних технологій підвищує продуктивність й ефективність управлінської праці, дозволяючи по-новому вирішувати багато завдань. Наприклад, електронна техніка й інформаційні технології дозволяють зберігати величезну кількість даних (які людина просто не може запам'ятати), аналізувати їх і на основі результату пропонувати найбільш ефективні рішення певних задач.

Інформаційні технології – це інструмент для ефективної роботи з інформацією. В рамках аграрно промислового сектора застосування інформаційних технологій дозволило б більш ефективно збирати необхідні дані для їх подальшої обробки та використання.

Обсяг інформації, що постійно зростає, з Інтернету, соціальних мереж, із різних джерел обладнання, датчиків, сенсорів призвів до революції у зберіганні даних та їх аналізу, що є, безумовно, важливим резервом підвищення конкурентоспроможності бізнесу. За даними аналітиків компанії IDC, до 2020 р. загальний обсяг цифрових даних сягне 40000 млрд. Гб, що зумовить потребу в їх аналізі та опрацюванні (рис. 1).

Застосування інформаційних технологій підвищує продуктивність і ефективність управлінської праці, дозволяючи по-новому вирішувати багато завдань. Наприклад, електронна техніка та інформаційні технології дозволяють визначати місцезнаходження будь-якого предмета в просторі і в часі, чим і пояснюється можливість їх використання в «точній (орієнтованому) сільському господарстві» [5].



Рис. 1. Загальний обсяг цифрових даних у світі, млрд Гб

Серед завдань «точного сільського господарства» – оптимізація виробництва з метою отримання максимального прибутку; раціональне використання ресурсів, в тому числі природних; захист навколишнього середовища. «Точне сільське господарство» розглядається як невід’ємна частина ресурсозберігаючого та екологічно чистого сільського господарства. Воно дозволяє забезпечувати контроль сільськогосподарських операцій.

Для ведення «точного сільського господарства» необхідно використання спеціальних пристосувань і технологій, таких як:

приймальники-антени глобальних позиційних систем (GPS – ГПС або ГЛОНАС), що встановлюються на будь-якому об’єкті (машині, агрегаті та ін.) Для точного визначення місцезнаходження об’єкта в просторі і в часі досить отримувати сигнали з 3-4 з 24 супутників, що обертаються навколо земної кулі. Точність визначення місцезнаходження об’єкта при цьому знаходиться в діапазоні від декількох метрів до одного сантиметра;

- географічна інформаційна система (GIS – ГІС) – це програмне забезпечення, що дозволяє обробляти і показувати просторову інформацію, комп'ютеризувати і складати електронні карти. Географічна інформаційна система дозволяє обробляти і аналізувати різні просторові дані, інтегровані в цифровому вигляді;

- датчики для дистанційних вимірювань і бортові датчики для приведення в дію виконавчих частин машинного агрегату.

Дистанційні датчики служать для вимірювання температури і вологості ґрунту, визначення стану рослин (наявність бур'янів, хвороб і шкідників), врожайності посівів. Дія дистанційних датчиків засноване на застосуванні лазерно-радарних, ультразвукових, електромагнітних установок, використанні інфрачервоних хвиль, спектрофотометрів, візуальних телекамер, атомних резонаторів і т. д. [2].

Бортові датчики служать для моніторингу врожаю, визначення норми висіву насіння, внесення добрив, отрутохімікатів, води, вапна; місця знаходження і швидкості руху техніки; заміру технічних параметрів руху машин (буксування, тяги і інш.).

Так, перші комбайни фірми «Массей-Фергюсон» були обладнані приймачами-антенами, приймаючими сигнали з супутників, автоматичним пристроєм для моніторингу врожайності. Поєднуючи інформацію про місцезнаходження комбайнового агрегату і моніторингу врожайності, можна дізнатися врожайність в будь-якій точці поля в будь-який час.

Інформаційні технології являють собою сукупність способів, методів і прийомів застосування обчислювальної техніки в контексті збору, пошуку, обробки, передачі і використання інформації. При цьому інформаційні технології не обмежуються тільки комп'ютерними технологіями, а в широкому розумінні охоплюють всі області і ресурси, необхідні для управління інформацією. З огляду на сучасні тенденції, ефективне управління підприємством є вкрай важким завданням без використання інформаційних технологій. Таким чином, розвиток ІТ-частини підприємства дуже часто є запорукою конкурентоспроможності на ринку.

Одним з актуальних напрямів використання ІТ в АПК стає точне землеробство, яке забезпечує стратегію управління врожайністю сільськогосподарських культур, використовуючи глобальну систему позиціонування (GPS), географічні інформаційні системи (ГІС) і технології, і дані з множинних джерел про умови зростання. Відсутність інтересу сільськогосподарських виробників в ІТ часто пояснюється низьким рівнем освіти і віком фермерів. Вважається, що головні причини небажання застосування ІТ – економічні. У основному використовують звичайні (стандартизовані) технологічні операції вирощування сільськогосподарської продукції і порівняно дешеві кошти

захисту рослин як найбільш ефективні способи отримання прибутку. Одна з ознак застосування ІТ в господарствах – наявність комп'ютерів, а також їх з'єднання з Інтернетом. ІТ використовуються в основному для бухгалтерського обліку, автоматизації сільськогосподарських процесів [4].

Існує безліч варіантів впровадження ІТ в сектор сільського господарства. Необхідною умовою при цьому є наявність сучасної сільськогосподарської техніки. Ця техніка в теорії може управлятися засобами бортової ЕОМ, що дозволить скоротити використання людських ресурсів. Різноманітність видів сенсорів на ринку електронного обладнання дозволить зібрати максимальну кількість інформації про мікроклімат місцевості. Збір подібної інформації, а також накопичення статистики обробки дозволить провести максимально ефективний аналіз з метою мінімізувати витрати на виробництво і максимізувати урожайність. Хорошим рішенням такого завдання на поточний момент є бездротові сенсорні (датчикову) мережі (WirelessSensorNetworks), які представляють собою мережі безлічі датчиків. Кожен датчик (вузол) в такій мережі є, по суті, комутатором, і мережу з таких вузлів може охоплювати значні території, передаючи інформацію на великі відстані (технологія Bluetooth, наприклад, дозволяє об'єднати не більше 7 вузлів). При цьому технологія, яка використовується в таких мережах (найпопулярніша на поточний момент – ZigBee) дозволяє переносити дані на великі відстані при низькому в порівнянні з WI-FI енергоспоживанні. Також такі мережі здатні не тільки передавати зчитану з датчиків інформацію, а й направляти команди виконавчим пристроям, що знаходяться в рамках даної мережі. Бездротові сенсорні мережі відрізняються надійністю: в випадку виходу з ладу одного з вузлів інформація передається з допомогою сусідніх [1].

Останнім часом в розвинених країнах широко використовується комплектація сільськогосподарської техніки навігаційними системами GPS. Така тенденція обумовлена тим, що використання GPS обладнання дозволяє економити кошти. Так, в Європі таким чином вдається економити 50-60 євро на кожен гектар землі. системи GPS моніторингу транспорту дозволяють контролювати роботу техніки в режимі реального часу. [6].

Така технологія, як геоінформаційна система, являє є зручним інструментом для моніторингу посівів і результатів землеробства. ГІС дозволяють створювати і редагувати цифрові карти місцевості з метою подальшого аналізу. можливість створення тематичних карт дозволяє різнопланово оцінити конкретну місцевість. Так, користувач може скласти карти по типу ґрунту, рівню висоти поверхні, переглянути

динаміку змін на місцевості, скласти ряд графіків, спланувати і уточнити структури посівних площ.

Таким чином, впровадження інформаційних технологій в аграрно-промисловий комплекс забезпечує ефективне управління продуктивністю посівів з детальним урахуванням особливостей поля. Це по суті, є оптимальним контролем землеробства буквально на кожному квадратному метрі. При цьому вдається отримати максимальний прибуток і мінімізувати витрати господарських і природних ресурсів.

Література:

1. Вовк С.Г. Аспекти застосування систем підтримки прийняття рішень в управлінні сільгоспдприємством [Текст] / С.Г. Вовк, М.Д. Жубрид, Н.І. Цабак // Вісник Львівського державного аграрного університету: економіка АПК. – 2007. – № 14. – С. 198-201.
2. Зубець М.В. «Аграрна наука ХХІ століття» // Вісник аграрної науки – 2006. – № 3-4. – 208 с.
3. Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки : [монографія] / [Шубравська О. В., Молдован Л. В., Пасхавер Б. Й. та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук О. В. Шубравської ; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2012. – 496 с.
4. Лев Т.Д. «Використання сучасних інформаційних технологій для еколого-агрохімічної оцінки ґрунтів земель сільськогосподарського призначення» / Лев Т.Д., Тищенко О.Г., Піскун В.М., Теслюк Л.В.// Мат. міжнар. конф.: «40 років: від агрохімічної служби до служби охорони родючості ґрунтів». – К.: 2004, – С. 191-201.
5. Мушеник І.М. Закордонний досвід формування регіональних інноваційних систем (на прикладі Австрії)(Foreign experience of regional innovation systems development (an Austrian example)/ І.М.Мушеник // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2017. – Випуск 5. – С. 72-77.
6. Тараріко Ю.О. «Стаціонарні агротехнічні дослідження як інформаційна база моніторингу, моделювання та прогнозування розвитку агроєкосистем» / Тараріко Ю.О., Сорока Ю.В. // Вісник аграрної науки, № 5. – 2004. – С. 18-23.

СЕКЦІЯ 10. МАРКЕТИНГ

Бондаренко А. Г.

студентка економічного факультету

Малтиз В. В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри управління персоналом та маркетингу

Запорізький національний університет

м. Запоріжжя, Україна

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ТА ЇХ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В наш час ринок доволі перенасичений товарами і послугами незалежно від їх країни виробництва. Коли компанія виходить з продуктом до споживача, то його просування є достатньо важким процесом, який потребує витрат та часу. Через це спеціалісти з маркетингу винаходять нові засоби та стратегії просування товару на ринку.

Головною їх ціллю є необхідність розуміти потреби кожного споживача, ринку, на якому вони будуть працювати та розробити стратегії, за допомогою яких компанія зможе досягнути переваг та більшого прибутку.

Для ефективного просування продукту, компанії використовують різні засоби зацікавити та утримати клієнта в компанії, а також залучити інших потенційних клієнтів, за допомогою існуючих.

Одним із звичайних засобів продати продукт є рекламні листівки, білборди, теле- та радіореклама. Для того щоб людина зацікавилася продуктом тієї чи іншої компанії, на цих рекламних засобах розміщують різні слогани та логотипи, що зачіпають своєю легкістю до запам'ятовування та яскравістю. Ця реклама є найпоширенішою стратегією вітчизняних компаній.

З початком розвитку Інтернету, з'явилася можливість запропонувати товар через поштову розсилку, що полегшує інформування клієнтів про появу того чи іншого товару або про різні акції.

На сьогодні, Інтернет є невід'ємною частиною життя більшості людей. Прикладом цього може слугувати поширення соціальних мереж, сайтів мобільних додатків та різних програм. Тому фірми для можливості утримання своїх позицій та існування, почали використовувати розвиток Інтернет-технологій в своїй маркетинговій діяльності.

Сайти та мобільні додатки є важливою складовою маркетингової діяльності фірми, тобто для споживача це можливість дізнатися про фірму та її продукцію більш детально, а для фірми це стратегія спілкування с клієнтом, збору інформації та слідкувати за вподобаннями самого клієнта. Крім свого сайту, компанії розробляють інтернет-магазини де представлений весь асортимент продукції а також умови купівлі товару, інформація про можливі знижки. На сторінці інтернет-магазину можна знайти відгуки клієнтів про товар, скачати мобільний додаток магазину, посилання на соціальні мережі задля поширення товару, що сподобався, та самого сайту. Компанії використовують свої сайти та додатки задля збирання інформації щодо їх дієвості, тобто відслідкувати інформацію щодо зручності, вподобані клієнта і т.д.

У вік використання новітніх технологій вже розроблені достатньо розвинуті системи, що допомагають компаніям як розгорнути свої маркетингові стратегії, так і відстежувати їх ефективність. Такою технологією є – SMM та CRM.

SMM-технологія – це можливість просувати товар через різні сайти та соціальні мережі, шляхом розміщення інформації невеликого обсягу. Ця технологія включає в себе й ведення блогу. Це засіб ніби розмовляти з клієнтом, тобто відслідкувати реакцію на продукт та фірму загалом. В подальшому, це допомагає проводити аналіз отриманих даних та вживати певних заходів щодо покращення продукту та іміджу фірми [1].

Іншою, не менш вагомою, технологією просування товару є CRM-програма. Це скриня інформації про клієнта, яка постійно поповнюється різними даними, які можливо отримати через опитування, діяльність клієнта на сайті. Також, це програма містить дані про взаємодію клієнта з фірмою, тобто інформація про купівлю-продаж продукту. Програма відслідковує попередні покупки клієнта та пропонує набір товарів, за вподобаннями клієнта, що є в наявності у компанії. Ця програма може користуватися даними про клієнта, що були отримані за допомогою SMM [3].

Щоб більш ефективно просувати товар маркетингові стратегії та засоби повинні бути дієвими. Показником дієвості маркетингових заходів фірми є Індекс лояльності клієнтів (NPS) [2]. Під цим індексом мається на увазі отримання оцінки фірми клієнтами через опитування. Так, цей показник суттєво впливає на діяльність фірми, оскільки від задоволення клієнта залежить не тільки об'єми продажів товару, а й імідж фірми, що безпосередньо впливає на позиції фірми на ринку.

Можна відзначити, що сучасному маркетингу доводиться постійно шукати нові засоби просування продукту, поліпшувати лояльність клієнтів і до цього застосовувати новітні технології. Через це деякі

засоби маркетингу втратять свою дієвість, а інші отримають нові напрямки розвитку.

Якщо взяти рекламні листівки, то можна сказати що цей вид реклами в найближчому майбутньому зникне. По-перше, через небажання потенційних клієнтів отримувати таку рекламу будь-якими засобами: ні через поштові скриньки вдома, ні на вулиці від незнайомих осіб, а по-друге, через просування ідеї збереження природи. Навіщо реклама на папері, коли є інтернет.

Зникнення торкнеться й електронної поштової розсилки. В зв'язку з поширенням вірусів, що передаються на комп'ютери користувачів через електронну пошту, клієнти все частіше будуть відмовлятися відкривати листи з сумнівної інформацією.

Перетворення вплинуть на застосування білбордів. З розвитком технологічного рівня, білборди змінять свій вигляд, тобто реклама буде передаватися на екрани за бажанням компанії через інтернет. А з часом, вся наглядна реклама буде або на електронних панелях будівель як це почало запроваджуватися в Японії.

З все більш бурхливим прогресом в інтернет технологіях маркетингові засоби просування товарів впливатимуть на споживача постійно через використання різних гаджетів, що будуть більш інтегровані між собою.

Отже, маркетингові засоби та стратегії це важлива складова в розвитку кожної компанії, яка постійно змінюється. Якщо маркетинг компанії використовує сучасні досягнення технологій, виробляє свої нові напрямки та вміє їх направити на потреби клієнтів, тоді компанія є успішною та конкурентоспроможною на ринку.

Література:

1. Что такое SMM. URL: <https://www.site2b.com.ua/web-blog/smm.html> (Дата звернення: 20.02.2020).
2. Индекс NPS – формула дружбы с клиентами. URL: <https://livetex.ru/blog/2018/01/indeks-nps-formula-druzhbyi-s-klientami/> (Дата звернення: 20.02.2020).
3. Зачем CRM система вашей компании? URL: <https://www.terrasoft.ua/page/crm-definition> (Дата звернення: 20.02.2020).

СЕКЦІЯ 11. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Байда Б. Ф.

кандидат економічних наук, докторант

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ПОНЯТТЯ «СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИЗМУ»

Сферу туризму сміливо можна віднести до категорії унікальних за ефективністю індустріальних комплексів, що можуть сприяти вирішенню економічних антикризових проблем. Вплив туристичної активності має вагомий вплив на економічне зростання, що проявляється у поліпшенні діяльності підприємництва, масштабності виробництва продукції та послуг, зростання платоспроможного попиту тощо [3].

Системі менеджменту туризму притаманна низка властивих лише їй рис, ознак, які зумовлені унікальністю виду, властивостей наданих туристичними організаціями послуг, особливістю вироблених для цієї сфери товарів.

В теоретичному та практичному сенсі на думку Маховка В.М., Лобач Л.В. «управління» є цілеспрямованим впливом суб'єкта управління на об'єкт управління. Суб'єктом управління сферою туризму є державні органи влади, а об'єктом – туристичні підприємства (туристичні агенти та оператори), а також інші підприємства та організації, що беруть участь у формуванні туристичного продукту, обслуговуванні та задоволенні потреб туристів [3].

Тхагапсов А. управління у туристичній сфері розглядає крізь призму системи діяльності, елементами якої є різні види діяльності, що здійснюються керуючими суб'єктами. Як підсистеми управління в туризмі автор виділяє зовнішнє управління (представлено державною регламентацією і регулюванням галузі) та внутрішнє професійне управління і самоменеджмент на рівні галузі і туристичних підприємств [5, с. 15–28].

Перішко І. у ході аналізу системи управління у туристичній сфері акцентує увагу на тому, що ця систему доцільно аналізувати із врахуванням трьох рівнів, а саме державного управління; самоврядування туристичних компаній; самоорганізації споживачів послуг [4, с. 138–143].

Герасименко В. обґрунтовує, що структура управління туризмом охоплює суб'єкти (структури, які наділені повноваженнями ухвалювати

управлінські рішення) і об'єкти управління (туристичні ресурси і продукти, ринок туристичних послуг), а також процес, який протікає поміж цими елементами. Водночас сам процес управління обумовлений зміною як умов, так і подій у внутрішньому та зовнішньому середовищі [1, с. 11–15].

Вважаємо, що система менеджменту туризму відображає багатогранну сукупність методів управління туристичною діяльністю на підставі поєднання інтересів розвитку туризму на усіх ієрархічних рівнях.

На нашу думку, система менеджменту туризму включає такий різновид підсистем: підсистема цілей, яка поєднує цілі функціонування та розвитку системи менеджменту туризму, її структурних елементів та завдань, що вирішуються у ході досягнення сформульованих цілей; об'єкти системи менеджменту туризму є туристичні продукти, послуги, ресурси, ринки тощо; суб'єкти системи менеджменту туризму – органи державного управління туризмом, місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, регіональні державні органи, неурядові організації (громадські організації), підприємства сфери туризму; підсистема забезпечення управління у сфері туризму, заходи та дії, що необхідні у процесі формування, реалізації та розвитку системи менеджменту туризму.

Ефективність процесу координування, встановлення відповідності усіх інтересів суб'єктів системи менеджменту туризму залежить насамперед від рівня та якості забезпечення управління у цій сфері туризму, зокрема організаційної, нормативно-правової підтримки.

Для успішного здійснення туристської діяльності, стійкості сфери туризму необхідно визначити, в якому напрямку повинна вдосконалюватися робота управлінського апарату, щоб він вирішував проблеми туристських організацій, характерних для сфери туризму [3, с. 73–76].

Реалізація системи менеджменту туризму відбувається через: виявлення чинників (перешкод), які насамперед мають вкрай негативний вплив на ефективність розвитку сфери туризму, системи менеджменту туризму; формування чітких завдань, комплексу дій для підвищення ефективності системи менеджменту туризму, конкурентоспроможності сфери та країни. Побудова завдань здійснюється із врахуванням ухвалених стратегічних цілей, підходів до управління, принципів; розподілення функцій системи менеджменту туризму, ідентифікацію, контроль, аналізування перешкод розвитку сфери туризму; розроблення заходів, зорієнтованих на розвиток сфери туризму, систему менеджменту туризму, підготовку законодавчо-нормативних актів.

Система менеджменту туризму взаємодіє із іншими важливими елементами, такими як туристичні ресурси, зовнішнє середовище і

чинники, що мають вплив на розвиток туристичної сфери. Цей взаємозв'язок відбувається із врахуванням збалансованості реалізованих цілей діяльності суб'єктів системи менеджменту туризму (максимізація прибутку, зменшення витрат, підвищення конкурентної спроможності туристичного продукту і послуг, створення унікального продукту, стабілізація фінансового стану, вихід на нові туристичні ринки, зміцнення позицій на ринку та привабливого іміджу туристичної організації тощо), цілей розвитку системи менеджменту туризму та цілей споживачів туристичних послуг, продукції.

У системі менеджменту туризму менеджери різних рівнів визначають цілі розвитку сфери туризму, туристичної діяльності, вибирають методи, засоби їх досягнення. Цей процес спрямований на пришвидшення цілей системи менеджменту туризму і цілей усіх суб'єктів. Головною метою системи менеджменту туризму є забезпечення ефективності роботи усієї системи. Сюди доцільно віднести такі найважливіші цілі, як задоволення різноманітних бажань туристів та їх безпека, підвищення конкурентної спроможності й економічний розвиток сфери туризму, туристичних організацій тощо.

Отже, туризм відносять до інтегрованого виду діяльності. Він поєднує діяльність суб'єктів усіх ієрархічних рівнів, кожен з яких переслідує власні цілі і націлений на отримання різних результатів. Підвищена увага суб'єктів менеджменту туризму має бути зосереджена на вирішенні питань організації результативної й ефективної взаємодії та співпраці поміж ними. Усі суб'єкти зобов'язані проявляти зацікавленість у координуванні власної діяльності і втіленні спільних програм розвитку сфери туризму.

Література:

1. Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма // Вестник национальной академии туризма. 2013. № 2 (26). С. 11–15.
2. Малик Л. Сутність категорії управління та менеджменту в туристичному бізнесі / Л. Малик // Молодь і ринок. 2011. № 5. С. 73–7.
3. Маховка В.М. Лобач Л.В. Теоретичні та методичні засади управління сферою туризму. URL: <http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/3171/1/%D> (дата звернення: 06.03.2019)
4. Перішко І. Роль менеджера, його завдання та ефективність в туристичній діяльності ринкової економіки // Молодь і ринок. 2013. № 2. С. 138–143.
5. Тхагапсов А. В. Виды систем управления в туризме // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 6. С. 15–28.

Мацькевич О. Ю.

асистент кафедри менеджменту та адміністрування

Василик К. В.

студентка спеціальності «Менеджмент»

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
м. Івано-Франківськ, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЛІ HR-МЕНЕДЖЕРА В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах динамічних змін ринкового середовища HR-менеджмент відіграє провідну роль у системі управління підприємством. Це зумовлює необхідність ретельного аналізу внутрішніх і зовнішніх умов, підбору моделі стратегічного управління людським капіталом з урахуванням специфіки підприємства, визначення окремих елементів цієї стратегії в площинах завдань, навичок, досвіду, інновацій, системи стимулювання та мотивації, створення умов для розвитку, ефективної співпраці та цінностей організації. У зв'язку з цим, вважаємо, що чітко вироблена HR-концепція дає можливість найбільш ефективно залучити у процесі діяльності потенціал людських ресурсів з метою отримання відчутних економічних та інших соціально-значимих результатів. Зміна пріоритетів призводить і до зміни ролі HR-менеджерів – безпосередньо впливати на бізнес-процеси, попереджуючи проблеми, заохочуючи до постійного вдосконалення та генеруючи результативність підприємства.

Завданням дослідження є виявлення основних тенденцій у HR-управлінні, демонстрація місця та ролі HR-менеджера у результатах діяльності суб'єктів господарювання.

З урахуванням нових вимог ведення бізнесу роль HR-менеджера в компаніях зазнає суттєвих змін. HR-менеджмент передбачає чітку спрямованість діяльності підприємства в бік людей, означає концепцію, покликану служити сучасному підприємству більш ефективно, ніж традиційне управління персоналом [1, с. 627].

Тому є потреба у визначенні основних тенденцій, які будуть властиві змінам у HR-менеджменті найближчим часом [2]:

1. Внутрішня система HR буде зменшуватися, а аутсорсинг – збільшуватися.

2. Стратегічне мислення стане основною внутрішньою компетенцією HR.

3. Маятник спрямований на фахівця (зникне ТОП менеджмент, у тій ролі, до якої ми звикли).

4. HR все більше використовуватиме аналітику та великі дані, щоб збільшити свою цінність для компанії.

5. Дистанційне управління віддаленою робочою силою стане новою нормою.

6. HR буде розвивати внутрішній маркетинг, включаючи координацію соціального маркетингу та власність бренду, тобто купівлю «талентів у бренд-компанії».

7. Створювати інноваційні осередки цифронізації управління людськими ресурсами та забезпечити більшу гнучкість і швидкість прийняття рішень.

8. HR-менеджмент повинен забезпечувати ідентифікацію персоналу та визначати найкращий спосіб зайнятості.

9. Зміщення фокусу управління з автоматизації на продуктивність.

В цьому контексті сформуємо основні вектори діяльності сучасного HR-менеджера, а саме:

- спрямування людських енергій;
- стратегічний партнер бізнесу;
- формування міцного HR-бренду компанії-роботодавця;
- розвиток корпоративної культури.

Основними складовими роботи HR-менеджера є формування команди професіоналів, пошук та відбір найкращих кандидатів, адаптація нових співробітників, вміння аналізувати та прогнозувати професійний розвиток конкретного фахівця, відповідне навчання, створення сприятливих умов для плідної співпраці та розкриття творчого потенціалу кожної людини. Спрямування людських енергій у потрібні русла сприяє різносторонньому, професійному внеску персоналу в досягнення спільних цілей підприємства. Об'єднання енергій, розуміння концепції компанії, спільне бачення майбутнього, обмін інформацією, знаннями й досвідом дозволяють команді бездоганно виконувати свою роботу та досягати більш високих цілей. Щасливі люди на своїх місцях, які роблять те, що вони люблять, – найкраще застосування людського капіталу.

Враховуючи складні соціально-економічні умови функціонування підприємств, керівництво бажає отримати від HR-менеджера підтримку та ініціативу не тільки на функціональному рівні, але й на рівні стратегічного управління бізнесом. В ролі ділового партнера фахівці даної сфери повинні не тільки знати всі аспекти стратегії управління людськими ресурсами, бачити те, як її потрібно реалізувати та трансформувати в рамках свого підприємства, але й розуміти загальні вимоги до успішної діяльності підприємства в цілому. Як зазначає [3, с. 258], «керівники прогресивних підприємств бажають бачити у HR-менеджерів надійного і компетентного партнера, здатного професійно і якісно розв'язувати задачі корпорації та вчасно відповідати на глобальні виклики». Робота HR-менеджерів покликана підтримувати здоровий баланс між інтересами працівників і потребами самого підприємства.

Менеджери в сфері HR виступають в якості буфера між топ-менеджерами та виконавцями, які не лише розуміють наслідки HR, але здатні управляти бізнес-операціями та формувати стратегію розвитку бізнесу [4, с. 176].

Однією з важливих компетенцій HR-фахівця є формування міцного HR-бренду компанії-роботодавця. У окремих сегментах ринку цей показник дуже важливий, оскільки від нього критично залежить показник плинності кадрів, він збільшує або зменшує довіру і симпатію до бренду чи торгової марки. В умовах маркетингової орієнтації підприємства виникає об'єктивна необхідність в управлінні його HR-брендом, який варто розглядати як систему заходів щодо формування, просування та розвитку бренду підприємства як роботодавця, а також бренду його персоналу з метою отримання довготермінових конкурентних переваг на ринку праці. Завдяки HR-бренду створюються привабливі умови для персоналу підприємства, що сприяють залученню та утриманню кращих фахівців. Тому відповідні умови праці, додаткові переваги та програми лояльності, підтримка внутрішніх ініціатив, підтримка командного духу, розвиток корпоративної культури і грамотна комунікація дозволяють залучати та утримувати не тільки працівників, а й ділових партнерів та споживачів.

Ефективна робота сучасного підприємства потребує нового організаційного мислення, особливої культури та нових стандартів ведення бізнесу. В сучасному взаємозалежному світі співпраця повинна ґрунтуватися на принципах творчої взаємодії, взаємоповаги та взаєморозуміння. На HR-менеджерів лежить дуже важлива функція – формування згуртованого колективу однодумців, де кожен відчуває свою цінність та вважає себе невіддільною частиною єдиної згуртованої команди, вносить вагомий вклад у загальну справу та примножує досягнення компанії. Корпоративна культура повинна розглядатися HR-менеджером як стратегічний інструмент, що дає можливість індивідуального розвитку й самореалізації, дозволяє орієнтувати усі підрозділи підприємства та усіх працівників плідно та натхненно працювати заради успіху компанії.

Відтак, менеджери в сфері HR повинні брати участь разом з вищим керівництвом у створенні корпоративної культури, втіленні в життя ціннісних орієнтацій, інноваційних ідей, розробці мотиваційних систем, норм поведінки, вирішенні трудових суперечок і конфліктів. Від їх діяльності залежить оптимізація організаційної структури підприємства, своєчасне розпізнавання основних загроз успішної реалізації організаційних змін, використання нових методів і технологій роботи з персоналом, підтримка загального комфортного клімату, орієнтованість на кінцеву мету, командна і особиста зацікавленість результатом праці [5, с. 201].

Враховуючи складні соціально-економічні умови функціонування підприємств, цілком очевидно, що HR-менеджер має бути професійно та психологічно готовим до зміни курсу своєї роботи, а отже, й «включити» інші наявні в нього компетенції. Безперечним є той факт, що сучасний HR-менеджер, метою діяльності якого виступає практична реалізація цілей підприємства, безпосередньо впливає на результуючі показники суб'єктів господарювання.

Література:

1. Хмелевський С. М. Основні характеристики та необхідні вимоги до професії HR-менеджера. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 626–631.
2. Іляш О. І. Майбутнє HR менеджменту: тенденції, ризики, мотивація. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6575>
3. Новоставська О. І. HR-менеджери у системі управління людськими ресурсами. *Молодий вчений*. 2018. Вип. 9(61). С. 256–259. (Серія: Економічні науки).
4. Швець Г. О. Сучасні тенденції розвитку HR-менеджменту на вітчизняних підприємствах. *Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наук. праць / ДВНЗ «ПДТУ»*. Маріуполь, 2019. Вип. 37. С. 174–181. (Серія: Економічні науки).
5. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Організація праці менеджера: Навч. посіб. для студ. екон. вузів. К.: «Кондор», 2002. 402 с.

СЕКЦІЯ 12. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ

Паустовська Т. І.

кандидат економічних наук, доцент,
старший викладач кафедри економіки
організації та управління підприємствами

Прігова Є.

студентка

*Криворізький національний університет
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

ЛОГІСТИЧНІ РИЗИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ЗАХОДИ ЇХ ЗАПОБІГАННЯ

Ризики притаманні усім ланкам логістичного ланцюга: від поставки матеріальних ресурсів постачальниками до доставки готової продукції споживачам. Їх поява у логістичній діяльності пов'язана із помилками або прорахунками в управлінні матеріальними та супутніми потоками, неврахуванням певних ринкових умов (запізнення поставок сировини, некомплектність замовлень, неправильно розрахований обсяг закупоківель).

Сьогоднішня економічна ситуація робить проблему управління ризиками особливо актуальною для менеджменту будь-якого підприємства, оскільки підприємства стикаються з величезною кількістю негативних чинників, які впливають на кінцевий результат їхньої діяльності.

Як свідчить світовий досвід, на ефективність та результативність діяльності підприємства великий вплив здійснює логістична система. Але із застосуванням логістичного підходу з'явилася необхідність врахування ризиків у її функціонуванні. А правильно обрана логістична система, дотримання логістичних принципів дозволяє знизити чи повністю уникнути логістичних ризиків, що дає змогу істотно підвищити прибутковість і надає конкурентних переваг підприємству.

Під логістичним ризиком розуміють подію, що призводить до збитків або виникнення невдалого результату діяльності підприємства, пов'язаних із рухом матеріальних і супутніх потоків по логістичному ланцюжку. Тому, мінімізація логістичних ризиків підприємства – є однією з найважливіших задач в його діяльності. Окрім цього, не менш важливим є управління ризиками логістичної системи, що являє собою сукупність методів, функцій та етапів процесу логістичного циклу, успішне застосування яких дозволяє запобігти або знизити ризики до мінімального рівня і забезпечити стійке функціонування і розвиток логістичної системи підприємства.

Разом з цим, завдання управління ризиками полягає у зменшенні впливу небажаних факторів на логістичну систему підприємства для отримання результатів, найближчих до бажаних.

Багато ризиків пов'язані з властивостями товару, представленого до логістичного обслуговування. Подібні ризики можна запобігти або зменшити вже на стадії планування виконання контракту, в якому слід чітко: встановити фінансову відповідальність за розрив контракту; фіксувати умови якості товару та узгодити систему безпеки постачання самого товару; узгодити упакування і маркування товару, а за їх порушення – встановити штраф; докладно і чітко фіксувати умови розірвання контракту – порядок відшкодування збитків, виплати неустойки, штрафів тощо [1, с. 346].

За таких умов, оцінка ризику дозволить прийняти рішення про заходи компенсації, зниження чи запобігання логістичного ризику. В сучасному світі серед методів мінімізації логістичних ризиків, застосовують наступні:

1) диверсифікація – розподіл коштів, що інвестуються між різними об'єктами вкладення капіталу в логістичну систему, які безпосередньо не пов'язані між собою, що сприяє зниженню ризику і зменшенню втрат;

2) передача ризику (зниження ризику) – передаюча сторона (трансфер) передає ризик приймаючій стороні (трансферу) на основі укладання контракту. Широко застосовується при укладанні будівельних контрактів, оренді, лізингу, в договорах зберігання, перевезення, продажу, обслуговування, постачання, доручення, факторингу, біржових операціях;

3) лімітування – встановлення граничних сум витрат, продаж, кредиту і т.п. Використовується банками при видачі позик, підприємствами при продажу товарів в кредит, інвесторами при визначенні сум вкладень капіталу;

4) страхування – передача або розподіл ризиків, що виникають у однією особи, між рядом осіб. Використовується у відповідності з діючим законодавством в різних країнах через подвійне страхування, перестраховування, самострахування;

5) усунення ризику – відмова від видів діяльності, пов'язаних з ризиком [1, с. 348].

Таким чином, управління ризиками може включати: запобігання ризику, відхилення від ризику, свідоме і неусвідомлене прийняття ризику, дублювання операцій, об'єктів чи ресурсів, скорочення величини потенційних і фактичних втрат, розподіл ризику, розукрупнення ризику, рознесення експозицій у просторі та у часі, ізоляція небезпечних синергетичних чинників один від одного, перенесення ризику на інших тощо [2, с. 289]. Впроваджуючи ефективні заходи, можна мінімізувати негативний вплив на підприємство від реалізації логістичних ризиків, а в деяких випадках попередити їх реалізацію. Шляхами щодо такого запобігання, є:

1. Для уникнення проблем з якістю сировини, підприємству рекомендується здійснювати постійний лабораторний контроль та штрафувати за недотримання домовленостей та стандартів якості.

2. Для запобігання збоїв і зривів у поставці сировини та матеріалів необхідно документально зазначити терміни поставок та застосовувати матеріальну відповідальність до постачальника за затримки і зриви контракту.

3. Для того, щоб застрахувати підприємство від такого негативного фактору як підвищення цін на сировину і матеріали, потрібно в контракті зазначити допустимі межі коливання цін.

4. Часто підприємства стикаються з проблемою неочікуваного коливання попиту, зниження ринкових цін на їхню продукцію, тому потрібно здійснювати постійний моніторинг і маркетинговий аналіз ринку та планувати виробництво з врахуванням прогнозного попиту.

5. Для запобігання внутрішнім логістичним ризикам компанії (поломки обладнання, проблеми з інформаційною системою) рекомендується регулярно здійснювати діагностику обладнання, своєчасно змінювати і оновлювати основні засоби, дотримуватися графіку ремонтних робіт; здійснювати резервне копіювання інформації, мати власне аварійне живлення на випадок неполадок з постачанням електроенергії; створювати резерви і запаси на випадок виникнення непередбачуваних обставин [2, с. 292].

У сучасних ринкових умовах для підприємств гострою є проблема ефективного управління логістичною діяльністю в умовах невизначеності зовнішнього оточення та породжуваних нею ризиків. Управління логістичними ризиками є важливою складовою для ефективного здійснення логістичної діяльності та й загалом успішного функціонування підприємства.

Сьогоднішнє економічне середовище світу, ставить перед логістами завдання щодо вирішення широкого кола питань, які потребують нових методів вирішення. Ефективне ж управління логістичними ризиками для підприємств України, є джерелом для отримання та зміцнення їх конкурентних переваг.

Література:

1. Кондратенко Н. О. Інструменти управління та методи оцінки ризиків у логістичних системах / Н. О. Кондратенко, О. О. Лобашов // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст». Серія «Економічні науки». – 2012. – Вип. 102. – С. 343–350.
2. Кривов'язюк І. В. Актуальні проблеми сучасних логістичних систем та шляхи їх подолання / І. В. Кривов'язюк, Ю. М. Кулик // Збірник доповідей 11-ї міжн. наук.-практ. конф. «Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища» (м. Київ, 25-26 вер. 2013 р.). – Київ: НАУ, 2013. – С. 288–293.

Наукове видання

ЗБІРНИК ТЕЗ НАУКОВИХ РОБІТ
УЧАСНИКІВ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ ТА МОЛОДИХ УЧЕНИХ

СТАНОВЛЕННЯ НОВОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ: ОСОБЛИВОСТІ, НАПРЯМИ ТА ПРІОРИТЕТИ

м. Київ, 29 лютого 2020 року

Аналітичний центр «Нова Економіка»
Адреса кореспонденції: 01103, м. Київ, а/с 40
Електронна пошта: info@nef.kiev.ua
сайт: www.nef.kiev.ua Т: +38 066 999 20 81
Підписано до друку 05.03.2020 р. Здано до друку 05.03.2020 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Цифровий друк.
Ум.-друк. арк. 8,84.
Тираж 100 прим. Зам № 2002-02.