МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський національний технічний університет
Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки та підприємництва

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У XXI СТОЛІТТІ

Матеріали
Міжнародної науково-практичної
конференції

22 листопада 2018 р.

Кропивницький
2018

УДК 331:104

Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 22 листопада 2018 р. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2018. – 284 с.

Редакційна колегія:

Голова – д.е.н., проф. Левченко О.М., проректор з наукової роботи Центральноукраїнського національного технічного університету;

заступник голови – д.е.н., проф. Семикіна М. В., завідувач кафедри економіки та підприємництва Центральноукраїнського національного технічного університету;

Гончар О.І. – д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва Хмельницького національного університету;

Лучик С.Д., д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Пасєка С.Р., д.е.н., проф., завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького;

Трусевич А. М., д.е.н., доц., доцент кафедри економічних наук Бєльцького державного університету імені «Алеко Руссо» (Молдова);

Федосенко Л.В., к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів та кредиту Гомельського державного університету імені Франциска Скорини (Білорусь);

Зятько Й., професор, президент Європейського інституту безперервної освіти (Словаччина)

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті», яка відбулася у Центральноукраїнському національному технічному університеті 22 листопада 2018 р.

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

Рекомендовано до друку Вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету (протокол № 4 від 26.11.2018 р.)

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

© Центральноукраїнський національний технічний університет, 2018

Зміст

ЧАСТИНА І
Тези науково-педагогічних працівників
Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор, зав. кафедри економіки та підприємництва; Денисенко К., аспірант; Кабай В., здобувач

НЕРЕАЛІЗОВАНІСТЬ ТРУДОВИХ ОЧІКУВАНЬ ЯК ПЕРЕШКОДА ФОРМУВАННЯ СТІЙКИХ МОТИВІВ ДО ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ В РЕГІОНІ.....11
Ведерніков М.Д., докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом і економіка праці; Волянська-Савчук Л.В., канд.екон. наук, доцент; Гринюк Д.С., студент

СУЧАСНЕ ДІЛОВОДСТВО В УКРАЇНІ.....14
Ведерніков М.Д., докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом і економіка праці; Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Хижун Б.О., студент

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....16
Левченко О.М., докт. екон. наук, професор; Криворотенко А.В., аспірант

ПРОТИРІЧЧЯ У СФЕРІ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЧИННИК НАПРУГИ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН.....19
Лучик С.Д., докт. екон. наук, професор; Лучик М.В., канд. екон. наук

ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....22
Савіна Г.Г., докт. екон. наук, професор; Гродський В.О., аспірант; Савіна А.Ю., аспірант

КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ЇХНЬОГО ВПЛИВУ НА ЗРОСТАННЯ РІВНЯ УЗГОДЖЕНОСТІ ІНТЕРЕСІВ З УЧАСНИКАМИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....25
Цимбалюк С.О., докт. екон. наук, професор

ГІДНА ОПЛАТА ПРАЦІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ.....27
Шарко М.В., докт. екон. наук, професор; Календар О.В., магістрантка

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ.....30
Шевчук Л.Т., докт. екон. наук, професор

МОТИВАЦІЯ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИПЕРСОНАЛУВ УМОВАХ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ РОБОТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА.....32
Адамів В.В., ст. викладач

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....35
Бабенко Б.І., канд. тех. наук, доцент

ТЕХНОЛОГЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПОСАДОВИХ ОСІБ ДФС, ЩО ОРГАНІЗУЮТЬ ТА ЗДІЙСНЮЮТЬ БОРОТЬБУ З НЕЛЕГАЛЬНИМ ПЕРЕМІЩЕННЯМ ТЮТЮНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....37
Багрій К.Л., канд. екон. наук, доцент

ВПЛИВ ПРОФСПІЛКИ НА ПІДВИЩЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....40
Базалійська Н.П., канд. екон. наук; Горпинич М.А., студент

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....42

Базалійська Н.П., канд. екон. наук, доцент
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПІД ВПЛИВОМ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 44
Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент
ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 47
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Байда І.Р., студентка
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ПРИНЦИПИ 50
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Діуліна А.І., студентка
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ 52
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Зелена М.І., ст. викладач; Нащубська В.В., студентка
КОМПЕНСАЦІЙНИЙ ПАКЕТ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ 55
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач; Гнатюк М.В., студентка
БІБЛІОТЕКА – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ЦЕНТР НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ 57
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент; Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач; Стринада І.М., студентка
ПРОФОРІЄНТАЦІЙНІ ЗАХОДИ В НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ 60
Галустян Ю.М., канд. соц. наук, доцент
ВЗАЄМОДІЯ МІЖ ОСВІТОЮ ТА РИНКОМ ПРАЦІ: НЕОБХІДНІСТЬ ПОСИЛЕННЯ 62
Гейдарова О.В., канд. екон. наук, доцент
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 64
Гіль Л.А., ст. викладач
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛА МИТНОЇ СПРАВИ 66
Глевацька Н.М., канд. екон. наук, доцент
ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО В УКРАЇНІ: ПОТОЧНІ ПОКАЗНИКИ, ДОСЯГНЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ 68
Горбань С.Ф. канд. тех. наук, доцент
ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ» 71
Гризовська Л.О., канд. екон. наук, ст. викладач; Гаджук М.О., студент
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗНАННЯ ЯК КОМПЛЕКС НЕОБХІДНИХ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПРАЦІВНИКІВ 73
Гук Л.П., канд. екон. наук
ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ 75
Давидова О.А., канд. екон. наук, доцент; Возняківська О.Р.
МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ 78
Давидова О.А., канд. екон. наук, доцент; Мала О.М.
ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СОЦАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ 80

Демко В.С., викладач
СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ДОМОГОСПОДАРСТВ 83
Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент; Бажан В.Г., ст. гр. ЕП-17 мз
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 85
Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент; Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 87
Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент
ГРОШОВІ ПОТОКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ФОРМУВАННЯ 91
Карпенко А.В., канд. екон. наук, доцент; Бистро О.О.
ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ 93
Карпенко Н.М., канд. держ. упр., доцент; Галепа О.І.
РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 95
Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент
ТЕХНОЛОГІЇ 4.0 В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 98
Лавриненко Л.М., канд. екон. наук, ст. наук. співробітник
ДУАЛЬНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ: ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ 100
Латкіна С.А., ст. викладач; Лазарчик Н.М., магістр
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 103
Літинська В.А., канд. екон. наук, доцент; Горпинич М.А., студент
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА 105
Маначинська Ю.А., канд. екон. наук, доцент
АКТУАРНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЕПОХУ ХХІ СТОЛІТТЯ 108
Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач; Караваєва А.С., студентка
НАУКОВА ПРОБЛЕМА І ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ 109
Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач; Хижун Б.О., студентка
ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ НАУКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ 112
Мельнік М.А., канд. екон. наук, доцент
МОДЕЛЮВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА 114
Мєшкова-Кравченко Н.В., ст. викладач; Котик О.А., студент
МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ 116
Монтрін І.І., канд. екон. наук, доцент
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 117
Насипайко Д.С., канд. екон. наук, доцент; Резніченко О.О., викладач
МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІЗУ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ 119

Новицький М.В., канд. екон. наук

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНДИВІДУАЛЬНО-КОНСУЛЬТАТИВНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕНІ ДИСЦИПЛІН 122
Повод Т.М., канд. екон. наук, доцент; Остапенко А.С., канд. тех. наук, доцент

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ЛОГІСТИЧНИМ ПІДХОДОМ 123
Полтавець М.М., викладач

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ПАЛИВА ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ТЕПЛОВОЇ ЕНЕРГІЇ 126
Потапкіна Л.В., кан. пед. наук, доцент

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ 128
Прилепа Н.В., канд. екон. наук, доцент

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ 130
Рубан В.М., канд. екон. наук, доцент; Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ 133
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач; Хавренко К.І., студентка гр. ПА-17 М

ПЕРЕДУМОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА РІВНІ РЕГІОНІВ 136
Савеленко Г.В., ст. викладач; Савеленко О.К., викладач

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ 138
Савін С.Ю., докторант

ОГЛЯД ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ НАУКОВИХ ДУМОК ЩОДО СИСТЕМНОГО МОНІТОРИНГУ ТА КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ 140
Сисоліна Н.П., канд. екон. наук, доцент; Біловодська І.М., студ. гр. ЕП-17-3 ск

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДРИЄМСТВА 142
Смутчак З.В., канд. екон. наук, доцент; Зятько Й., президент Європейського інституту

МІГРАЦІЙНІ НАМІРИ УКРАЇНЦІВ ЯК ЧИННИК РУЙНУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ 144
Соколюк Г.О., канд. екон. наук, доцент

СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 147
Табанова А.І., канд. екон. наук, викладач; Сало Я.В., викладач

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ: РЕЙТИНГ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТ 149
Танська Л.В., ст. викладач; Барна Н.В., док. філософ. наук, професор

ПАРАМЕТРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД 151
Тарасюк А.В., канд. екон. наук, доцент

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-КУЛЬТУРИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ 153

Ткачук О.В., канд. екон. наук, доцент
ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ: РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І РЕГІОНІВ 155
Tomalia T.S., PhD in Economics, Associate Professor
DIRECTIONS OF GROWTH OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE 158
Фрадинський О.А., канд. екон. наук, доцент
ПОНЯТТЯ МИТНИХ ДЕЛІКТІВ СФЕРИ МІЖНАРОДНОГО ПОШТОВОГО ОБМІНУ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ 160
Харченко І.В., канд. екон. наук, доцент
КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 162
Цімошинська О.В., доцент
ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ КОНЦЕСІЙНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА BROW NFIELD- ТА GREEN FIELD-ПРОЕКТАМИ КОНЦЕСІЇ АВТОДОРІГ 165
Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент; Горпинич М.А., студент
УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ГНУЧКИХ РЕЖИМІВ РОБОЧОГО ЧАСУ 167
Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент; Модіна Д.В., студентка
ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНУ ОРГАНІЗАЦІЮ ПРАЦІ У ДЕРЖАВНІЙ КАЗНАЧЕЙСЬКІЙ СЛУЖБІ УКРАЇНИ 169
Чумаченко О.С., канд. тех. наук, доцент; Кобись А.Р., ст. гр. ЕП-17 м
ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 172
Юрик Я.І., канд. екон. наук
ГЕНДЕРНА АСИМЕТРІЯ РОЗПОДІЛУ ЗАЙНЯТИХ ЗА ПРОФЕСІЯМИ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ 174
Журило І.В., канд. екон. наук, доцент; Кушинова Н.В., студ. гр. ЕП-17М
УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ ГНУЧКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК 178
ЧАСТИНА ІІ
Тези аспірантів, магістрантів та студентів
Бажан В.Г., магістрант
ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ 181
Бичкова С.О., студентка
ОПЛАТА ПРАЦІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ 183
Біловодська І.М., студентка
СУЧАСНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ І СУСПІЛЬСТВО 185
Бойко В.М., стедентка; Гальків Л.І., докт. екон. наук, професор
ЗМІСТОВНА СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 187
Бурик Ю.І, аспірант
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 189

Вакуленко Д.О., ст. гр. АГ-16-1
ФАКТОРИ, ЯКІ СПРИЯЮТЬ ПІДВИЩЕННЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 191
Ванельчук Д.В., ст. гр. ЕП-16
КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ ТА ШАХРАЙСТВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ 193
Вуяхевич Д.С., магістрант; Кібальник Л.О., докт. екон. наук, професор
ВЕЙВЛЕТ-АПРОКСИМАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ВАРТОСТІ АКЦІЙ ПРОДОВОЛЬЧИХ КОМПАНІЙ 195
Гладкий В.В., аспірант
ПРАЦІВНИКИ-ШАХРАЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ 198
Євтушенко Т.О., студентка; Хмурова В.В., канд. екон. наук, доцент
ЦІННОСТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ 200
Іващенко С.В., аспірант
ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК РОБОЧОЇ СИЛИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ 202
Калинюк В., магістрант
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ОСНОВНІ ФОРМИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНИЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТЕЙ В УКРАЇНІ 204
Ковальчук Г.Р., студентка; Літинська В.А., канд. екон. наук, доцент
МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ 206
Ковальчук Г.Р., студентка; Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент
ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ФОРМА ПОДІЛУ ПРАЦІ 209
Коломієць І.В., студент
СУЧАСНИЙ СТАН ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 211
Котельбан С.В., аспірант
РОЛЬ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 215
Лігульчак В.В., студент
МАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ 217
Лісовець Я.С., студентка групи ФС-17;
(Науковий керівник: Котенко Т.М, канд. екон. наук, доцент)
ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 220
Viktor Lutsyshen, студент
THE SOCIAL EXCHANGE CONCEPT AS THE WAY TO OVERCOME SOCIAL FRAGMENTARITY 222
Маклаков С.М., здобувач; (Науковий керівник: Семикікна М.В., докт. екон. наук, професор)
МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ЯК РЕГУЛЯТОР ТРУДОВОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ 224
Маркітан Н.М., ст. гр. ФС-17; (Науковий керівник: Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент)
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГРОШОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 227

Мельнік А.В., аспірант; (Науковий керівник: Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор)
ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ПРАЦІ 229
Мєлєхова А.К., ст. гр. ФС-17; (Науковий керівник: Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент)
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 232
Муравльова О.С., студ. гр. ФС-17;
(Науковий керівник: Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент)
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ 233
Назаренко К.М., ст. гр. ІЗП-17 м; Чумаченко О.С., канд. тех. наук, доцент
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПОСЛУГ ПОШИВУ І РЕМОНТУ ОДЯГУ 236
Невмержицька О.М., студент; Літинська В.А., доцент
ЗАВДАННЯ І НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ 238
Онац А.А., студентка; Сита Є.М., ст. викладач
МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТІПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 241
Орищенко Ю.О., ст. гр. ЕП-16
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ 243
Павловський В., магістрант; (Науковий керівник: Овсак О.П., канд. екон. наук, доцент)
РОЗВИТОК СВІТОВОЇ АВІАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 245
Петрушенко Н.В., аспірант
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ 246
Пшенична Д., студентка; Кравець І.М., канд. екон. наук, доцент
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ 248
Раца Л.М., магістрантка 2 курсу; Довгенко Я.О., канд. екон. наук, доцент
СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА РІВНЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ 251
Романенко С.В., ст. гр. ЕП-17 МЗ; Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 256
Савіна Г.А., студент; Хмурова В.В., канд. екон. наук, доцент
ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ 258
Савіна Т.Г., аспірант; Семенченко К.Ф., аспірант
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО КЛІМАТУ ПІДПРИЄМСТВ 260
Сало А.В., здобувач; (Науковий керівник: Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор)
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ВИПУСКНИКІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 262
Сидоренко Є.В., студентка; Васильєва О.О., канд. фіз.-мат. наук, доцент
СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ 264

Сінькевич В.В., ст.гр.ФС-17; (Науковий керівник: Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент)
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ 266
Тищенко А.О., магістрантка; Довгенко Я.О., канд. екон. наук, доцент
АНАЛІЗ, МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ..... 267
Токварова К.А., ст. гр. ВМ-42; (Науковий керівник: Тарнавська Т.С., викладач)
ТРУДОВІ РЕСУРСИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ..... 272
Ходяк О.Г., ст. гр. МТУз-213м; Соколов А.В., канд. держ. упр., доцент
СТРЕС НА РОБОЧОМУ МІСЦІ..... 274
Хомич Л.В., здобувач; Стадник В.В., докт. екон. наук, професор
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОГРАМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ОПЕРАЦІЙНОЇ МІНЛИВОСТІ БІЗНЕСУ..... 276
Чувардинський В.О., аспірант
ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК РОБОЧОЇ СИЛИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ..... 279
Шевчук М.О., аспірант
НЕОФІЦІЙНЕ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ, ЯК ІНДИКАТОР ПРОБЛЕМ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ 281

ЧАСТИНА І

Тези науково-педагогічних працівників

Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор,
зав. кафедри економіки та підприємництва
Денисенко К., аспірант
Кабай В., здобувач
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

НЕРЕАЛІЗОВАНІСТЬ ТРУДОВИХ ОЧІКУВАНЬ ЯК ПЕРЕШКОДА ФОРМУВАННЯ СТІЙКИХ МОТИВІВ ДО ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ В РЕГІОНІ

Формування стійких мотивів персоналу до ефективної праці на підприємствах України не втрачає актуальності для вітчизняної науки і практики. Особливе значення це має для Кропивницького (Кіровоградського) регіону, оскільки набуває стихійності і неконтрольованості процес міграційного відтоку працездатного населення за межі області.

Над проблематикою формування мотивів до ефективної праці продовжують працювати такі вітчизняні науковці як В. Данюк, А. Колот, Т. Костишина, І. Петрова, Г. Куліков, С. Цимбалюк, О. Чернушкіна та інші. До невирішених частин цієї проблеми слід віднести недосконаліть мотиваційного механізму у сфері праці та недостатнє вивчення економістами проблематики реалізації трудових очікувань. У зв'язку з цим метою статті є висвітлення результатів дослідження стану реалізації трудових очікувань найманих працівників у Кіровоградській області, визначення причин, що перешкоджають формуванню стійких мотивів до ефективної праці на підприємствах регіону.

Під трудовими очікуваннями працівників регіону ми розуміємо їх налаштованість на вирішення життєво важливих проблем та задоволення актуальних соціальних та економічних потреб через працевлаштування на робочі місця, що пропонуються в регіоні. Варто підкреслити, що задоволення актуальних потреб працівників залежить не лише від якості робочих місць (умов праці та її оплати, ступеню механізації, автоматизації, комп'ютеризації трудових процесів, соціальної захищеності тощо), а й від якості людського розвитку загалом. Порівняння показників регіонального людського розвитку свідчить про відставання Кіровоградського регіону від інших регіонів України (рис.1.).

Порівняно гірші умови праці, добробуту, відтворення населення, соціального середовища, комфортності життя слугують чинниками, що закладають вагомі передумови послаблення мотивів до праці у Кіровоградському регіоні. Особам, які тут шукають роботу, значно важче розраховувати на реалізацію актуальних соціальних та економічних потреб, ніж в інших областях України.

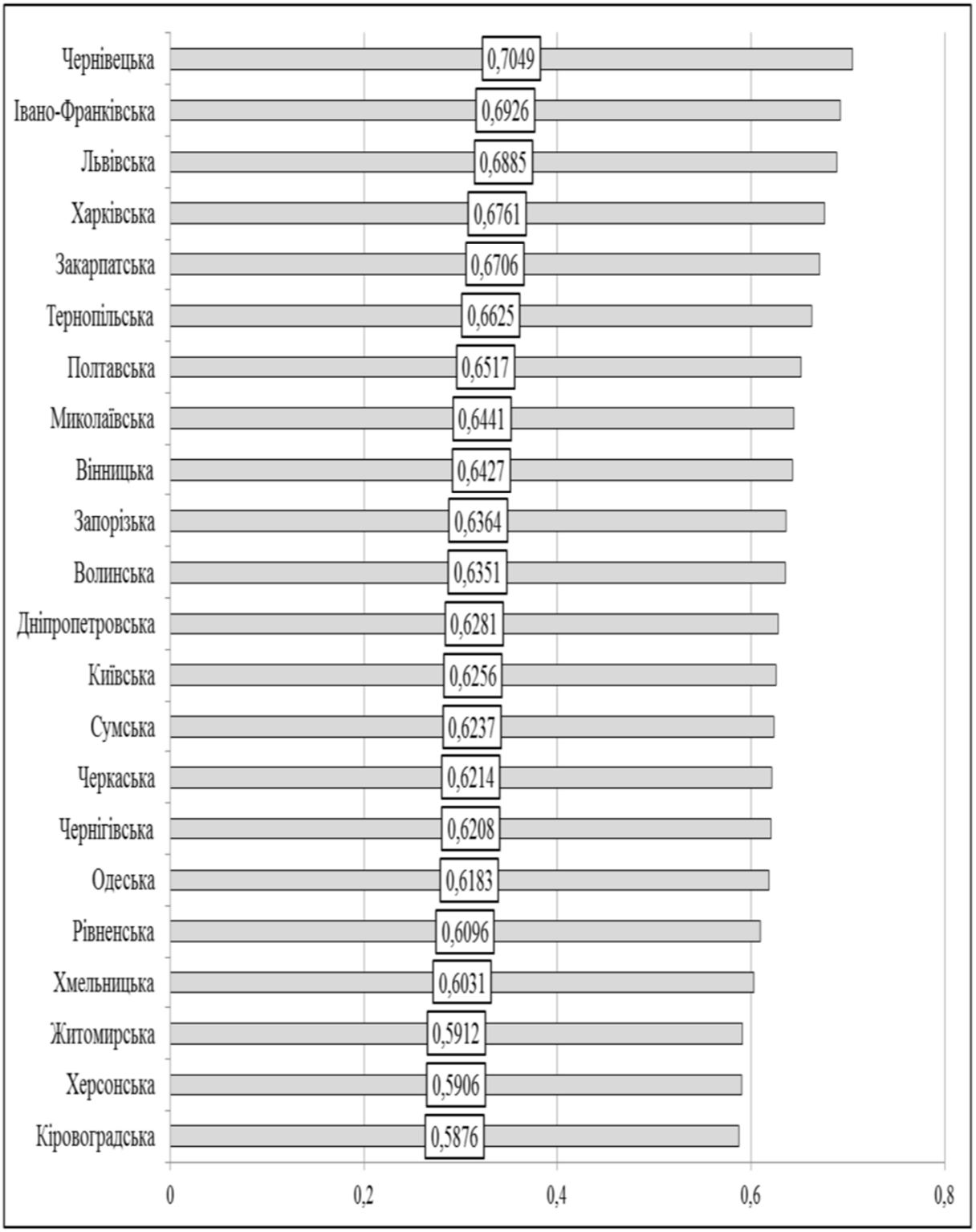


Рис. 1. Порівняльний аналіз показників регіонального людського розвитку у 2017 році[1].

Зазначене підтверджується результатами соціологічного обстеження, проведеного у 2017 році на підприємствах, закладах освіти та установах ринкової інфраструктури Кіровоградської області. Виявилося, що серед проблем, що турбують працівників, найгострішими є низький рівень заробітної плати, невідповідність оплати праці і доходів рівню життя і потребам сім'ї, несвоєчасна виплата заробітної плати, неритмічна робота підприємства, скрутне фінансове положення підприємства, при

цьому перші два чинника назвали майже всі опитані. На думку 68,3% респондентів оплата праці не враховує набутий рівень освіти і кваліфікації, не враховує трудовий стаж роботи на підприємстві (54, 3% респондентів), не відображає індивідуальний трудовий внесок працівника у колективні результати роботи (62,3% опитаних). Водночас, кожен четвертий респондент не зміг відповісти, чи регулюється оплата праці колективним договором або індивідуальним контрактом. Майже кожен другий працівник визнав, що розмір його заробітної плати вважається комерційною таємницею, що говорить на користь тінізації економіки. 2/3 працівників в анкетах вказали на несприятливі умови праці (незадовільний температурний режим, важкість праці, вплив шкідливих речовин тощо), відсутність реальних можливостей для професійного розвитку, формалізм у роботі профспілки, якщо вона є. Переважна більшість респондентів (96%) стверджують, що отримувана оплата праці не дає змоги забезпечувати потреби сім'ї у повному обсязі, тобто якісно харчуватись, вчасно оплачувати комунальні послуги, купувати необхідні ліки, взуття, одяг, регулярно оплачувати навчання дітей у навчальних закладах. Наявні робочі місця за визнанням майже кожного другого працівника не відповідають трудовим очікуванням. Така ситуація підштовхує до пошуку роботи як в інших регіонах, так і за межами країни.

Аналіз трудової статистики і вивчення кадрової ситуації на підприємствах не може задовольняти дослідників, фахівців і менеджерів з ряду причин:

– в Україні загалом і Кіровоградській області зокрема зберігається і поглиблюється розбалансованість між попитом і пропозицією робочої сили, що веде до неефективного використання наявного кадрового потенціалу;

– соціально-економічні заходи не спрямовуються на створення нових робочих місць, які відповідають ознакам гідної праці, трудовим очікуванням більшості працівників; для реалізації трудових очікувань працездатного населення не вистачає політичної волі та належної соціальної відповідальності держави, бізнесу і профспілок;

– зрушення в економічному розвитку, про які декларує Уряд, не відображаються на якості людського розвитку; децентралізація в управлінні економікою регіонів поки не відображається на поліпшенні соціального середовища, умовах праці та життя населення регіону, подоланні відставання Кропивницької (Кіровоградської) області від інших регіонів.

Окреслене дозволяє констатувати, що найближчими роками в результаті нереалізованості трудових очікувань працездатного населення матиме місце значна міграція працівників за межі регіону, що призведе до подальших втрат людського капіталу. Вирішення завдань формування стійких мотивів персоналу підприємств до ефективної праці в регіоні вимагатиме передусім залучення інвестицій для створення нових робочих місць з конкурентоспроможною оплатою та умовами праці.

Список використаних джерел

1. Регіональний людський розвиток: статистичний збірник. – Київ: Державна служба статистики України, 2018. – 72 с.

Ведерніков М.Д., докт. екон. наук, професор,
завідувач кафедри управління персоналом і економіка праці
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Гринюк Д.С., студент
кафедри управління персоналом і економіка праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

СУЧАСНЕ ДІЛОВОДСТВО В УКРАЇНІ

Особливості сучасного діловодства полягають насамперед у переведенні його на державну мову, широкому застосуванні комп`ютерних систем обробки та друку документів, необхідності дотримання вимог чинних державних стандартів у цій галузі, впровадження раціональних прийомів роботи. Дотримання вимог стандартів з діловодства у практичній роботі органів управління та в процесі документування покликане сприяти встановленню чіткого організаційно-технічного порядку, викорененню бюрократизму й тяганини. Опанування прийомів раціональної роботи з документами дає змогу скоротити час на їх складання, обробку та пошук, організувати чіткий контроль за проходженням та виконанням документів. Ділова сфера – одна з основних життєво необхідних галузей діяльності людства. Саме за допомогою ділових паперів, документів, листів встановлюються офіційні, службові, ділові відносини між закладами, установами, підприємствами, державами, а також налагоджуються партнерські стосунки між людьми. Нині на вітчизняному ринку презентовано кілька десятків програмних продуктів, призначених для автоматизації управління документами. Автоматизовані системи управління документами (АСУЦ) можна класифікувати так:

- системи автоматизації діловодства (САД);
- системи електронного документообігу (СЕД);
- корпоративні системи управління документами (КСУД).

На кожному підприємстві будь-якої форми власності відбувається постійний обіг документів незалежно від їх кількості. Чим більший обсяг документної інформації, тим складнішою є організація документообігу. Правильна організація документообігу, у свою чергу, сприяє оперативному проходженню документів в апараті управління, пропорційному завантаженню підрозділів та посадових осіб, що позитивно впливає на процес управління в цілому.

Сьогодні документообіг існує на всіх підприємствах і представляє собою рух документів з моменту їх створення або отримання до надсилання або передачі їх на зберігання до архіву.

Об’єм документообігу будь-якої організації складається зі вхідних, вихідних та внутрішніх документів, оброблених за період одного календарного року.

З метою встановлення на підприємстві єдиного порядку документування управлінської інформації і роботи з документами із застосуванням сучасних автоматизованих систем, методичного керівництва і контролю за дотриманням визначеного порядку роботи з документами, в структурних підрозділах установи створюється служба діловодства. Вона може бути представлена цілим структурним підрозділом або окремим працівником, який забезпечує документообіг службових документів.

Основними завданнями служби діловодства є встановлення єдиного порядку роботи з документами в установі та підвідомчій мережі, документальне забезпечення діяльності на основі використання сучасної обчислювальної техніки, автоматизованої технології роботи з документами і скорочення кількості документів.

Функціонування служби діловодства установи передбачає:

– оптимальну організаційну;
– структуру служби діловодства;
– вибір раціональної форми діловодства;
– чіткий розподіл функцій між працівниками шляхом виконання відповідних діловодних процесів та операцій;
– правильне визначення кількісного складу працівників служби (залежно від обсягу документообігу в установі);
– нормування праці кожного співробітника;
– застосування засобів сучасної комп'ютерної та організаційної техніки;
– раціональну організацію робочих місць та умов праці;
– нормативно-методичне забезпечення діловодства.

Основними факторами, які впливають на визначення виду і структури служби діловодства, на функції та обсяг виконуваних нею робіт, є такі:

– розмір та територіальне розміщення установи;
– кількісний склад працівників підприємства;
– обсяг документообігу;
– обрана форма організації діловодства;
– рівень механізації та автоматизації діловодних процесів.

Відповідно до цих завдань служба діловодства:

– розробляє інструкції з діловодства для установи та підвідомчої мережі, номенклатури та описи справ установи і типові номенклатури для підвідомчої мережі;
– організовує за дорученням керівництва підготовку проектів документів, забезпечує документальне й організаційно-технічне обслуговування роботи колегіальних органів;
– організовує роботу з пропозиціями, заявами та скаргами громадян;
– організовує друкарське виготовлення, копіювання і тиражування документів;
– здійснює уніфікацію систем документації і документі із з урахуванням можливості їх машинного оброблення, вживає заходів до скорочення кількості форм і виді із документів, тощо.

Таким чином, розглянувши структуру та сутність сучасного діловодства, можна зробити висновок, що організація діловодства істотно впливає на оперативність, економічність і надійність функціонування апарату управління установи, культуру праці управлінського персоналу. Якщо процес діловодства в установі поставлений раціонально, фахівці й керівники звільняються від виконання невластивих їм функцій, підвищується результативність їх праці, скорочуються витрати, пов'язані з функціонуванням апарату управління.

Список використаних джерел

1. Величкевич, М.Б. Електронний документообіг, тенденції та перспективи / М.Б. Величкевич, Н.В. Мітрофан, Н.Е.Кунанець // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 689: Інформаційні системи та мережі. – С. 44-53. – Бібліографія: 20 назв

2. Електронне діловодство: Навч. посібник для студентів денної та заочної форм навчання Зі спеціальності 7.050102 В «Економічна кібернетика В» / О.В. Шпортько, В.В. Ступніцькій. Л.В. Шпортько, Н.І. Ступніцька / За ред. О.В. Шпортько. – Рівне: РДГУ, 2006. – 88 с.

3. Волянська-Савчук Л.В., Погорілий Б.О. Документаційне забезпечення управлінської діяльності підприємств в Україні // Economy. Zarzdzanie. East European Conference 29.11.2016-30.11.2016 / Poznan (PL) – С. 34-37.

4. Штепа, Л.І. Організація діловодства та сучасне діловодство в Україні. Журнал «Незалежний АУДИТОР», 2012, №8. – С. 94-106.

Ведерніков М.Д., докт. екон. наук, професор,
завідувач кафедри управління персоналом і економіка праці
Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хижун Б.О., студент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Питання про необхідність автоматизації управління документообігом давно перейшло в практичну площину, і все більше українських підприємств впроваджують у себе системи електронного документообігу (СЕД), дозволяючи організаціям вже на власному досвіді оцінити переваги нової технології роботи з документами. Однак і для тих небагатьох, хто вважає автоматизацію документообігу пройденим етапом, можливо, незабаром буде потрібно переосмислити зроблений вибір і знову зануритися в проблему підвищення ефективності управління документообігом.

Це обумовлюється, зокрема, зміною ринкової ситуації, зростанням організації, що створює кризи «перехідного віку» і що призводить до необхідності реструктуризації, а також розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), з одного боку, надають нові можливості для ведення бізнесу, з іншого – змушують йти в ногу з часом, щоб не відстати від конкурентів.

Необхідність в автоматизації управління документообігом різні організації сьогодні бачать по-різному: одні – у підвищенні ефективності організаційно-розпорядчого документообігу (ОРД), інші – у підвищенні ефективності роботи функціональних фахівців, що створюють документи і використовують їх у повсякденній роботі, і лише деякі приділяють увагу обом аспектам. Такий поділ точок зору в питаннях документообігу визначається різною роллю і значимістю самих документів у діяльності організації, що залежить від розміру організації, стилю управління, галузі виробництва, загального рівня технологічної зрілості і багатьох інших факторів. Тому для одних документ може бути, наприклад, базовим інструментом управління, а для інших – засобом і продуктом виробництва.

Незалежно від того, чим визначається інтерес до документоорієнтованих інформаційних систем (ДІС), всі організації починають з вибору відповідної системи з незліченної безлічі, присутнього на російському ринку. Організації, що вирішила серйозно підійти до цього питання, вибір доведеться почати з розстановки крапок над «і» в термінології виробників документоорієнтованих інформаційних систем, що давно стала об'єктом спекуляції внаслідок невизначеності та універсальності таких понять, як

«документообіг», «діловодство», «архів» та ін. Що б не стояло за назвою тієї чи іншої ДІС, їх можна розділити на три основні групи: системи діловодства, системи документообігу та системи управління документами.

Електронний обмін даними – це реальність, з якою сьогодні стикається практично кожен. Інформаційні системи, комп'ютерні мережі, електронна пошта - ось далеко не повний перелік тих засобів, за допомогою яких відбувається обмін даними в електронному вигляді.

Використання системи електронного документообігу дозволяє організувати передачу даних про хід виконання документів в електронному вигляді, що якісно змінює організацію контролю виконання документів. Картки зареєстрованих централізовано документів з резолюціями керівництва розсилаються в електронному вигляді співробітникам відповідних підрозділів. Вони доповнюють їх резолюціями з виконання документів, що видаються керівниками структурних підрозділів. У міру появи даних про хід виконання документів ці дані вносяться в систему. При цьому система автоматично відстежує наступ дати попереднього повідомлення про наближення строку виконання й наступ самого цього терміну. Зацікавлені користувачі системи інформуються про названі терміни.

Також значно видозмінюється процес узгодження проектів документів, в рамках якого співробітники, що беруть участь в процесі узгодження, отримують можливість обмінюватися електронними версіями узгоджуваних проектів. Така технологія дозволяє скоротити час, що витрачається на передачу проектів в паперовому вигляді.

Система електронного документообігу обов'язково включає поточний електронний архів, який вирішує проблеми оперативного доступу до інформації та наявності можливості одночасного використання документа декількома співробітниками. Така форма організації зберігання значно знижує ймовірність втрати інформації і підвищує оперативність роботи за рахунок скорочення часу пошуку потрібного документа. Зберігання текстів документів в електронному вигляді дозволяє реалізовувати повно текстовий пошук, що відкриває принципово нові можливості при веденні інформаційно-довідкової роботи, наприклад, дозволяє робити тематичні добірки документів за їхнім змістом. Використання електронного архіву позбавляє від необхідності створювати фонд користування архівних документів, так як за запитом в будь-який момент може бути видана електронна копія документа.

З юридичної точки зору поняття електронного документообігу відрізняється від поняття електронного обміну даними. В основі першого лежить легітимність (процесуальна допустимість і доказова сила) електронних документів. Тому поряд з удосконаленням інформаційних технологій важливу роль у процесі створення інфраструктури електронного документообігу повинна зіграти його законодавча підтримка, суть якої полягає в наданні даними, створюваним і переданим електронним способом, юридичного статусу документа.

Основною функцією традиційного документа є достовірність інформації. При складанні та використанні документа присутні два аспекти: по-перше, деяка інформація, а по-друге, – сам документ як матеріальна річ, яку можна пред'явити або передати. Наявність цієї матеріальної бази дозволяє підтвердити істинність інформації, що міститься в документі. Можливо, для підтвердження істинності необхідно виконати якусь процедуру – експертизу з перевірки достовірності документа.

Саму інформацію, що міститься в документі, теж можна розділити на дві частини. Перша частина – безпосередньо зміст, друга – допоміжна інформація, яка дає можливість встановити його автентичність (справжність). До неї належать реквізити типу вихідного номера, підписів і печаток.

До складу інформації, як змістовної, так і про носії, можуть входити і дані про час, умови та місце складання документа.

Необхідно також відзначити, що у випадку паперового документа оригінал існує в обмеженій, відомій заздалегідь кількості примірників. Наприклад, може бути зазначено, що договір здійснено у трьох примірниках, які мають однакову силу. Будь-який додатковий примірник буде вважатись копією, що в принципі може бути підтверджено шляхом проведення відповідної експертизи.

У ряді певних випадків істотно потрібна наявність саме оригіналу документа. Наприклад, продаж акції, випущеної в документарній формі, зовсім не рівнозначна продажу копії її сертифіката, навіть завіреної нотаріально.

Таким чином, документ виконує наступні функції:

1) фіксація деякою (змістовної) інформації;

2) фіксація особи, яка підписала документ;

3) фіксація умов складання документа;

4) доказ у судовому розгляді;

5) функція оригіналу, що забезпечується його унікальністю.

З точки зору традиційного документообігу можна виділити дві основні функції паперового документа: інформаційну і доказову (тобто можливість використовувати його в якості допустимого доказу). Головною причиною, через яку саме паперові документи виконують ці функції, є те, що саме папір був впродовж багатьох століть найбільш поширеним матеріальним носієм, використовуваним для передачі та зберігання інформації. В останні десятиліття ситуація різко змінилася, обсяги переданих в електронному вигляді даних стрімко ростуть. Як зазначалося раніше, системи без паперового документообігу отримують все більш широке значення в різних галузях. У зв'язку з цим важливого значення набуває визначення правового статусу електронного документа – окреслення областей, де можливо і допустимо його застосування.

Документ – письмовий акт встановленої або загальноприйнятої форми, складений визначеними і компетентними установами, підприємствами, організаціями, посадовими особами, а також громадянами для викладу відомостей про факти або достовірність фактів, що мають юридичне значення, або для підтвердження прав і обов'язків.

Вимоги до документа, що випливають з наведеного визначення, можна розділити на три групи. Перша відбиває інформаційну функцію документа: документом може бути не будь-яка інформація, зафіксована на паперовому носії, а тільки відомості певного характеру (ця вимога узгоджується з наведеним раніше визначенням ЕДО). Друга (вимоги до форми) група – це, по суті, вимоги, що забезпечують доказову функцію документа (реквізитами форми можуть служити наявність печатки та підписи певної особи, персональні дані про особу, який видав документ, а також вимоги до паперового носія, наприклад, папір з захисними знаками і т. п.). Третя група (компетентність джерела документа) ніби зв'язує перші дві, надає юридичну значимість документу. Документ, виданий некомпетентним органом, підписаний не уповноваженою на те особою або анонімний, не може служити підтвердженням викладених у ньому відомостей про факти, засвідчувати факти чи підтверджувати права і обов'язки.

Електронний документ можна визначити як набір даних, записаних в електронному вигляді, для яких виконана така умова: існує визнана учасниками ЕДО або затверджена компетентним органом процедура, що дозволяє однозначно

перетворити ці дані до документа традиційного режиму. Визнання зазначеної процедури повинно бути підтверджено учасниками системи ЕДО допомогою традиційного (письмового) документа, або така процедура повинна бути санкціонована уповноваженим державним органом.

Список використаних джерел

1. Автоматизовані інформаційні технології в економіці. Під ред. Титаренко. М.: ИНФРА-М, 1998. – 258 с.
2. Кузнєцова, Т.В. Діловодство (Документаційне забезпечення управління). - М.: ЗАТ «Бізнес-школа« Інтел-Синтез », 2000. – 818 с.
3. Остелл, М. Вплив нової інформаційної технології на управлінський процес // Проблеми теорії і практики управління. – 2002. – № 6. – С.49.
4. Печникова Т.В., Печникова А.В. Практика роботи з документами в організації: Учеб. посібник для вузів. – М.: ЕМОС, 1999. – 208с.
5. Волянська-Савчук Л.В., Конопко А.Ю. Організація документообігу на сучасному підприємстві / Національні особливості та світові тенденції соціально- економічного розвитку країни: матеріали Міжнародної науково- практичної конференції (м. Дніпро, 18-19 листопада 2016 р.). У 2-х частинах. – Дніпро: НО «Перспектива», 2016. – Ч. 1. – С. 118-121.

Левченко О.М., докт. екон. наук, професор
Криворотенко А.В., аспірант
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПРОТИРІЧЧЯ У СФЕРІ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЧИННИК НАПРУГИ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

З огляду на кризовий характер сучасної економіки України процес реформування оплати праці повинен характеризуватися справді глибоким змістом, охоплювати всі економічні та інституціональні структури, пов’язані зі сферою формування і розподілу доходів. Все більше стає очевидним, що реформа оплати праці представляє не одноразовий захід, а тривалий процес, синхронний за змістом і часом з загальним перебігом економічних явищ та прагненням України до визнання світовою спільнотою як країни з ринковою економікою. Тому, все більше постає проблема реформування системи оплати праці для більш ефективного функціонування національної економіки.

Питанню оплати праці присвячені наукові праці Д. Богині, М. Бондаренко, Н. Волгіна, Г. Гендлера, Н. Горєлова, Л. Єловікова, М. Карліна, А. Колота, В. Новикова, М. Семикіної, Л. Фільштейна та інших авторів.

Вивчення джерел літератури з окресленої теми показує, що в Україні проблема впливу оплати праці на систему соціально-трудових відносин розглядалася лише частково, основна увага науковців зосереджувалася на інструментах державного регулювання оплати праці, значні дискусії велися з приводу доцільності введення в дію єдиної тарифної сітки з оплати праці працівників окремих галузей економіки.

Загальновідомо, що вітчизняний рівень оплати праці орієнтується на мінімальну заробітну плату, а її рівень у порівнянні з розвинутими європейськими країнами є одним з найнижчих, що проілюстровано на рис. 1 [2].

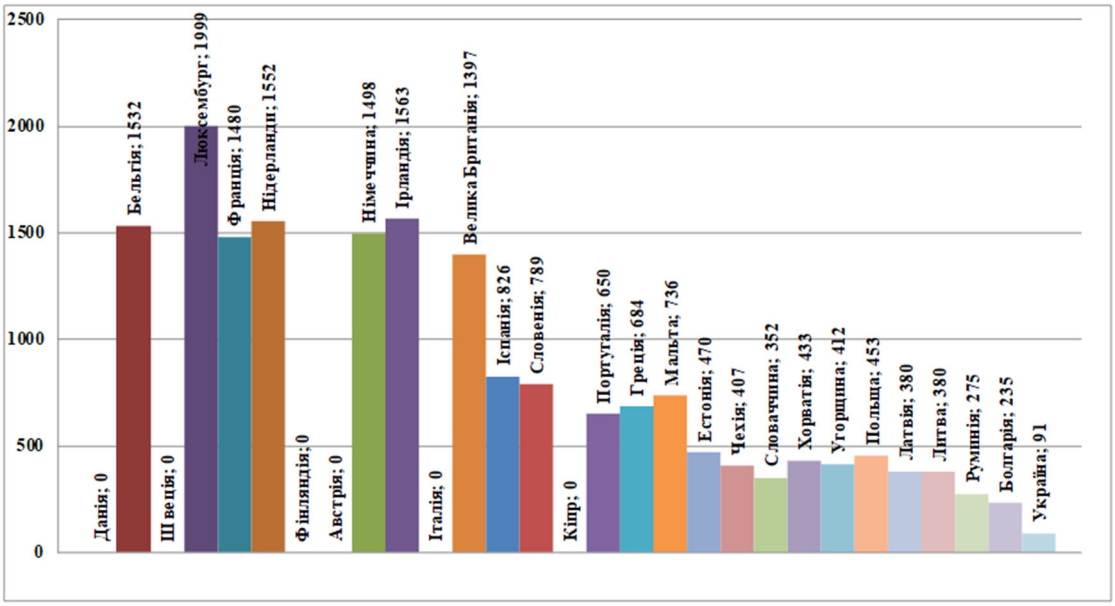


Рис. 1. Порівняння обсягів мінімальної заробітної плати в ЄС та Україні у 2017 році, євро [2]

Девальвація гривні, яка відбулася у 2014 році, розпочала ланцюгову реакцію масового зростання цін на споживчі товари і послуги, як імпортні, так і вітчизняні. Відповідно, купівельна спроможність українців також зазнала зниження. (табл.1)

Таблиця 1

Основні показники, що характеризують рівень добробуту громадян

Період	Показники			
	Мінімальна заробітна плата (МЗП), грн	Прожитковий мінімум (ПМ), грн	Середня заробітна плата (СЗП), грн	Середньомісячна заробітна плата (СМЗП), грн
2011				
- січень	941	894	2297	2297
- грудень	1004	953	3054	2633
Темп зростання, %	106,7	106,6	132,9	114,6
2012 р.				
- січень	1073	1017	2722	2722
- грудень	1134	1095	3377	3026
Темп зростання, %	105,7	107,7	124,0	111,2
2013 р.				
- січень	1147	1108	3000	3000
- грудень	1218	1176	3619	3265
Темп зростання, %	106,2	106,1	120,6	108,8
2014 р.				
- січень	1218	1176	3148	3167
- грудень	1218	1176	4012	3480
Темп зростання, %	0	0	127,4	109,9

Джерело: [3]

Значний вплив на механізм оплати праці здійснює, саме організація праці, яка є складним процесом з ефективним поєднанням робочої сили із предметами праці, що спрямовує до раціонального використання і досягнення якісних результатів. Покращення механізму надання заробітної плати сприяє збільшенню продуктивності, трудової мотивації та впливає на кінцеві результати роботи. Але проблема вдосконалення полягає у тому, що зміна механізму виплати заробітної плати повинна базуватися на підставі нормування праці.

Система оплати праці містить у собі ряд недоліків, які необхідно усунути, оскільки ігнорування проблем у найбільш важливій для суспільства сфері, може призвести до доволі негативних наслідків, які важко врегулювати. Таким чином, нагальними проблемами оплати праці є:

1. Виплата заробітку на неналежному рівні окремим категоріям працівників, що не відповідає реальному прожитковому мінімуму;
2. Відсутність в деяких випадках нормування праці, що є причиною невідповідності між витратами праці та винагородженням за неї;
3. Відсутність чіткості визначення стратегії формування оплати праці;
4. Невідповідність заробітної плати всім притаманним їй функціям (відтворювальній, соціальній, мотиваційній тощо);
5. Відсутність зв‘язку між оплатою праці і результатами роботи та професійними характеристиками працівників.

Такі фактори в сучасному суспільстві призвели до відповідних соціально-економічних наслідків, а саме: незадоволеність умовами праці; падіння мотивації праці працівників; недоотримання прибутку; зниження якості життя працівників [4].

Удосконалення організації оплати праці на підприємствах має будуватися на оптимізації тарифного регулювання заробітної плати, напрями якої представлені на рис. 2.

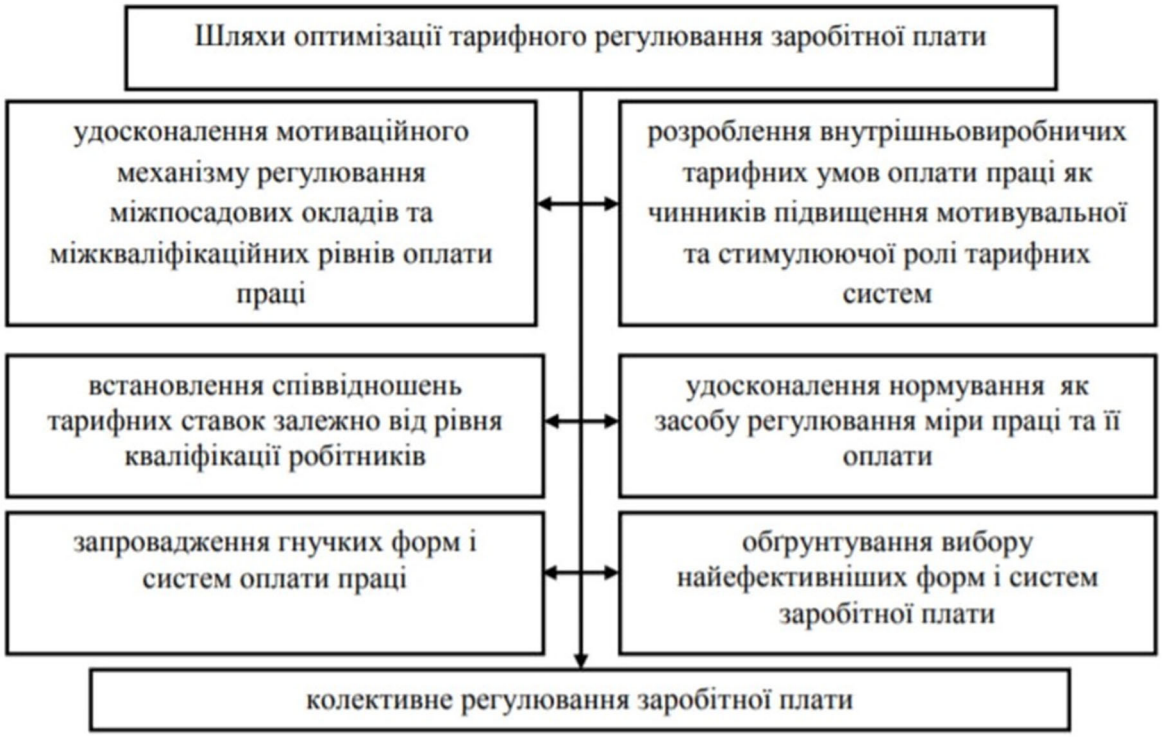


Рис. 2. Напрями оптимізації тарифного регулювання заробітної плати на підприємстві

Джерело: складено авторами на основі [1]

Отже, враховуючи, що об'єктом дослідження є система оплати праці, і сучасний стан останньої не відповідає світовим вимогам гідної оплати праці, стратегія її формування в контексті конкурентоспроможності національної економіки повинна бути обов'язково спрямована на покращення, тобто на формування конкурентоспроможної системи оплати праці.

Список використаних джерел

1. Миронова, Ю.Ю. Проблеми організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві / Ю.Ю. Миронова, В.А. Панасенко // Економіка і регіон. - 2016. - № 1. - С. 121-126. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2016_1_20.
2. Державний комітет статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.
3. Базалійська, Н.П. Сучасні проблеми оплати праці в Україні в умовах кризи національної економіки / Н.П. Базалійська, С.А. Кравець // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. 27. – С. 332-340. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2015_27_41.
4. Голосніченко, Д.І. Оплата праці: проблеми та шляхи вирішення / Голосніченко Д.І., Довжик А.М. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 3/4 (23/24). – С. 185-189.

Лучик С.Д., докт. екон. наук, професор
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці
Лучик М.В., канд. екон. наук
Київський кооперативний інститут бізнесу і права
м. Київ

ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В нашій країні у січні 2018 року було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України до 2020 р. Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення [1].

Рушійною силою цифрової економіки є людський капітал, тобто знання, таланти, навички, вміння, досвід, інтелект людей. Понятійно-категоріальний словник трактує людський капітал як якісні характеристики робочої сили, здібності та навички, що формуються у індивіда шляхом інвестування у навчання, освіту, здоров'я тощо, для підвищення виробничих можливостей індивіда, а, отже, і його доходів [2, с.132].

За даними Світового Банку, частка людського капіталу в загальносвітовому багатстві склала дві третини. При цьому в бідних країнах людський капітал складає біля 40% від загального, а в багатих – 68%. Вже зараз досвід, уміння, зусилля та креативність населення багатих країн мають більшу вартість, ніж верстати й обладнання на фабриках та корисні копалини в надрах [3]. Використання людського капіталу найкращим чином дозволяє отримувати додаткові прибутки, а його розвиток стає найважливішим завданням, як на рівні окремих підприємств, регіонів, так і держав в цілому.

Людський капітал підприємства – це економічна категорія для позначення адекватної постіндустріальному станові суспільства соціально-економічної форми вираження продуктивних і комунікативних якостей, здібностей, сил, функцій та ролей людини, залучених до системи соціально орієнтованої економіки змішаного типу, сформованих і розвинутих у результаті інвестування, що є власністю людини, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню ефективності праці, доходів, морального задоволення свого власника, а також доданої вартості підприємства [4, с.6].

Одними з найважливіших факторів, що мають вплив на перебіг подій у сфері людського капіталу, є ті, що пов'язані із впливом на саму людину. Такими є демографічні процеси, які усе більше впливають на економіку і політику.

Людський потенціал в Україні катастрофічно знижується. На 1 січня 2018 року чисельність наявного населення України становила 42386,4 тис. осіб, з них у міських поселеннях проживало 29371,0 тис. осіб (69,3%), у сільській місцевості – 13015,4 тис. осіб (30,7%). Особливо погіршилась ситуація в країні в останні роки. За даними Державної служби України за 2013-2017 рр. чисельність наявного населення зменшилась на 3039,8 тис. осіб, або на 6,8%. Скорочення сільського населення відбувалось більш швидкими темпами, ніж міського. Спроба проаналізувати показники скорочення українського населення за різні періоди дозволила зробити такі висновки. Найменш повільними темпами скорочення населення відбулось у 2008-2012 рр. Це скорочення склало 590,7 тис. осіб, або 1,3%. За 2003-2007 рр. і 1998-2003 рр. населення зменшилося на 1630,8 і 1913,7 тис. осіб зі збереженням тенденцій скороченням насамперед сільського населення. За даними ООН, до 2050 року населення України скоротиться ще на 21,7%. Це означає, що в середині століття в Україні проживатиме навіть менше, ніж у сьогоднішній Польщі – 35 млн осіб. Більше зменшиться населення лише у Румунії та Болгарії [5].

Аналіз вікової структури населення виявив, що зменшується насамперед населення віком 15-64 років. Це 95% від усього населення, що скоротилось. Ще 5% у цій структурі займають молоді люди віком до 14 років. У групі осіб похилого віку спостерігається навпаки динаміка збільшення. За 2013-2017 рр. ця група збільшилась на 38,5 тис. грн., або на 0,6%. На 1 січня 2018 року чисельність осіб у віці 0-15 років становила 16,3% загальної чисельності постійного населення, у віці 60 років і старше – 22,9%, у віці 16-59 років – 60,8%. Деформація вікової структури українського населення веде до збільшення демографічного навантаження. Так, на початок 2018 р. демографічне навантаження на 1000 осіб у віці 16-59 років склало 269 осіб у віці 0-15 років та 378 осіб у віці 60 років і старше. У сільській місцевості відповідні показники значно вищі, ніж у міських поселеннях.

Катастрофічним для України є зростання рівня смертності. Всі роки з 1991 р. в країні фіксується природне скорочення. За 2013-2017 рр. кількість померлих щороку в середньому 600-610 тис. осіб. У 2017 році в Україні померло 574,1 тис. осіб, або 14,51 особи на 1000 наявного населення. Смертність населення у сільській місцевості значно вища, ніж у міських поселеннях. За даними статистики 17,3 померлих припадає на 1000 наявного населення у сільській місцевості проти 13,0 у міських поселеннях.

Серед причин смерті населення перше місце посідали хвороби системи кровообігу (67,0% загальної кількості померлих), друге – новоутворення (13,6%), третє – зовнішні причини смерті (5,4%). Слід відмітити, що зовнішні причини, такі як нещасні випадки, отруєння і різного роду травми, трапляються переважно з молодими працездатними людьми. Особливо вразливими є чоловіки працездатного віку. Так, рівень смертності

чоловіків перевищує рівень смертності жінок від зовнішніх причин у 4,5 рази, від хвороб органів дихання, а також деяких інфекційних та паразитарних хвороб – утричі, розладів психіки та поведінки, від хвороб органів травлення, хвороб нервової системи – удвічі, від новоутворень – у 1,5 рази. Звідси, середня очікувана тривалість життя при народженні для жінок становила 76,781 року, тоді як для чоловіків на 9,76 року менше (67,021 року).

Важливим показником є очікувана тривалість здорового життя (healthy life expectancy). Це показник, який вимірює тривалість років, протягом яких людина може вести здоровий, активний спосіб життя (не плутати з середньою тривалістю життя!). За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, в Україні середня тривалість здорового життя складає 64,1 року. Для порівняння, у Польщі – 68,7, Румунії – 66,8, Чехії – 69,4. Вона також більша у Білорусі та Молдови, але менша в Росії [5].

Високою залишається в Україні смертність немовлят. У віці до 1 року померло 2,8 тис. дітей, з них у перинатальному періоді 1,2 тис. малюків. Крім того, було зареєстровано 2,1 тис. мертвонароджень. В цілому рівень смертності немовлят становив 7,6 померлих дітей у віці до 1 року на 1000 живонароджених. Смертність хлопчиків (8,5 померлих на 1000 живонароджених відповідної статі) значно перевищувала смертність дівчаток (6,6‰). Причиною смерті більшості дітей були окремі стани, що виникають у перинатальному періоді (55,6% померлих у віці до 1 року), а також природжені вади розвитку, деформації та хромосомні аномалії (23,4%). Водночас випадки смерті дітей від зовнішніх причин склали 5,0%, хвороб органів дихання – 3,6%, хвороб нервової системи – 2,9%, деяких інфекційних та паразитарних хвороб – 2,5%.

Отже, в Україні спостерігається катастрофічне скорочення населення та його демографічне старіння. Останнє в Україні відбувається не стільки за рахунок збільшення тривалості життя, а за рахунок погіршення здоров'я та високого рівня смертності українців працездатного віку. Небезпечною стає також інтенсивна міграція молоді за кордон, яка фактично погіршує демографічний потенціал двічі. Це, насамперед, деформація нинішньої вікової структури населення, а, по-друге, скорочення народжуваності населення на перспективу.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80.
2. Управління людськими ресурсами : [понятійно-термінологічний словник] / за редакцією Г.В. Щокіна, О.В. Антонюка, М.Ф. Головатого. – К.: МАУП, 2006. – 496 с.
3. Людський капітал – тренди використання нашого найбільшого багатства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bakertilly.ua/news/id1491.
4. Кудлай, А.В. Управління людським капіталом підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук / А.В. Кудлай. – Харків: Харківський державний економічний університет, 2004. – 20 с.
5. Не дожити до 60. Чому українці вмирають рано, і чи змінить це реформа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://life.pravda.com.ua/health/2017/12/5/227780.

Савіна Г.Г., докт. екон. наук, професор
Гродський В.О., аспірант
Савіна А.Ю., аспірант
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

КЛЮЧОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ ЇХНЬОГО ВПЛИВУ НА ЗРОСТАННЯ РІВНЯ УЗГОДЖЕНОСТІ ІНТЕРЕСІВ З УЧАСНИКАМИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Комунікативна компетентність персоналу формується двояко: з одного боку, це підвищення ефективності управління комунікаціями як бізнес-процесом взаємодії компанії із зацікавленими сторонами ринку; з іншого боку, це розвиток персональної комунікабельності, вміння слухати, переконувати і впливати на співрозмовника. У персоналу має бути чітке розуміння структури власних ділових комунікацій: з ким йому необхідно спілкуватися, для чого і як. Комунікативна компетентність передбачає наявність у персоналу психологічних знань в обсязі, необхідному і достатньому для правильного розуміння співрозмовника, забезпечення свого впливу на нього і, що важливо, для протистояння чужому впливу. На практиці в ринковому середовищі процеси і співпраці, і суперництва реалізуються за допомогою комунікацій. Надзвичайно важливо компетенції, які пов'язані із комунікаціями, групувати за групами узгодження інтересів підприємства та учасників зовнішнього середовища.

Визначити ключові компетенції персоналу в контексті їхнього впливу на зростання рівня узгодженості інтересів з учасниками зовнішнього середовища.

Яким би не був ієрархічний рівень управлінця, він будь-якому випадку повинен уміти працювати з цілями і інтересами підприємства, а це можливо при наявності у персоналу, який приймає рішення, такої важливої компетенції, як комунікативна, яка полягає у комунікабельності особистості, її здатності до ділового спілкування, знаннях комунікативних технологій та умінні їх застосовувати в потрібному контексті.

В межах удосконалення формування організаційної складової механізму антикризового управління для переробних підприємств розроблено матрицю ключових компетенцій персоналу в контексті їхнього впливу на зростання рівня узгодження інтересів з кожним з учасників зовнішнього середовища для кожного із суб'єктів зовнішнього середовища – держава, постачальники матеріальних ресурсів, покупці продукції підприємства, конкуренти, суб'єкти інфраструктури ринку, суб'єкти інфраструктури регіону, місцеві органи управління. У таблиці 1 наведено приклад ключових компетенцій персоналу в контексті їхнього впливу на зростання рівня узгодженості інтересів з учасником зовнішнього середовища – Державою.

При цьому у таблиці 1 основний акцент робиться на те, що підприємство є складовою частиною держави, а тому повинне, маючи певну свободу дій у ринковому середовищі, дотримуватись правил, норм, стандартів, політики, яку декларує держава.

Таблиця 1

Ключові компетенції персоналу в контексті їхнього впливу на зростання рівня узгодженості інтересів з учасниками зовнішнього середовища (учасник зовнішнього середовища – Держава)

		Інтереси держави				
		Економічні	***Соціальні***	***Екологічні***	***Політичні***	***Природні***
Інтереси підприємства	***Економічні***	Уміти досягати економічних показників з урахуванням економічних цілей розвитку країни та засобів їх досягнення	Уміти досягати економічних показників з урахуванням соціальних цілей розвитку країни та засобів їх досягнення	Уміти досягати економічних показників з урахуванням екологічних цілей розвитку країни та засобів їх досягнення	Уміти досягати економічних показників з урахуванням політичних інтересів країни	Уміти досягати економічних показників з урахуванням збереження природного середовища
	Соціальні	Уміти реалізовувати соціальну політику підприємства з урахуванням збалансованості з економічним розвитком країни	Уміти реалізовувати соціальну політику підприємства з урахуванням збалансованості з соціальними інтересами суспільства	Уміти реалізовувати соціальну політику підприємства з урахуванням збалансованості з екологічними цілями розвитку країни	Уміти реалізовувати соціальну політику підприємства з урахуванням національних політичних інтересів	Уміти реалізовувати соціальну політику підприємства з урахуванням збереження природного середовища
	Екологічні	Уміти організовувати виробничі процеси з урахуванням національних екологічних норм і стандартів	Уміти організовувати виробничі процеси з урахуванням принципів соціальної відповідальності бізнесу на державному рівні	Уміти організовувати виробничі процеси з урахуванням принципів екологічної відповідальності бізнесу на державному рівні	Уміти організовувати виробничі процеси з урахуванням національних політичних інтересів	Уміти організовувати виробничі процеси з урахуванням збереження природного середовища
	Політичні	Уміти обирати економічні методи у відповідності до внутрішніх та зовнішніх соціальних факторів	Уміти обирати соціальні методи у відповідності до внутрішніх та зовнішніх соціальних факторів	Уміти обирати екологічні методи у відповідності до внутрішніх та зовнішніх соціальних факторів	Уміти обирати стиль поведінки у відповідності до внутрішніх та зовнішніх соціальних факторів	Уміти обирати методи збереження природного середовища у відповідності до внутрішніх та зовнішніх соціальних факторів
	Природні	Уміти використовувати вітчизняні ресурси, ефективно використовувати природні ресурси	Уміти застосовувати соціальні методи для забезпечення ефективної ресурсозберігаючої політики	Уміти застосовувати екологічні методи для забезпечення ефективної ресурсозберігаючої політики	Уміти використовувати вітчизняні ресурси з урахуванням національних політичних інтересів	Уміти реалізовувати ресурсозберігаючу політику з урахуванням збереження природного середовища

Класифікація ключових компетенцій персоналу за групами інтересів підприємств та суб'єктів зовнішнього середовища дозволяє оцінювати ключові компетенцій персоналу підприємств та на основі цих оцінок прогнозувати захищеність та протидію зовнішнім деструктивним впливам.

Цимбалюк С.О., докт. екон. наук, професор
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана»
м. Київ

ГІДНА ОПЛАТА ПРАЦІ В СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ ПРАЦІ

Гідна оплата праці є невід'ємною компонентою та важливою характеристикою гідної праці, якості життя, рівня матеріального добробуту найманих працівників. Заробітна плата сприймається працівником не тільки як відшкодування затрат часу та зусиль на виконання певних функцій, а і як свідчення його цінності для підприємства. Це, своєю чергою, впливає на самооцінку працівника, вказує на його соціальний статус, дає змогу самоствердитися. Отже, гідна оплата праці виступає мірилом особистісної та професійної самореалізації працівника, успіху, визнання та схвалення результатів і досягнень керівництвом підприємства, а отже, є важливою складовою системи мотивації ефективної праці.

Гідну працю та гідну її оплату можна розглядати через призму причинно-наслідкових зв'язків. З одного боку, гідна винагорода є передумовою високої мотивації, лояльності працівника до роботодавця, соціально відповідального ставлення до праці та її результатів, а отже, продуктивної праці, інноваційної активності та досягнення поставлених цілей. З іншого боку, результативна праця, що створює передумови для соціально-економічного розвитку підприємства, заслуговує гідної винагороди.

З-поміж очікуваних результатів реалізації Програми гідної праці МОП для України на 2016-2019 роки – розроблення та введення в дію політики щодо заробітної плати та доходів з наголосом на рівні можливості. Задекларована політика заробітної плати та доходів спрямована на розв'язання трьох основних проблем – заборгованості з виплати заробітної плати, неадекватного рівня мінімальної заробітної плати та ґендерного розриву в оплаті праці чоловіків і жінок.

Варто зауважити, що зазначені принципи політики оплати праці є базовими. Вказаний перелік не є вичерпним і практична реалізація цих принципів не даватиме підстав стверджувати про забезпечення гідної оплати праці, зокрема в колективі, на підприємстві, з огляду на значущість інших не менш важливих характеристик. З-поміж таких характеристик: структура трудових доходів, їх частка в сукупних доходах, розподіл доходів підприємства між власником та найманими працівниками, розподіл колективного заробітку між членами трудового колективу, прозорість оплати праці, справедлива диференціація, конкурентність винагороди та ін.

Аналіз програмних матеріалів діяльності окремих інститутів громадянського суспільства, зокрема політичних партій, профспілкових організацій, професійних асоціацій, дав змогу виокремити постулати, які використовуються ними для характеристики концепту гідної оплати праці:

– гарантування економічної свободи найманому працівникові;

– забезпечення умов для розширеного відтворення, професійного розвитку, повноцінного відпочинку, доступу до надбань цивілізації;

– справедливий розподіл результатів суспільної праці між найманими працівниками та власниками (працею та капіталом);

– об'єктивна диференціація заробітної плати, зокрема забезпечення оптимальних співвідношень в оплаті праці керівників (насамперед вищих керівників) та інших категорій персоналу;

– своєчасність виплати заробітної плати;

– справедливе оподаткування трудових доходів;

– розвиток договірного регулювання заробітної плати;

– забезпечення першочерговості виплати заробітної плати у разі банкрутства підприємства;

– використання інноваційних систем оплати праці тощо.

Як бачимо, інститути громадянського суспільства відходять від звуженого розуміння гідної оплати праці, апелюючи до принципів справедливості в розподілі благ й доповнюючи базові характеристики інноваційними та ринковими компонентами.

Пропонуємо гідну оплату праці трактувати як організаційно-економічний механізм визначення основних параметрів заробітної плати, який:

– забезпечує гідний рівень винагороди, достатній для розширеного відтворення робочої сили найманого працівника та матеріального забезпечення членів родини;

– забезпечує справедливий розподіл граничного продукту, створеного найманим працівником (створеною доданою вартістю), між власником (роботодавцем) і найманим працівником;

– гарантує своєчасну виплату заробітної плати;

– забезпечує об'єктивну диференціацію, а також транспарентність оплати праці;

– ґрунтується на задіянні ринкових і договірних елементів регулювання розміру та структури винагороди, а також використанні інноваційних підходів та інструментів формування різних складових заробітної плати;

– позбавлений упередженого ставлення до окремих найманих працівників залежно від статі, віку, інших чинників, які безпосередньо не стосуються трудової діяльності.

Для оцінювання поточного стану та тенденцій розвитку політики оплати праці через призму реалізації принципів гідної праці має бути сформований інструментарій та система індикаторів (показників), що характеризують гідну оплату праці. На основі узагальнення різних підходів до виокремлення індикаторів та показників гідної оплати праці нами запропоновано індикатори оцінювання політики оплати праці на підприємстві з погляду реалізації принципів гідної праці (табл. 1).

Таблиця 1

Індикатори оцінювання політики оплати праці на підприємстві (в установі, організації) з погляду реалізації принципів гідної праці

№ з/п	Індикатор	Стандарт
1	2	3
1	Темпи зростання реальної заробітної плати, %	≥ 110
2	Співвідношення тарифної ставки робітника 1-го розряду та мінімальної заробітної плати (співвідношення тарифної ставки робітника 1-го розряду та прожиткового мінімуму)	≥ 1

Продовження таблиці 1

1	2	3
3	Співвідношення середньої заробітної плати на підприємстві із середньою заробітною платою в економіці країни (регіоні, виді економічної діяльності)	≥ 1
4	Частка заробітної плати в операційних витратах з реалізованої продукції, робіт, послуг, %	≥ 35
5	Частка працівників, які одержують заробітну плату за межею бідності	Немає
6	Коефіцієнт Джині на підприємстві	[0,20, 0,35]
7	Децильний коефіцієнт на підприємстві	[6, 8]
8	Регламентація основних положень щодо оплати праці у внутрішніх нормативних документах — колективному договорі, положенні про оплату праці тощо	Так
9	Вільний доступ та ознайомлення працівників з основними положеннями щодо оплати праці, які містяться у внутрішніх нормативних документах підприємства	Так
10	Урегулювання питань оплати праці під час колективних переговорів щодо укладення колективного договору відповідно до Закону України «Про колективні договори і угоди»	Так
11	Використання аналітичних методів оцінювання посад і робіт (процедури грейдування) під час розроблення тарифних умов оплати праці	Так
12	Використання гнучких моделей оплати праці	Так
13	Співвідношення тарифної ставки робітника останнього розряду й тарифної ставки робітника 1-го розряду	[2, 3]
14	Співвідношення посадового окладу першого керівника підприємства (його заступника у разі використання контрактної форми трудового договору з першим керівником) і посадового окладу технічного службовця з найнижчим посадовим окладом на підприємстві	[4, 12]
15	Співвідношення між тарифними ставками робітників двох суміжних розрядів, посадовими окладами професіоналів, фахівців, технічних службовців двох суміжних категорій, кваліфікаційних груп, посадовими окладами керівників та їхніх заступників (додержання порогу відчутності), %	≥ 10
16	Перегляд посадових окладів, тарифних ставок, окладів за результатами підсумкового оцінювання (атестації)	Так
17	Залежність премій від індивідуальних і колективних результатів праці та результатів діяльності підприємства	Так
18	Використання сучасних підходів до преміювання персоналу (на основі управління ефективністю/результативністю/за досягненням поставлених цілей, системи збалансованих показників тощо)	Так
19	Відповідність переліку, розмірів та порядку виплати надбавок і доплат вимогам трудового законодавства, умовам генеральної, галузевої та територіальної угод	Так
20	Наявність систем участі персоналу в прибутку та (чи) в акціонерному капіталі	Так
21	Наявність соціального пакета	Так
22	Використання програм соціального страхування (медичного, недержавного пенсійного, життя, від нещасних випадків, автомобіля тощо)	Так
23	Використання сучасних підходів до формування соціального пакета (формування за принципом кафетерію, швецького столу, відповідно до заслуг і досягнень тощо)	Так
24	Участь підприємства в оглядах заробітних плат	Так
25	Використання неофіційних виплат заробітної плати	Немає
26	Залежність заробітної плати від статі, віку, інших чинників, не пов’язаних з діяльністю працівника	Ні
27	Співвідношення рівня заробітної плати чоловіків і жінок, які виконують однакові за складністю обов’язки/роботи, мають однаковий рівень кваліфікації, працюють в однакових умовах, досягають однакових результатів тощо	1
28	Заборгованість з виплати заробітної плати, грн	Немає
29	Здійснення щонайменше раз на рік моніторингу ефективності політики оплати праці	Так

Сформовані індикатори можуть слугувати інструментарієм для оцінювання поточного стану та тенденцій розвитку політики оплати праці через призму реалізації принципів гідної праці на підприємстві. За результатами такого оцінювання мають визначатися напрями удосконалення організації заробітної плати з метою забезпечення гідної оплати праці та посилення мотивації ефективної праці.

Шарко М.В., докт. екон. наук, професор
Календар О.В., магістрантка
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

В умовах ринкової економіки коли активізувались питання виживання підприємств у конкурентній боротьбі та забезпечення їх платоспроможності проблеми зниження витрат на підприємстві, пошуку шляхів їх вирішення є складними і цікавими питаннями сучасної економіки [1-5]. Зниження і оптимізація витрат є одним із основних напрямів підвищення економічного розвитку кожного підприємства.

Метою роботи є аналіз загальних та прямих матеріальних витрат підприємства ПрАТ «ДСУ-12», визначення шляхів підвищення економічного розвитку на підприємстві.

Діяльність підприємства пов'язана з витратами матеріальних, трудових та інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. Головним об’єктом в системі управління підприємством є процес обліку витрат господарської діяльності в цілому, їх видів, цілей, періодів виконання. Витрати підприємства – це вартість ресурсів, що використовуються в подальшому для отримання прибутку, чи досягнення інших цілей підприємства [1].

Класифікація витрат підприємства допомагає визначити на які витрати можна вплинути і визначити результати цього впливу. Для управління витратами використовують різні їх класифікації [2]. Класифікація витрат підприємства за статтями калькуляції займає особливе місце в практичному застосуванні, оскільки передбачає групування витрат залежно від їх призначення та місця виникнення. Вона одночасно є важливою для калькулювання собівартості окремих видів готової продукції, здійснення контролю за дотриманням встановлених норм витрат, аналізу складу та структури витрат, визначення впливу факторів на їх зміну, прийняття різноманітних управлінських рішень щодо скорочення витрат, зміни асортименту та обсягів виробництва окремих видів продукції.

Сучасні методи підвищення економічного розвитку шляхом оптимізації витрат мають бути гнучкими, простими у використанні, надавати в оперативному порядку необхідну для прийняття управлінських рішень інформацію. При цьому оперативність інформації є дуже важливим аспектом, оскільки своєчасний вплив на рівень виробничих витрат і формування собівартості продукції можливий тільки при такій організації обліку, при якій причини змін собівартості, допущення перевитрат і отримання економії розкриваються не тільки шляхом аналізу звітних калькуляцій, але й у процесі господарської діяльності на підставі первинної документації та поточних облікових записів [4].

Механізм підвищення економічного розвитку на підприємстві шляхом удосконалення управління витратами розглянуто на прикладі ПрАТ «ДСУ-12». При дослідженні динаміки операційних витрат з виконання робіт підприємством у 2014-2017 роках, виявлено значне збільшення частки матеріальних витрат у структурі операційних витрат при одночасному збільшенні частки витрат на оплату праці та інших операційних витрат і поступовому скороченні питомої ваги амортизації. Виявлені тенденції свідчать про чітку закономірність, оскільки збільшення частки одних статей супроводжується зменшенням частки інших. Дані операційних витрат ПрАТ «ДСУ-12» наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз операційних витрати ПрАТ «ДСУ-12» в період 2014-2017 роки

Показники	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Абсолютне відхилення тис. грн.		
					2015/2014	2016/2015	2017/2016
Матеріальні витрати	4664	4148	8946	12104	-516	+4798	+3158
Витрати на оплату праці	702	749	1066	1532	+47	+317	+466
Відрахування на соціальні заходи	270	287	251	379	+17	-36	+128
Амортизація	344	342	128	103	-2	-214	-25
Інші витрати	64	65	490	1145	+1	+425	+655
Разом	6044	5591	10881	15263	-453	+5290	+4382

Загальна сума операційних витрат у 2015 році знизилась на 453 тис. грн порівняно з 2014 роком, у послідуючі роки спостерігається ріст витрат. Загалом, операційні витрати в період з 2014 року по 2017 рік зросли на 9192 тис. грн., або на 152,08% у відносному відхиленні. Матеріальні витрати, як і загальна сума операційних витрат у 2015 році знизилась в порівнянні з 2014 на суму 516 тис. грн., у 2016-2017 роках матеріальні витрати зростають більше ніж на 4,5 млн. грн у 2016 році та на 3 млн. грн. у 2017 році. Такий значний ріст матеріальних витрат безпосередньо залежить віз збільшення обсягів виробництва та надання послуг підприємством ПрАТ «ДСУ-12». Витрати на оплату праці зростають кожен рік, у період з 2014 по 2017 рік цей елемент операційних витрат зріс більше ніж у двічі, а саме на 830 тис. грн. Відрахування на соціальні заходи за весь аналітичний період зросли на 109 тис. грн. Елемент операційних витрат «Відрахування на соціальні заходи» не прямо пропорційно залежить від елементу «Витрати на оплату праці», адже до витрат на оплату праці входять усі виплати працівникам, як основна заробітна плата (відсоток від якої створює відрахування на соціальні заходи), так і додаткова (премії).

З урахуванням особливостей підприємства після проведення аналізу можна виділити заходи, що підвищать економічний розвиток підприємства ПрАТ «ДСУ-12» [5]:

– удосконалення організації виробництва і праці за рахунок зміни форм і методів праці, удосконалення апарату управління, зменшення адміністративних та транспортних витрат;

– поліпшення використання виробничих ресурсів, застосування більш дешевих матеріалів, їх повторне використання;

– зниження витрат на оплату праці на одиницю продукції;

– скорочення адміністративно-управлінських витрат;

– ліквідація непродуктивних витрат і втрат;

– чітке дотримання технологічної дисципліни, що приводить до скорочення виробничих втрат;

– запровадження ефективних систем внутрішньовиробничих економічних відносин, що сприяють економії ресурсів, підвищенню якості продукції;

– посилення контролю за співвідношенням темпів зростання продуктивності праці та заробітної плати; недопущення прискореного зростання середньої заробітної плати щодо росту продуктивності праці;

– зниження рівня комерційних та управлінських витрат на підприємстві.

Таким чином, кожен із зазначених вище напрямів різною мірою впливає на зниження витрат підприємства, що у свою чергу підвищує його економічний розвиток. Планування витрат повинно передбачити застосування всіх можливих варіантів зниження витрат, проте на кожному етапі діяльності підприємства економіст обов'язково має звертатися до найбільш актуальних і суттєвих за результативністю з них.

Список використаних джерел

1. Афанасьєв, М.В. Економіка підприємства : підручник / М.В. Афанасьєв, О.Б. Плоха. – К. : Ліра-К, 2013. – 664 с.
2. Васильців, Т.Г. Економіка малого підприємства: навч. посіб. / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш, Н.Г. Міценко. – К.: Знання, 2013, – 446 с.
3. Грибик, І.І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика : навч. посіб. / І.І. Грибик. – К.: Ліра-К, 2014. – 428 с.
4. Михалюк, Н.І. Планування діяльності підприємств: навч. посіб. / Н.І. Михалюк. – К.: Ліра-К, 2015. – 620 с.
5. Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, «Економічне обґрунтування витрат на підприємстві», Серія: Економічні науки. – 2013. – С. 95-111.

Шевчук Л.Т., докт. екон. наук, професор
Львівський університет бізнесу і права
м. Львів

МОТИВАЦІЯ БЕЗПЕРЕРВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИПЕРСОНАЛУВ УМОВАХ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ РОБОТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Інтенсифікація роботизації виробництва, яка особливо активізувалася на зламі XX і XXI століть, актуалізувала дослідження мотивації безперервної освіти персоналу. Хоча цій проблемі присвячені роботи ряду відомих українських і зарубіжних вчених, зокрема тих, які представлені у списку використаних джерел до цієї публікації, вона дедалі більше здається такою, що не має вирішення. Адже, різке зниження мотивації безперервної освіти персоналу пов'язане з багатьма факторами. При цьому чи не найголовнішим фактором є роботизація виробництва, яка переконує людей, що вони є непотрібними. Оскільки роботизація охоплює практично всі сфери життєдіяльності суспільства, то безперервна освіта, зокрема перекваліфікація не дозволить уникнути цієї непотрібності в інших сферах діяльності. Це означає, що, навіть, маючи високий рівень знань, можна стати непотрібним суспільству. Другим фактором, який знижує мотивацію безперервної освіти персоналу, є протекціонізм: часто при відборі персоналу для виконання тих чи інших робіт не звертають увагу на професійні навички і компетенції кандидатів, а керуються наявністю їх підтримки високопоставленими чи

наближеними до керівництва виробництвом особами. Серед інших факторів важливо виокремити складність вибору нової професії, після того, як та, якій людина присвятила себе, стала непотрібною; складність організації процесу перенавчання тощо.

Спроби розв'язати окреслену проблему на управлінському рівні шляхом формулювання ряду задач в нормативно-правових документах, успіху не досягли. Достатньо згадати Закон України «Про професійний розвиток працівників» (2012), Положення «Про професійне навчання працівників на виробництві» (2001) із внесеними до нього змінами(2012), «Стратегією інноваційного розвитку України на 2012-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» та інші документи, положення яких мали б сприяти вирішенню питань модернізації державної політики у сфері професійної підготовки і розвитку працівників з метою підвищення рівня їхньої конкурентоспроможності відповідно до потреб ринку праці, суспільства й особистості працівника в Україні [4, с.5], залишилися недієвими.

Заходи підвищення мотивації безперервної освіти персоналу, які обґрунтовані у науковому дослідженні «Професійне навчання кваліфікованих робітників в умовах високотехнологічного виробництва», здійсненому у 2013-2015 рр. в Інституті професійно-технічної освіти НАПН України, на жаль, мало результативні, оскільки ними недостатньо враховані стрімкі темпи роботизації виробництва. Таким чином, очевидно, що проблема підвищення мотивації безперервної професійної освіти персоналу в умовах інтенсифікації роботизації виробництва актуальна, але складна для розв'язання. Проте вона вже зараз гостро повстала на часі для всебічного вивчення і вирішення. Незважаючи на це, її розв'язання ускладнюється скептицизмом багатьох економістів щодо побоювань, що «в перспективі машини знищать робочі місця й призведуть до тривалого безробіття» [6, с.9]. З іншого боку, багатьом вченим і управлінцям видається, що цю проблему можна вирішити легко і з наскоку. Такий висновок можна зробити після прийняття Лісабонським самітом Ради Європи у березні 2000 року «Меморандуму освіти протягом життя», у якому наголошується, що безперервна освіта (отримання ступенів та дипломів у вільний час; професійні курси, в тому числі з метою підвищення кваліфікації персоналу; освіта для дорослих; друга освіта інше) повинна стати головною політичною програмою громадянського суспільства, соціальної єдності й зайнятості, базуючись на таких шести принципах:1 – нові базові знання і навички для всіх; 2 – збільшення інвестицій в людські ресурси; 3 – інноваційні методики викладання й навчання; 4 – нова система оцінки отриманої освіти; 5 – розвиток наставництва й консультування; 6 – наближення освіти до місця проживання [7; 2]. Звичайно, організація безперервної освіти протягом життя відповідно до сформульованих на саміті принципів суттєво пом'якшить ситуацію, але проблему підвищення мотивації безперервної професійної освіти персоналу в умовах інтенсифікації роботизації виробництва при баченні її в звиклому для нас ракурсі в цілому не вирішить. На цьому наголошує і Мартін Форд, який стверджує, що «підвищення рівня освіченості та навичок в жодному разі не стане в майбутньому надійним захистом від автоматизації того чи іншого виду робіт» [6, с.16].

Для того, щоб вирішувати цю проблему, треба подивитися на неї по новому, а саме: що, крім, очікуваної затребуваності, може дати людині безперервна професійна освіта в абсолютно нових умовах життєдіяльності, які сформуються вже в найближчому майбутньому. Очевидно, насамперед, така освіта дозволить формувати в людини адаптацію і почуття стійкості до нових умов. Ось чому М. Подсокорський звертає увагу на думки з цього приводу Юваля Нойя Харарі і деяких експертів, які

радять при здобутті такої освіти використовувати установку на «4К»: критичне мислення, комунікацію (спілкування), колаборацію (співпрацю) і креативність. Тобто, щоб добре себе почувати до 2050 року, треба не просто бути здатним генерувати нові ідеї і продукти. Передусім - треба уміти винаходити себе знову і знову [3].

Якщо взяти до уваги те, що в найближчому майбутньому на людство насуваються, на думку Юваля Нойя Харарі, три серйозні катастрофи (екологічне і технологічне руйнування і біологічне розділення людського виду в результаті розвитку біоінженерії і суттєвого розшарування людей внаслідок депривації різних соціальних груп населення до інформації), то ймовірно слід очікувати, що це зробить більшість з нас економічно неспроможними і політично безсилими. Можливо, ми більше не зможемо говорити про Людину розумному як про єдиний вид. Біоінженерія стане такою ж простою, як пластична хірургія сьогодні, і в результаті її використання з'являться надлюди [5].Якщо до сказаного додати, що надалі швидкими темпами розвиватиметься штучний інтелект, який буде здатний до саморозвитку і функціонуватиме поряд із звичайними людьми, то очевидно, що все це може мати непередбачувані наслідки для розвитку цивілізації на планеті Земля. Отже, для підвищення мотивації безперервної освіти персоналу важливо з дитинства виховувати в людей усвідомлення прискорення перманентних змін в суспільному і науково-технічному розвитку та нових загроз, які можуть виникати в майбутньому, і привчати їх до думки, що тільки безперервна освіта дозволить весь час знаходити ґрунт під ногами, тобто тільки така освіта дасть можливість застосовувати отримані знання для знаходження рівноваги між власним Я і оточуючим світом, приймати рішення, як використовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології в повсякденному житті. Не випадково американські вчені наголошують на необхідності розвивати в людей, починаючи з раннього дитинства, соціальні та емоційні навички для того, щоб вони були успішними і вміли протистояти різноманітним зовнішнім загрозам. Безумовно, підвищення мотивації безперервної освіти персоналу можливо лише при започаткуванні її в школі і продовженні при навчанні в інших освітніх закладах. Дітей і дорослих потрібно вчити вчитися, протистояти зовнішнім загрозам, розвивати установку на «4К», бути емоційно і соціально стійкими. Все це вимагає розробки нових підходів до професійного перенавчання персоналу і нової освітньої політики в державі та реалізації цих завдань в найстисліші строки.

Список використаних джерел

1. Мостова, І.М. Першокурснику: поради психолога // Практичний психолог. – 2009. – № 32. – С. 18-32.
2. Освіта протягом життя як чинник людського розвитку: Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1865/
3. Подосокорский Н. Юваль Ной Харари: «Старая модель образования сегодня терпит крах» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://philologist.livejournal.com/10441144.html
4. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах Європейського Союзу: посібник / Л.П. Пуховська, А.О. Ворначев, С.О. Леу ; за наук. ред. Л.П. Пуховської. – Київ: ІПТО НАПНУ. 2015. – 176 с.
5. Самойдюк А .Истории. Автор Sapiens Юваль Ной Харари: «Умные алгоритмы научатся точно предсказывать нашу жизнь» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://rb.ru/story/21-lessons-for-21-century/
6. Форд, М. Пришестя роботів. Техніка і загроза майбутнього безробіття / пер. з англ. Володимир Горбатько. – К.: Наш формармат, 2016. – 400 с.
7. A MemorandumonLifelongLearning [Electronicresource] // Commissionoftheeuropeancommunities. – Modeofaccess: http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum_on_Lifelong_Learning.pdf

Адамів В.В., ст. викладач
ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва»
м. Хмельницький

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Сучасні напрями розвитку економічного, культурного та політичного життя України на шляху інтеграції до світового співтовариства вимагають прискореного розвитку туристичної галузі та готельного господарства зокрема, адже готельний бізнес є однією з основних складових туристичної індустрії України. З одного боку, сучасні умови господарювання спонукають підприємства до пошуку нових підходів до організації управління, які б забезпечували посилення їхньої позиції на ринку готельних послуг, пристосували їх послуги до потреб і вимог споживачів, зменшували невизначеність середовища функціонування та збільшували ймовірність успіху їх ринкової діяльності. З іншого боку, ефективна модель управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу повинна відповідати світовим стандартам і забезпечувати надання високоякісних послуг споживачам, підтримувати безпеку споживачів та обслуговуючого персоналу [1].

Значний внесок у вирішення теоретичних завдань управління ефективністю готельним господарством зробили вітчизняні та закордонні вчені: Є. Башмачникова, Г. Бондаренко, Ю. Волков, Л. Єрохіна, Н. Кабушкін, Ю. Карягін, І. Мініч, Г. Мунін, О. Мусакін, Л. Нечаюк, Х. Роглев, А. Саак, І. Свида, В. Федорченко, та інші [2].

Ефективне функціонування будь-якої організації, що спеціалізується на наданні послуг, насамперед, визначається ступенем розвитку її працівників. Підприємства готельної сфери – не виняток. Для підприємств сфери «гостинності» розвиток персоналу є особливо актуальним, оскільки рівень обслуговування гостей, що формує власний імідж компанії, залежить безпосередньо від персоналу. Найважливішим показником роботи будь-якого готелю є рівень обслуговування гостей, а він, в свою чергу, залежить від якості роботи управлінського персоналу [3].

Ефективність діяльності підприємства в цілому суттєво залежить від ефективності управління, одним з головних завдань управляючої системи є визначення напрямків її підвищення. До них, зокрема, відносять: просування за службовою кар'єрою; забезпечення прийнятного рівня освіти; набуття практичного досвіду; підвищення кваліфікації працівників управління; проведення періодичної атестації.

Важливим стимулом кваліфікаційного зростання управлінського працівника і розвитку його ініціативи є систематичне просування за службою. Однак менеджер готельного бізнесу повинний твердо знати, що воно залежатиме від того, як він підвищує свою ділову кваліфікацію, наскільки є активним у роботі.

Просування менеджера, фахівця може здійснюватися у таких формах: переміщення в межах тієї ж посадової категорії і розмірів заробітної плати, але з розширенням функцій, що необхідно виконувати; підвищення заробітної плати без підвищення в посаді; просування у системі управління за вертикаллю.

Перша форма просування доцільна в роботі з молодими менеджерами – розширення функцій і повноважень є стимулом для розвитку їх активності й ініціативи.

Друга і третя форми прийнятні для працівників з досвідом у роботі, здатних самостійно вирішувати серйозні проблеми.

При оцінці значення просування менеджера за кар'єрою потрібно враховувати, що занадто тривале перебування його на одній, особливо низовій посаді, знижує його інтерес до роботи.

Одним з факторів, що визначають ефективність праці в управлінні готельним бізнесом, є освіта. Якісна освіта управлінських працівників позитивно відбивається на їх участі у винахідництві і раціоналізації – працівник з більш високим рівнем освіти вносить у поліпшення економіки свого підприємства більший внесок, прискорює науково-технічний прогрес і широко використовує його результати у виробництві.

Керівникам підприємств необхідний практичний досвід. Дотримання цієї умови, як і попередньої, досягається кропіткою діяльністю служб із підбору персоналу і слугує вихідним пунктом у підвищенні ефективності управлінської праці. Щоб підтримувати освіту і досвід на прийнятному рівні і перетворити в постійно діючий фактор підвищення ефективності праці, необхідно їх систематично удосконалювати. Мова йде про систему підвищення кваліфікації працівників. Підвищення кваліфікації спрямоване на удосконалення і поглиблення знань, умінь і навичок працівника в конкретному виді діяльності.

Стимулюючу роль у підвищенні ефективності праці менеджерів виконує періодична атестація. Основна мета атестації – виявити здібності того чи іншого працівника, визначити міру його винагороди. При цьому активізується почуття відповідальності, яке спонукає до більш повного використання своїх здібностей і досягнення кращих результатів у роботі. Атестація дозволяє більш обґрунтовано вирішувати питання щодо просування працівників за кар'єрними сходинками. На підставі характеристики, атестаційного листа і бесіди із працівником атестаційна комісія дає одну з наступних оцінок його діяльності:

1) відповідає посаді, що займає;

2) відповідає посаді, що займає, за умови поліпшення роботи і виконання рекомендацій комісії з повторною атестацією;

3) не відповідає посаді, що займає.

На підвищення ефективності управлінської праці на підприємствах готельного бізнесу також впливають такі фактори як : удосконалення виробничої структури підприємства; раціональна організація виробництва і праці, у тому числі управлінського персоналу; оптимізація організаційної структури, форм і методів управління; удосконалення комунікаційних процесів тощо. [4]

Таким чином, підвищення ефективності управлінського персоналу можливо за рахунок покращення якісних характеристик управлінського персоналу та запровадження мотиваційного механізму для працівників, що є невід'ємною складовою забезпечення необхідного ступеня задоволеності споживачів процесом обслуговування, позитивного іміджу підприємства, а також підвищення рівня конкурентоспроможності готелю.

Список використаних джерел

1. Сененко, І.А. Сучасні підходи до організації управління готельно-ресторанним бізнесом / І.А. Сененко // Економічний простір. – 2015. – №100. С. 171-180. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2015_100_18

2. Актуальні проблеми розвитку ресторанного, готельного та туристичного бізнесу в умовах світової інтеграції: досягнення та перспективи : Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі й 10-річчю запровадження в Україні спеціальності «Готельноресторанна справа, 21 вересня 2017 р. : [тези] / редкол. : О.І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2017. – 231, [XXVI] с.

3. Лук'янихін, В.О. Удосконалення системи розвитку персоналу у сфері готельного бізнесу [Текст] / В.О. Лук'янихін, Ю.Ю. Сметаненко // Економічні проблеми сталого розвитку : тези доповідей науково-технічної конференції викладачів, співробітників, аспірантів і студентів факультету економіки та менеджменту, присвяченої дню науки в Україні, Суми, 18-22 квітня 2011 року / Відп. за вип. А.Ю. Жулавський. – Суми : СумДУ, 2011. – Ч.1. – С. 192-193.

4. Ткаченко, О.П. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: Навчальний посібник / О.П. Ткаченко, С.С. Ткачова. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 200 с.

Бабенко Б.І., канд. тех. наук, доцент
НДЦ митної справи НДІ фіскальної політики
Університету ДФС України
м. Хмельницький

ТЕХНОЛОГЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПОСАДОВИХ ОСІБ ДФС, ЩО ОРГАНІЗУЮТЬ ТА ЗДІЙСНЮЮТЬ БОРОТЬБУ З НЕЛЕГАЛЬНИМ ПЕРЕМІЩЕННЯМ ТЮТЮНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Виходячи з розглянутих «історичних засад стосовно формування системи боротьби з нелегальним переміщенням тютюнової продукції через митний кордон Київської Русі – України», зокрема, з характерних особливостей митної справи та митної політики, на різних етапах розвитку держави (друга половина XVII століття по теперішній час), виявлено, що саме у цей період тютюн закріпився як предмет контрабанди (далі – КБ), номенклатура якої залишалася в основному незмінною і на сьогодні є одним з провідних видів економічної злочинності, яка підвищує суспільну небезпеку, оскільки посягає на встановлений порядок переміщення товарів через митний кордон, завдаючи збитків економіці держави [1-2]. Означені виклики зумовили можливість допустити, що організація подальшого формування системи своєчасного запобігання та протидії нелегальному переміщенню тютюнової продукції через митний кордон України (*система боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил* (далі – БКБ та ПМП)), в інтересах захисту економічної безпеки держави, остається одним з важливих напрямів в діяльності ДФС. Зокрема, за умови приведення митної нормативно – законодавчої бази України до вимог митного законодавства ЄС, у тому числі, за умови приведення митно - нормативної законодавчої бази України до вимог законодавства ЄС, у тому числі, за рахунок: негайного приєднання до «Протоколу про ліквідацію незаконної торгівлі тютюновими виробами» та реалізації комплексу заходів, передбачених цим «протоколом» (ратифікації); виконання вимог Директиви Ради ЄС 2011/64 (про структуру та ставки акцизів) та статті 352 «Угоди про асоціацію між Україною та ЄС», які передбачили співробітництво у БКБ та ПМП, у тому числі, підакцизних товарів та підвищення ставки акцизного податку на тютюнову продукцію до мінімального рівня, діючого в ЄС.

Водночас, у зв’язку: з необхідністю підвищення рівня акцизів на тютюнову продукцію в Україні до рівня ЄС; з запобіганням скорочення її виробництва; з не допущенням процесів гальмування та толерування постачальникам КБ сигарет до ЄС, варто долучити, до ч. 1 ст. 201 КК України, такими предметами злочину як тютюнова продукція, так як відсутність кримінальної відповідальності за «товарну» КБ унеможливлює проведення оперативної розшукової діяльності та здійснення ефективних розвідувальних заходів у прикордонній зоні та інші.

Реалізація цієї «концепції», буде здійснюватися посадовими особами, компетентність, яких має відповідати вимогам (рис. 1) довгостроковій стратегії професійного навчання та уніфікованим міжнародним стандартам «Моделі митних компетенцій ЄС» («Збірка митних стандартів»); «Національній рамці кваліфікацій», у поєднанні з практичною митною діяльністю; вимогам ПКМ України «Про виконання Угоди про асоціацію між Україною, від 25.10.2017р. № 1106 (завдання № 1475); Рамкової конвенції ВООЗ з боротьби проти тютюну (ст. 15).

«ЄАІС ДФС – «БАЗИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ДАНИХ»,

інформація яких пов'язана з переміщенням тютюнової продукції та про:

1) суб'єктів ЗЕД; 2) суб'єктів господарювання, які отримали ліцензії на право оптової торгівлі тютюновими виробами; 3) обладнання для промислового виробництва сигарет та цигарок; 4) видані, призупинені та анульовані ліцензії на право роздрібної торгівлі тютюновими виробами; 5) місця зберігання тютюнових виробів; 6) виробників та ліквідованих підприємств; 7) юридичних та фізичних осіб, потенційно схильних до порушень митних правил та контрабанди (далі – ПМП та КБ) та застосовані до них покарання; 8) випадки таємного безмитного переміщення тютюнової продукції та про технічні засоби митного контролю (далі – ТЗМК), якими вони виявлені; 9) контрольні зображення результатів митного контролю; 10) контрольні зображення несанкціонованих модифікацій транспортних засобів, контейнерів та ін.; 11) існуючи і нові способи, та засоби нелегального переміщення через митний кордон тютюнової продукції; 12) виробників та імпортерів тютюнової продукції та їх Марки (існуючи, викрадені, фальсифіковані (підроблені) та втрачені); 13) зразки марок акцизного податку для тютюнових виробів вітчизняного та імпортного виробництва; 14) існуючи акцизні марки та результати знищення марок попереднього зразка, які можуть бути використані у нелегальному виробництві тютюнових виробів; 15) вилучену та знищену тютюнову продукцію; 16) результати судових розглядів; 17) відстеження результатів аудиту після митного оформлення; 18) світові негативні рейтинги держав стосовно толерування КБ тютюнової продукції тощо

АВТОМАТИЗОВАНО - ІНФОРМАЦІЙНЕ УСТАТКУВАННЯ МИТНИЦЬ ДФС

ІНСПЕКТОР 2006 МИТНІ РЕНТГЕНОТЕЛЕВІЗІЙНІ

АСУР СКАНЕРИ

НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПІДГОТОВКИ

Навчальні бази збереження реальних прикладів стосовно:

1) суб'єктів ЗЕД; 2) суб'єктів господарювання, які отримали ліцензії на право оптової торгівлі тютюновими виробами; 3) обладнання для промислового виробництва сигарет та цигарок; 4) видані, призупинені та анульовані ліцензії на право роздрібної торгівлі тютюновими виробами; 5) місця зберігання тютюнових виробів; 6) виробників та ліквідованих підприємств; 7) юридичних та фізичних осіб, потенційно схильних до ПМП та КБ та застосованих до них покарання; 8) випадки таємного безмитного переміщення тютюнової продукції та про ТЗМК, якими вони виявлені; 9) контрольні зображення результатів митного контролю;10) контрольні зображення несанкціонованих модифікацій транспортних засобів, контейнерів та ін.;11) існуючи та нові способи та засоби нелегального переміщення через митний кордон тютюнової продукції; 12) виробників та імпортерів тютюнової продукції та їх Марки (існуючи, викрадені фальсифіковані (підроблені), втрачені та ін.); 13) зразки марок акцизного податку для тютюнових виробів вітчизняного та імпортного виробництва; 14) існуючи акцизні марки та результати знищення марок попереднього зразка, які можуть бути використані у нелегальному виробництві тютюнових виробів;15) вилучення та знищення тютюнової продукції; 16) результати судових розглядів; 17) світові негативні рейтинги держав стосовно толерування КБ тютюнової продукції та ін.; 18) нормативно - правове забезпечення стосовно сфери протидії ПМП та КБ; 19) методичні рекомендації з питань організації припинення незаконного переміщення тютюнових виробів та її сировини через митний кордон;20) відстеження результатів аудиту після митного оформлення; 21) орієнтованого переліку назв формуємих ключових компетенцій професійної діяльності у навчаємих; 22) навчальні бази слухачів, що утворюються на період навчання) тощо

Рис. 1. Блок-схема тренажера «Інтерактивної симуляції процесу формування ключових компетенцій фахівців відповідних підрозділів ДФС, на які буде покладатися здійснення завдань, з запобігання та протидії нелегальному безмитного переміщенню тютюнової продукції через митний кордон»

Джерело: складено автором відповідно до [1-2]

З огляду на ці виклики та вимоги до рівня їх професіоналізму, автором представлено технологію формування ключових компетенцій фахівців сфери БКБ та ПМП, яка пов'язується з використанням моделі «Інтерактивної симуляції процесу формування ключових компетенцій фахівців …» (рис. 1.); обґрунтовано доцільність застосування такої інноваційної технології для формування інтегративної компетентності фахівця. Така конфігурація «моделі»: максимально наближає професійне навчання до вимог професійної діяльності; сприяє вмінням викладачів організовувати та проводити спеціальні навчання, з розширенням кола специфічної та інтерактивної інформації, що забезпечуватиме досягнення конкретних навчальних та професійних цілей; забезпечуватиме набуття певних предметних компетенцій та сформованості інтегрованої компетентності фахівців стосовно розв'язання складних завдань та практичних проблем професійної діяльності, на рівні вимог, до забезпечення економічної безпеки держави, спрощення та полегшення торгівлі.

Отже: представлена власна дефініція, передбачає не тільки використання можливостей відомчої телекомунікаційної системи, але і інформаційних ресурсів та сучасних навчальних технологій спеціалізованих навчальних закладів ДФС та інших відомств, для організації та здійснення дистанційного, очного та комбінованого професійного навчання, відповідно до цілей формування ключових компетенцій фахівців; отримані результати дослідження будуть направлено на розв'язання низки освітньо-професійних завдань у практичній діяльності департаментів апарату ДФС, територіальних органів, Департаменту спеціалізованої підготовки та кінологічного забезпечення ДФС, Департаменту кадрової політики та роботи з персоналом та інших відомств, на задоволення потреб та інтересів митних кадрів, в процесі професійного зростання та на максимальне наближення професійного навчання до вимог професійної діяльності.

Крім того, застосування запропонованої автором «моделі», убезпече високий рівень набуття профкомпетентності, у т. ч. і без відриву від роботи, що суттєво посилить захист економічної безпеки держави та ефективність боротьби з нелегальним переміщення тютюнової продукції через митний кордон України.

Список використаних джерел

1. Бабенко, Б.І. Засади формування системи протидії незаконному переміщенню тютюнової продукції через митний кордон / Б.І. Бабенко // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : Юридичні науки : електрон. наук. вид. / [гол. ред. Орловська Н.А.]. - Хмельницький : Видавництво НАДПСУ, 2018. – № 2 (http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=njuu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21COLORTERMS=0&S21P03=I=&S21STR=EJ000153%2F2018%2F2).

2. Бабенко, Б.І. «Концепція організації прискорених заходів стосовно своєчасного запобігання та протидії таємному безмитному переміщенню тютюнової продукції через митний кордон України, в інтересах захисту економічної безпеки держави». Офіційний бюлетень «Авторське право і суміжні права». Свідоцтво № 82602, від 29.10.2018.

Багрій К.Л., канд. екон. наук, доцент
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
м. Чернівці

ВПЛИВ ПРОФСПІЛКИ НА ПІДВИЩЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Сьогодні, сучасні підприємства мають ціль не тільки на отримання прибутку, а й на підтримку екологічної стабільності, розвиток суспільства, вирішення соціальних проблем. Вкладення коштів в соціальні програми в перспективі забезпечує підприємствам стійке економічне становище.

В даний момент не існує єдиного визначення корпоративної соціальної відповідальності. Причиною цього може бути те, що даний термін можна розглядати з різних точок зору і концепцій. Тому для одних, це інструмент, за допомогою якого виявляється вплив на суспільство, забезпечуючи його сталий розвиток, для інших відповідальність організації за вплив її діяльності на навколишнє середовище і суспільство.

Неоднозначне розуміння даного терміну і у різних груп зацікавлених сторін. Наприклад, для співробітників підприємства корпоративна соціальна відповідальність проявляється в стабільній і гідній оплаті праці, безпеці та охороні праці, додаткових соціальних гарантіях і т. п. А ось для місцевих громад вже як інвестування в розвиток.

Корпоративна соціальна відповідальність – це спрямована на стійкий розвиток активна соціальна позиція підприємства, яка включає сумлінне виконання нормативних актів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань по задоволенню економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх заінтересованих осіб і суспільства у цілому [1].

Взаємозв'язок профспілок і корпоративної соціальної відповідальності підприємств можна простежити з самого моменту виникнення такої відповідальності.

Профспілка – добровільне об'єднання членів профспілки, які, як правило, працюють на одному підприємстві, в установі, організації незалежно від форми власності і виду господарювання або у фізичної особи, яка використовує найману працю, або забезпечують себе роботою самостійно, або навчаються в одному навчальному закладі [2]. Профспілки координують локальні проблеми працівників і обговорюють шляхи їх вирішення з керівництвом.

Виходячи із законодавчого визначення, ми можемо зробити висновок про те, що основне призначення профспілки захист прав та інтересів трудящих, а також забезпечення гідних умов праці.

Але якщо ж ми розглянемо профспілку в ширшому розумінні, то в її діяльності можна виділити ще ряд напрямів:

- контроль за дотриманням трудового законодавства та правил охорони праці;
- представництво інтересів і прав працівників;
- вирішення соціальних проблем;
- турбота про підвищення ефективності виробництва.

Профспілка бере участь у вирішенні спорів та регулюванні трудових відносин через систему соціального партнерства. Її мета – досягнення балансу інтересів працівників і роботодавця шляхом ведення взаємовигідного діалогу.

Роль профспілки в підвищенні корпоративної соціальної відповідальності бізнесу проявляється в наступному:

1. Захищає права і інтереси співробітників підприємства. Надає безкоштовні юридичні консультації співробітникам з питань дотримання трудового законодавства. Може виступати на захисті інтересів як конкретного співробітника, так і невизначеного кола осіб. До підприємства, де є профспілка, виникає більше довіри.

За участю профспілки більшість трудових спорів можуть вирішиться на стадії виникнення, адже головне її призначення – конструктивна взаємодія між співробітниками і роботодавцем. Фахівці профспілки можуть надавати кваліфіковану юридичну допомогу в сфері трудового законодавства і роботодавцю, з метою найбільш ефективного співробітництва.

2. Підвищення лояльності співробітників і продуктивності праці. Правова захищеність, безпека виробництва і охорона праці дає співробітнику розуміння, що його права і інтереси займають значне місце для підприємства.

Корпоративні заходи виробляють у співробітників почуття згуртованості, в результаті чого розвивається почуття групової ідентичності. Підвищують лояльність співробітників до підприємства, виступають одним із способів нематеріальної мотивації.

Оздоровчий відпочинок, спортивні заходи є показником турботи про співробітника підприємства і підтримки його фізичного здоров'я. Здоровий спосіб життя співробітників, в свою чергу, впливає на їх продуктивність.

Не менш важливою є і матеріальна допомога – фінансова підтримка співробітників, яка виплачується працівникам за різними підставами, в зв'язку з важким фінансовим становищем.

Відчуття своєї значущості для підприємства сприяє довірливому відношенню до нього, бажанню працювати найкращим чином, прагненню відповідати принципам підприємства, беззастережно сприяти досягненню його цілей. Мінімізує ресурси, необхідних для реалізації соціальної відповідальності компанії.

При проведенні оздоровчо-спортивних заходів, наданні матеріальної допомоги більшу частину витрат профспілки беруть на себе, за рахунок членських внесків.

Члени профспілки можуть брати участь в різних добровольчих і волонтерських проектах на безоплатній основі. Тут головне завдання профспілки – мотивація такої участі.

У своїй діяльності профспілки взаємодіють з великою кількістю організацій, які мають соціально спрямованих характер. При цьому вони мають можливість обміну досвідом, участі в проектах і використання ресурсів один одного.

3. Підвищує імідж підприємства, як соціально відповідального суб'єкта господарювання. Соціальна відповідальність – значна складова іміджу підприємства. Ставлення до персоналу, корпоративна культура підприємства, захист прав та інтересів працівників, благодійність і волонтерство, все це безпосередні сфери впливу профспілки. При якісному впливі на ці сфери підвищується рівень соціальної відповідальності підприємства, отже, і його імідж. Причому як для зовнішнього оточення, так і для своїх співробітників.

Більшість профспілок активно взаємодіє з органами державної влади, а також профспілковими організаціями всеукраїнського та регіонального рівнів. В результаті такої взаємодії існує можливість більш оперативного, компетентного і результативного вирішення проблем.

4. Підтримує, розробляє і реалізує програми (проекти) в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Профспілка важливий партнер по розробці і реалізації соціальних програм (проектів). Здебільшого соціальні проекти і програми профспілок спрямовані на вирішення проблем співробітників підприємства. Мета – підвищення

якості життя співробітників, створення умов для успішної роботи. Соціальні проекти для зовнішнього оточення зазвичай проводяться спільно з іншими профспілковими організаціями, або органами державної влади.

Маючи достатню кількість важелів впливу профспілки можуть залучати громадську увагу до проблем соціальної відповідальності і знаходити ефективні шляхи їх вирішення.

Виходячи з вищесказаного, можна відзначити, що і профспілки, і роботодавці мають спільні цілі. Це перш за все розвиток сучасної компанії, підвищення продуктивності праці і економічне зростання її показників. Отже, їх плідна співпраця – очевидна вигода для ефективного господарювання.

Список використаних джерел

1. Лебедєв, І.В. Корпоративна соціальна відповідальність як передумова сталого розвитку / І.В. Лебедєв // Вісник Донецького університету: Серія В: Економіка і право, 2011. – №2. – С. 114.

2. Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності [Електронний ресурс] : Закон України від 04.11.2018 р. № 1045-XIV. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1045-14

Базалійська Н.П., канд. екон. наук
Горпинич М.А., студент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

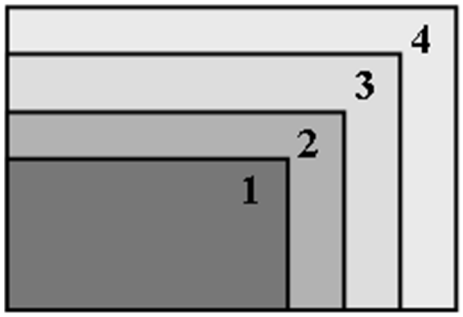
ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі трансформаційних процесів в економіці України з`являються перші ознаки фінансової стабілізації. Але перспективне вирішення цього питання не можливе без якісних структурних змін в економіці країни. Безумовно, що позитивні тенденції якісних зрушень в економіці не можуть відбуватись без якісних перетворень і в структурі трудового потенціалу. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність проведення системного аналізу сутності і компонентної структури трудового потенціалу, чинників, що впливають на нього з нових теоретико-методологічних позицій, що враховують сучасні тенденції його відтворення, глибоке вивчення механізмів його формування, залучення у виробництво і ефективне використання у регіональному аспекті, що є особливо актуальним.

Дослідженню сутності, характеристик та умов розвитку трудового потенціалу присвятили свої роботи такі науковці, як О.І. Амоша, Є.М. Ахромкін, Д.М. Богиня, М.П. Бутко, Б.М. Гєнкін, С.С. Гринкевич, О.А. Грішнова, Л.С. Дегтяр, І.О. Джаін, Б.М. Данилишин, М.І. Долішній, С.І. Дорогунцов, П.В. Журавльов, В.І. Захарченко, Ю.М. Забродін, С.М. Злупко, І.М. Кравець, В.М. Ковальов, Р.П. Колосова, О.М. Левченко, Е.М. Лібанова.

Метою дослідження є процес формування трудового потенціалу України.

Трудовий потенціал людини є частиною його потенціалу як особистості, тобто по відношенню до індивіда трудовий потенціал – це частина потенціалу людини, який формується на основі природних даних (здібностей), освіти, виховання і життєвого досвіду (рис. 1) [1, с. 53-54].



1 – робоча сила (здатність до праці);
2 –людський капітал (здоров'я, природні здібності, освіта, мобільність);
3 –трудовий потенціал (оцінка кількісних і якісних характеристик робочої сили, ще не реалізовані можливості робочої сили);
4 –потенціал людини (природні здібності, освіта, виховання, життєвий досвід).

Рис. 1. Співвідношення понять «потенціал людини», «трудовий потенціал», «людський капітал», «робоча сила»

Розглядаємо фази формування трудового потенціалу, де відбувається природне відтворення носіїв робочої сили, формування здатності до праці, відновлення цієї здатності та фазу споживання, де і відбувається процес реалізації здатності трудового потенціалу до праці.

Процес споживання (використання) трудового потенціалу може відбуватися в двох напрямках:

1) продуктивне використання, наслідком якого є створені матеріальні блага;

2) відновне використання, наслідком якого є безпосереднє відтворення трудового потенціалу.

Аналізуючи суть трудового потенціалу населення не можна не зупинитись на його структурі, кожен елемент якої органічно доповнює і розкриває внутрішні резерви людини (населення), які необхідні для активної трудової діяльності.

Трудовий потенціал з позиції системності являє собою складну, динамічну, відкриту систему, всі складові якої можна виявити логічним методом (рис. 2) [2, с. 55].

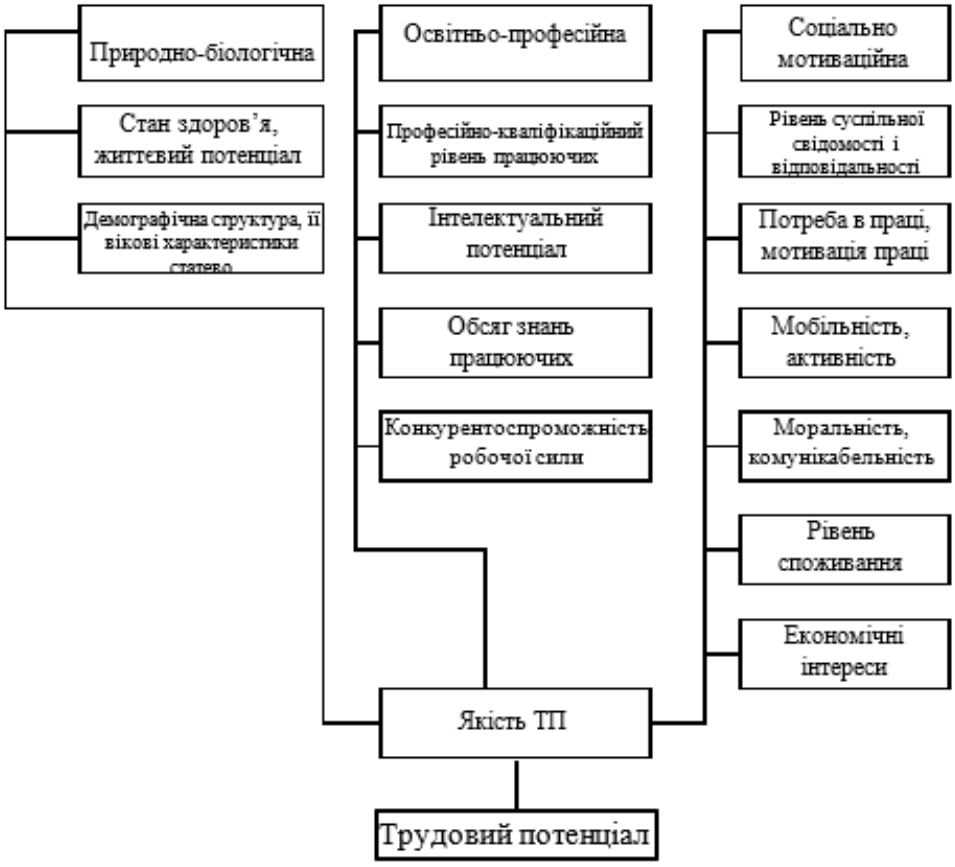


Рис. 2 Складові трудового потенціалу

Важливими чинниками формування трудового потенціалу є його професійно-кваліфікаційний рівень; якість загальної і професійної освіти. Зростання кваліфікації і рівня освіти зайнятого населення покращує якість трудового потенціалу і підвищує продуктивність праці в економіці.

На ринку праці почали цінувати такі властивості, як здатність і готовність працівників до зміни робочого місця, їх конкурентоспроможність, зацікавленість у навчанні та безперервній освіті [3, с. 131].

На реалізацію трудового потенціалу в процесі трудової діяльності впливає такий чинник як оплата праці. Заробітна плата є основним (і часто єдиним) джерелом доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту їх сімей, ефективним засобом мотивації працівників.

На формування та реалізацію трудового потенціалу великою мірою впливають і загальні соціально-економічні умови, а саме: рівень життя населення; державна демографічна політика та заходи по соціальному захисту; система ринкових відносин, наявність безробіття; приватизація, структурні зрушення в економіці, розвиток нових форм господарювання; загальна культура, традиції та господарські цінності народу.

Для того, щоб мати можливість ефективно впливати на розвиток якості трудового потенціалу, необхідно вивчити його властивості. При характеристиці якості трудового потенціалу, насамперед, необхідно враховувати особливості демографічної структури населення. Генетичний фонд населення, його роль у відтворенні, зміна демографічної структури з урахуванням регіональних особливостей та інші властивості, які безпосередньо впливають на якість трудового потенціалу, утворюють природну основу для її покращення [4, с. 210].

Отже, можна зробити висновки, що врахування різноманітних чинників які впливають на трудовий потенціал – необхідне в практиці господарської діяльності, оскільки вони дають можливість визначити загальні риси і тенденції формування глобального, міжнародного, національного і регіонального ринку праці, розкривати характер впливу на умови відтворення населення, на пропозицію робочої сили на ринку праці, на масштаби безробіття, визначати структуру та рівень зайнятості.

Список використаних джерел

1. Петрова, Т.П. Ринок праці України : регулювання процесів підготовки та використання робочої сили / Т.П. Петрова / Ринок праці та освіта : пошук взаємодії : [Зб. наук. ст] під ред. І.Л. Петрової. – К. : Таксон, 2010. – с. 53-60.

2. Колот, А.М. Проблеми розбудови національної моделі соціально-трудових відносин / А.М. Колот. – 2012. – №5.

3. Назарова, М.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посіб. / М.А. Назарова [за ред. Назарової]. – К. : «Ліра-К», 2010. – 576 с.

4. Буряк, П.Ю. Економіка праці й соціально-економічні відносини / П.Ю. Буряк, Б.А. Карпінський, М.І. Григор'єв. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 440 с.

Базалійська Н.П., канд. екон. наук, доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ ПОВЕДІНКОЮ ПІД ВПЛИВОМ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Серед багатьох практичних проблем менеджменту промислових в останні роки особливого значення набуває проблема пошуку технологій ефективного управління

персоналом. Зростання ролі людського фактору в діяльності кожного господарюючого суб'єкта обумовлює активізацію пошуку ефективних важелів управління працею. Одним з них є формування дієвого механізму мотивації трудової поведінки працівників. Мотивація як складний та багатогранний процес визначає ступінь прояву творчості, ініціативності, відповідальності працівників, що має вирішальне значення у досягненні високих показників ефективності діяльності.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і практичних засад управління поведінкою персоналу зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. Аккер, І. Бажин, К. Девіс, М. Дороніна, Т. Лепейко, Л. Маллінз, М. Наумов, Д. Ньюстром, О. Синицька, В. Ядов, О. Ястремська та ін. Проблема мотивації трудової діяльності персоналу досить широко розглядається сьогодні в науковій літературі. Однак спроби пристосувати класичні теорії мотивації до сучасності багато в чому не систематизовані, що ускладнює практичне використання технологій, засобів та методів мотивації. Процес мотивації широко висвітлено в працях зарубіжних авторів: Б. Адамса, М. Армстронга, В. Бовикіна, В. Білоцерковського, Ю. Булигіна, В. Волковського, В. Вилюнаса, Ю. Грибіна, Л. Дякова, Б. Карлоффа, М. Круглова, Л. Латишева та ін.

Однак практичні аспекти застосування сучасних технологій соціально-економічної мотивації трудової поведінки персоналу як важеля підвищення ефективності діяльності не одержали свого остаточного визначення.

Технологія розвитку організації стимулювання ефективної трудової поведінки персоналу на підприємстві повинна включати наступне [1, с. 68]:

– аналіз економічних і соціальних процесів, у тому числі співвідношень зміни оплати й продуктивності праці;

– обґрунтування стратегії соціально-економічного розвитку підприємства, у тому числі динаміки оплати й продуктивності праці;

– розробку механізму взаємодії мотивації трудової діяльності й матеріального стимулювання;

– розробку концепції соціально-економічного розвитку й обґрунтування методів управління;

– прогноз фінансових ресурсів підприємства, пошук шляхів підвищення ефективності систем стимулювання праці на основі зростання ефективності виробництва.

Технологія комплексної мотивації трудової поведінки відображена в таблиці 1.

Таблиця 1

Технологія комплексної мотивації трудової поведінки персоналу на промисловому підприємстві

Компоненти мотивації	Інструменти та важелі	Цілі мотивації
1	2	3
Культура підприємства: система спільних для всіх працівників підприємства ціннісних орієнтацій та норм	Статут підприємства, головні принципи керівництва та організації підприємства, стиль керівництва	Розуміння та визнання цілей підприємства. Орієнтування на перспективу. Узгодження спільних інтересів
Система участі: участь працівників у розподілі загального господарського результату, у капіталі підприємства та розвиток співробітництва	Форми й методи розподілу результату, участь у капіталі, розвиток відносин партнерства	Орієнтація співвіднесення витрат і результатів, готовність до ризику. Зацікавленість в інформації, що може бути корисною для підприємства

Продовження таблиці 1

1	2	3
Принципи керівництва: розпорядження та нормативні положення для регулювання відносин між керівниками й підлеглими в рамках діючої усередині організації концепції управління	Положення по основних принципах управління, управління на основі особистого прикладу, управлінський тренінг	Спільне й конструктивне співробітництво. Позитивне становлення до співробітників. Відповідальність і самостійність керівників
Обслуговування персоналу: всі форми соціальних пільг, послуг та переваг, що надаються працівникам незалежно від їх становища на виробництві й результатів їх роботи	Безпека праці, охорона здоров'я, створення умов для відпочинку й психологічного розвантаження, заняття спортом	Соціальна захищеність і інтеграція з підприємством. Соціальна відповідальність відносно інших. Підвищення трудової активності
Залучення персоналу до ухвалення рішень: узгодження із працівником певних рішень, схвалених на робочому місці, у робочій групі або на виробничій ділянці	Делегування відповідальності, визначення форм відповідальності, добровільна участь в ухваленні рішення	Участь в ухвалені рішень на робочому місці. Залучення до справ підприємства, Прийняття на себе відповідальності
Організація робочого місця: оснащення робочого місця технічними, ергономічними й організаційними допоміжними засобами з урахуванням потреб працівника	Технічні й організаційні допоміжні засоби, фізіологічні й психологічні елементи умов праці (ергономіка, кольорове оформлення та ін.)	Задоволення станом робочого місця. Ідентифікація з робочим завданням. Задоволення від роботи і більш якісного виконання завдання
Інформація працівників: доведення до працівників необхідних відомостей щодо справ на підприємстві	Заводські журнали, цехові листи, довідники підприємства, збори колективу, звіти про роботу, наради	Інформування про справи підприємства. Інтерес до інформації, що виходить за межі робочого місця
Кадрова політика: планування й вибір заходів щодо підвищення кваліфікації та внутрішньої мобільності з урахуванням потреб, бажань і професійних здібностей працівників	Підготовка й підвищення кваліфікації кадрів, тренінги й семінари, планування кар'єри, перспективні програми формування структури кадрів	Внутрішньовиробнича мобільність і гнучкість у залучені професійної кваліфікації. Самостійність та ініціативність. Творча й інноваційна діяльність
Регулювання робочого часу: гнучке пристосування робочого часу до потреб персоналу й підприємства	Скорочення робочого часу, гнучкий робочий час, змінний графік. Вихідні дні, пов'язані з релігійними святами, гнучкий розподіл річного фонду робочого часу, збільшення тривалості відпустки працівникам з більшим стажем роботи	Відповідальне й свідоме використання робочого часу. Привабливість праці, що пов'язана із гнучкістю робочого часу. Ефективність використання робочого часу
Оцінка персоналу: система планомірної оцінки працівників за певними, заздалегідь встановленими критеріями	Методи оцінки результатів праці й потенційних можливостей працівника, оцінка поведінки	Позитивний вплив на поведінку й розвиток особистості. Відповідальність за свої дії. Самокритична оцінка трудових досягнень

В умовах вирішення актуальних завдань щодо підвищення рівня ефективності праці пропонується як технологію максимально під час поточного преміювання стимулювати [2, с. 156]:

– зростання продуктивності праці через показники виконання й перевиконання обсягу робіт, виконання виробничих завдань із меншою чисельністю робітників, опанування більш ефективних технологій;

– забезпечення якості, встановлюючи як умови виплати премій: забезпечення якісної роботи, точне дотримання строків, відсутність претензій до робіт, продукції, послугам з боку служб технічного контролю і споживачів;

– зниження матеріальних витрат через досягнення нормативних показників і економії матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, сировини, інструменту і т. ін., а також зменшення втрат і відходів виробництва.

Отже, однією із сучасних ефективних технологій управління трудовою поведінкою персоналу виступає механізм соціально-економічного стимулювання персоналу на промисловому підприємстві.

Список використаних джерел

1. Толстікова, О.В. Оцінка та мотивація трудової поведінки працівників промислових підприємств / О.В. Толстікова // Управління розвитком: зб. наук. ст. – Харків: ХНЕУ, 2006. – № 7. – С. 66-69.
2. Пономаренко, В.С. Управління трудовими потенціалом. Наукове видання / В.С. Пономаренко, В.М. Гриньова, М.М. Салун, М.М. Новикова. – Харків: Вид. ХНЕУ. 2006. – 348 с.

Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Загальновідомо, що соціальна відповідальність, за сучасним трактуванням, відображає специфіку соціальних відносин, які виникають у всіх сферах людської діяльності. У тому числі у виробничій, підприємницькій, де взаємозв'язки між людьми та колективами засновані на свідомому ставленні до вчинків, які здійснюються у відповідності до потреб суспільства й окремої особистості. В останні кілька років чи не найактуальнішою для вітчизняної бізнес-спільноти стала тема соціальної відповідальності підприємств. Соціальна відповідальність відноситься до числа таких проблем, інтерес до яких ніколи не знижується, але її розуміння багато в чому залежить від змін, що відбуваються в суспільстві. Соціально-економічний прогрес, розширення соціальних зв'язків між людьми, зростання особистісних сил людини розширюють межі її відповідальності. Це дає імпульс підвищенню відповідальності суспільства за створення умов для розвитку кожної особистості, всебічної реалізації її здібностей.

Провідні міжнародні інституції (ООН, МОП, Міжнародна організація зі стандартизації, Світовий Банк, Європейська Комісія, Міжнародна конфедерація профспілок та ін.), наукові і громадські організації реалізують різноманітні проекти з дослідження КСВ. Дослідженню корпоративної соціальної відповідальності присвячені праці Ю.Є. Благова, Г. Боуена, І.П. Булеєва, П. Друкера, К. Девіса, А. Керрола, Ф. Котлера та Н. Лі, С.П. Перегудова, С. Сеті, О. Тіда та ін. Роль корпоративної соціальної відповідальності у системі соціально-трудових відносин висвітлювалася у працях Т.А. Костишиної, В.І. Куценко, У.Я. Садової, М.В. Семикіної, Л.В. Шаульської, колективних монографіях учених Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАНУ, Інституту економіки промисловості НАНУ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» та ін.

Поза межами досліджень в Україні залишаються питання складання та запровадження соціальної звітності на підприємстві в системі забезпечення корпоративної соціальної відповідальності.

На сайтах національних організацій періодично публікуються нефінансові звіти та розкриваються положення кадрової політики. Кожна українська компанія може обирати для себе структуру соціального звіту в залежності від виробничої необхідності та етапів розвитку моделі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

Беручи до уваги нетривалу традицію надання соціальної звітності, вітчизняні організації обережно ставляться відкриття даних стосовно соціальних характеристик власної діяльності. Документі однозначно відрізняються як за обсягами представлених матеріалів, так і за масштабом розгляду даних. Найбільш розповсюдженими компонентами соціального звіту в національних компаніях є сприятливі умови для трудової діяльності та розвиток соціального капіталу, охорона навколишнього середовища, філантропія, взаємодія з місцевим товариством.

Зауважимо, що у вітчизняній нефінансовій звітності й досі домінує описовість – надання основних даних без зазначення кількісних та вартісних показників, які дають можливість проаналізувати ефективність капіталовкладень у соціальний капітал та вплив від реалізації цих заходів. Без кількісних показників складно надати верифіковану інформацію про функціонування підприємства та оцінити його зусилля щодо інвестування в освіту, навички робітників. Показники, що представлені у звітах, переважно є частковими й несистемними, відображаються без кількісного звітування, а отже, організації не мають можливості отримати позитивні ефекти від корпоративної соціальної відповідальності. Однією із перших цілей для більшості національних організацій, безперечно, є сталий розвиток, а також виведення компаній із економічної кризи. Тим не менш, деякі компанії в Україні виділяють ресурси й час на підготовку своїх перших звітів зі сталого розвитку, підтримуючи традицію, котра запроваджується протягом останніх десяти років компаніями Західної Європи й інших країн світу. Така тенденція полягає в тому, що компанії приділяють додаткову увагу корпоративній соціальній відповідальності перед суспільством. Інформація до звітів подається компаніями не за всіма пунктами міжнародних стандартів. Відповідно до існуючого законодавства будь-яка організація має право самостійно обирати нормативну базу для складання звіту.

В Україні найбільш часто використовуються дві нормативні бази звітності: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) і Глобальна угода Організації Об’єднаних Націй (United Nations Global Compact).

Але при цьому переважна більшість невеликих та середніх вітчизняних підприємств не розробляють соціальні звіти за окремими напрямками. Однією з причин ненадання інформації є відсутність узгодженої з міжнародними стандартами форми соціального звіту. Соціальна звітність корпорацій є найважливішою складовою системи соціальної відповідальності бізнесу. У науковій літературі немає загальноприйнятого визначення корпоративної соціальної звітності. До того ж у різних дослідженнях розглядаються синонімічні поняття: «нефінансова звітність», «соціально відповідальна звітність», «соціальна звітність», «соціальна та екологічна звітність».

Ми пропонуємо визначати корпоративну соціальну звітність як складну систему інформації, що відображає не тільки благодійні та спонсорські програми компанії, але й будь-які інші соціально значущі аспекти її діяльності, які можуть спричинити суттєві наслідки для самої компанії, споживачів її продукції, акціонерів, державних органів, контрагентів чи будь-яких інших, пов'язаних із нею груп суспільства. Природно, що ведення нефінансової звітності сприятиме й розвитку відносин із інвесторами. Доступність інформації не тільки про фінансову, а й про екологічну й соціальну діяльність підприємства дозволить інвесторам провести ретельний аналіз ризиків і збільшує ймовірність інвестування у підприємство та його проекти.

Загальна структура соціального звіту включає в себе чотири основних елементи: 1) надання загальних відомостей про компанію, основні досягнення минулого року; 2) звернення керівництва компанії з метою надання загальних відомостей і, можливо, для інформування про керівництво; 3) основна частина соціального звіту; 4) заключна частина звіту, яка включає в себе зведені таблиці основних показників за рік і план подальшого розвитку.

Основна частина соціального звіту включає в себе такі блоки: – екологія, – освіта, – соціальний захист / забезпечення, – соціально-економічний розвиток регіону, – культурний розвиток регіону, – допомога людям із проблемних соціальних груп, – взаємодія зі стейкхолдерами, – боротьба з корупцією, – формування культури ділової поведінки, – благодійність, – волонтерський рух, – спорт.

На наш погляд, українським підприємствам доцільно розробляти нефінансовий звіт за загальною моделлю звітності, що ґрунтується на таких документах, як Глобальна ініціатива зі звітності (GRI), ISO 26000 та Фінансові загальні принципи управління з підготовки звіту. Модель звітності включає наступні індикатори: – організаційне управління: інформація про компанію, управління соціальної відповідальності та процес залучення заінтересованих сторін; – економічна відповідальність: інформація про економічні цілі, досягнення і показники (доходи, державна підтримка і непрямі фінансові наслідки); – людські ресурси: політика і підходи щодо управління персоналом, реструктуризація і припинення трудових відносин, показники гендерної рівності, схеми винагороди, навчання та підвищення кваліфікації кадрів, здоров'я та безпека персоналу; – довкілля: екологічні цілі, питання підвищеного ризику, екологічні показники (електроенергія, водопостачання, відходи), відповідність нормативним вимогам; – суспільство: участь у місцевих громадах, протидія корупції, участь у державній політиці (наприклад, лобіювання), поведінка на ринку (дотримання правил конкуренції), а також дотримання законів і правил; – відповідальність за якість продукції: показники задоволеності клієнтів, здоров'я та безпеки продукції та послуг; – права людини: питання прав людини у зв'язку з господарською діяльністю компанії; – управління ланцюгами поставок; – принципи звітності та розрахунків (необов'язковий розділ): методологічна інформація з підготовки звіту та принципи розрахунків по всьому звіту.

Кожен розділ повинен містити обов'язкову і необов'язкову інформацію. Звіт має бути підготовлений за принципом «дотримуйся або пояснюй». Це означає, що, якщо підприємство не повідомляє про конкретне питання, воно повинно пояснити, чому це питання не висвітлюється.

Також важливим моментом у складанні соціального звіту та в частині його висвітлення повинно стати обов'язкове оприлюднення вітчизняними підприємствами в тому числі і на веб-сайті, наступну інформацію: 1. Відомості про організаційну структуру підприємства, включаючи органи управління підприємства, зокрема: – організаційну структуру підприємства, положення, роль, функції, принципи роботи, частоту зустрічей; – керівників підприємства: ПІБ, біографії, досвід та строк роботи, дату призначення на посаду; – принципи призначення голови генерального директора та виконавчого директора та/або продовження контракту з ними; – принципи оцінки діяльності органів управління підприємства; 2. Кодекс етики та результати його впровадження; 3. Політика антикорупції; 4. Політика щодо заробітної плати, бонусів та винагород керівництва. Принципи нарахування винагороди (заробітна плата, премії, соціальний пакет, пенсійні виплати) для керівництва компанії та членів окремих органів управління, а також її розмір; 5. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Ще одним важливим кроком на шляху формування КСВ є складання корпоративного кодексу етики та його оприлюднення як частини соціальної звітності підприємства.

При підготовці нефінансового звіту підприємство повинно встановити цикл звітності, програму збору інформації, комунікації та отримання зворотного зв'язку. Такий звіт має випускатися періодично, але регулярно, адже цінність має не разовий опис цілей і проблем, а послідовне (раз на рік або на два роки) оприлюднення досягнутих результатів і нових планів.

Отже, запровадження соціальної звітності на підприємстві в системі забезпечення корпоративної соціальної відповідальності є основною публічною платформою підприємства для висвітлення своїх показників сталого розвитку та впливу, як позитивного, так і негативного.

Список використаних джерел

1. Безчотнікова, С.В. Корпоративна соціальна відповідальність: соціально-комунікаційний та економічний аспекти / С.В. Безчотнікова // Держава та регіони. Сер.: Гуманітарні науки. – 2012. – № 4. – С. 111-114.
2. Діденко, Н.Е. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціального партнерства в системі соціально-трудових відносин в Україні / Н.Е. Діденко // Менеджер. – 2007. – № 3. – С. 31-35.
3. Колот, А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. - 2013. – № 4. – С. 5-26.
4. Петрашко, Л.П. Корпоративна відповідальність в парадигмі глобального управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступня д-ра. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Л.П. Петрашко. – Київ, 2013. – 40 с.
5. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [моногр.] / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.] ; ред. А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.

Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Байда І.Р., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ПРИНЦИПИ

Актуальність даної теми випливає з необхідності створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому. Важливою умовою такого розвитку є науково обґрунтоване розроблення основних принципів, що визначають її базові вихідні засади. В умовах забезпечення економічного і соціального розвитку розроблення принципів корпоративної культури обумовлене важливістю її впливу на діяльність підприємства.

Принципи корпоративної культури повинні відповідати критеріям стабільного та ефективного розвитку підприємства. Впровадження та дотримання принципів корпоративної культури дозволить зробити її могутнім інструментом управління персоналом, забезпечить цілісність організації, створить сприятливі умови для управління підприємством та сприятиме стабільному розвитку корпоративної культури.

Корпоративну культуру як економічне поняття та важливого чинника управління персоналом у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні та зарубіжні вчені та науковці, як: Т. Алпєєва, Б. Гаєвський, Ю. Давидов, Ю. Красовський, Ю. Палеха, С. Рей, О. Грішнова, І. Мажура, Т. Кицак, І. Петрова, М. Коул та ін.

На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що майже кожна успішна організація має свою корпоративну культуру, – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Така культура дозволяє вирізняти організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Сутність корпоративної культури – це специфічна форма існування взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку.

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх – реалізації; способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, – в тому числі й особисті цінності керівників підприємств; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки – співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися.

Принципи корпоративної культури – це базові вихідні положення, які забезпечують її формування та розвиток. Дотримання підприємством принципів корпоративної культури впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських рішень, результативність діяльності працівників [3].

Принципи корпоративної культури відображають вихідні засади, положення з ефективного управління персоналом [3].

Кожне підприємство може самостійно розробляти принципи корпоративної культури, проте їх необхідно розділити на загальні та спеціальні.

Є такі загальні принципи корпоративної культури:

1. Принцип соціально-економічного та інтелектуального розвитку. Корпоративна культура повинна орієнтуватись на забезпечення економічного достатку, соціального та інтелектуального розвитку усіх працівників.

2. Принцип всеохопленості та системності передбачає формування та розвиток корпоративної культури з позиції охоплення нею усіх працівників, явищ, елементів та процесів, що забезпечують діяльність підприємства.

3. Принцип вимірності та корисності. Корпоративна культура повинна виконувати функцію корисності як для людей, так і для підприємства.

4. Принцип відкритості та постійного удосконалення передбачає орієнтацію корпоративної культури на удосконалення та стабільний розвиток. Корпоративна культура повинна бути відкритою, постійно вдосконалюватись, прагнути до нових досягнень.

5. Принцип координації полягає у тому, що корпоративна культура першочергово повинна забезпечувати порядок у роботі підприємства та координувати поведінку людей на підприємстві, а також поза його межами.

6. Принцип обов'язковості. Керівництво компанії має право здійснювати контролювання за дотриманням норм і правил корпоративної культури.

7. Принцип винагороди. Корпоративна культура повинна забезпечити однакову та справедливу винагороду працівникам, що дотримуються її норм.

8. Принцип відповідності чинному законодавству. Підприємство самостійно визначає норми та правила корпоративної культури, систему винагород за їх дотримання, механізм здійснення контролю за їх дотриманням, моделі розвитку корпоративної культури, проте відповідно до вимог законодавства, такі дії можна здійснювати лише на підставі чинних законодавчих та нормативно-правових актів та не суперечити їм [3].

Висновки. Таким чином можна стверджувати, що корпоративна культура організації – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культура міжособових стосунків на підприємстві і саме від неї залежить ефективність діяльності організації, стан міжособистісних стосунків в ній та сформований імідж.

Підсумовуючи вищезазначене, доцільно відмітити, що у сучасних умовах цілі корпоративності мають суттєво трансформуватися, і в якості нових ринкових орієнтирів повинні виступати споживач, якість та прибуток. Проте нові цінності залишаються поки в зовнішній сфері по відношенню до колективів підприємств, установ, організацій, зв'язок корпоративної культури з результатами діяльності досить слабо простежується, залежність економічного ефекту від корпоративних цінностей носить декларативний характер [4, с. 44].

Список використаних джерел

1. Аніщенко, В.О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. – Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64-71.

2. Артеменко, М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. – Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. – № 917. Серія: Філософія. Філософські перипетії. – 2010. – С. 91-99.

3. Бала О.І., Мукан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. – 2010. – №682. – С. 11-15.

4. Волянська-Савчук, Л.В. Корпоративна культура в системі управління підприємством: проблеми сьогодення // Экономика. Государство и право. Теоретические и практические аспекты развития современной науки : збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Познань, 30.09.2015 - 01.10.2015) / – Варшава: 2015 – С. 41-44.

Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Діуліна А.І., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Світова економічна криза призвела до спаду виробництва, негативно вплинула на зайнятість населення, стрімко зросла кількість безробітних, посилилися диспропорції на ринку праці багатьох країн. Не дивлячись на позитивні результати економічних перетворень у більшості східноєвропейських країн спостерігається високий рівень безробіття, низька продуктивність праці.

Структурні перетворення в економіці України, розвиток інтеграційних процесів змінили відносини зайнятості населення, інтенсифікували процес руху робочої сили, висвітлили нові актуальні проблеми на ринку праці.

Дослідження проблем розвитку ринку праці протягом останніх років свідчить, що в різних країнах світу і в Україні також гостро постала потреба побудови нової стратегії розвитку ринку праці.

Проблеми зайнятості населення та розвитку ринку праці в Україні в цілому так чи так регулярно привертають увагу вітчизняних ЗМІ та політиків, не говорячи вже про експертне середовище. І це цілком закономірно, оскільки питання зайнятості населення, заробітної плати та інші проблеми розвитку ринку праці знаходяться у сфері не лише суто економічних, а й соціально-політичних інтересів і широкого загалу, і політиків [1, с. 12].

Що ж стосується функціонування вітчизняного ринку праці, то воно залежить не лише від стану економіки України, а й від попиту та пропозиції робочої сили у Європі та в Росії.

На ринку праці України також можна виділити такі актуальні проблеми, як: проблема конкурентоспроможності національного ринку праці; відтворення людського потенціалу; проблема мобільності робочої сили, гендерної диференціації доходів населення та інші.

Вітчизняному ринку праці також притаманні проблеми недостатнього обсягу створення нових робочих місць; низької професійної мобільності трудових ресурсів. Однією з головних рис сучасного ринку праці є зростання внутрішньої міграції та вихід на ринок праці громадян з числа внутрішньо переміщених осіб, а також учасників антитерористичної операції, які потребують соціального захисту від безробіття. Актуальними залишаються ризики зростання безробіття серед молоді, проблеми працевлаштування випускників вищих та професійно-технічних навчальних закладів.

Особливості ринку праці в Україні:

1. Низька професійно-кваліфікаційна і територіальна мобільність робочої сили, обумовлена системою оплати праці і пенсійного забезпечення, користуванням дитячими комбінатами, послугами охорони здоров'я, одержання житла, пропискою і т.д.

2. Характерною рисою ринку праці, який формується в нас, є приховане безробіття, що досягло величезних розмірів. В Україні воно проявилося в новій формі. Якщо раніше приховане безробіття становили дрібні виробники (ремісники, селяни, зайняті неповний робочий день), то тепер воно поширилося у формі вимушених неоплачуваних відпусток. Спад виробництва і криза неплатежів призвели до того, що в адміністрацій підприємств немає коштів для виплати заробітної плати. Разом з тим працівників не звільняють, тому що керівництво сподівається зберегти кадри. Крім того, працівники прагнуть з морально-психологічних міркувань формально числитися на роботі.

3. Важлива особливість зайнятості на сучасному етапі – надзвичайні масштаби нерегламентованої зайнятості (так званий дикий ринок праці). До неї відноситься робота без укладення трудових угод, комерційний туризм, надання послуг на бартерній основі.

4. Нині характерне падіння життєвого рівня, тому звичайно ті громадяни, які не претендують на роботу по найму (пенсіонери, учні), виходять на ринок праці з пропозицією робочої сили, що збільшує конкуренцію.

5. Скорочення числа зайнятих на керівних посадах апарату управління і в армії. При цьому виникає специфічний вид безробіття серед осіб високої кваліфікації, професійно непридатних до використання в низових господарських ланках.

6. Посилення трудової міграції населення України в інші країни [2].

Перехід до глобальної економіки з низьким рівнем забруднення атмосфери і, навпаки, швидкий розвиток сектору відновлювальної енергетики, впровадження

енергоефективних технологій потребуватиме створення «зелених» робочих місць, а отже, працівників, здатних забезпечити ефективне енергоспоживання в будівництві, промисловості, на транспорті, у сфері послуг тощо. Відповідно, інноваційні процеси в галузях національної економіки зумовлюють необхідність функціонування спеціалізованих ринків, зокрема ринку інноваційної праці, ринку інновацій та ринку нових товарів і послуг, вироблених на основі інноваційних технологій. Нині існують продуктові, технологічні, екологічні, соціальні, організаційні тощо інновації.

Україні продовжує зберігатися індустріальна структура зайнятості, що ускладнює перехід до інноваційної моделі економіки, а отже, призводить до зниження рівня мотивації роботодавців до створення нових робочих місць і працевлаштування безробітних, збільшення випадків приховування вакансій, аби не звітувати про них у місцевих центрах зайнятості, поширення неформальної зайнятості, зокрема тимчасової й прихованих трудових відносин, «тінізації» доходів значної частини громадян країни, послаблення соціального захисту працівників, зростання освітньо-кваліфікаційних диспропорцій між попитом і пропозицією робочої сили, скорочення частки працівників, які підвищили кваліфікацію, оволоділи додатковими трудовими навичками [3, с. 11].

Крім того, уповільнення темпів розвитку окремих галузей економіки призводить до зменшення кількості вільних робочих місць, передбачених для працевлаштування осіб з професійною освітою, а отже, й на політиці зайнятості громадян країни в цілому.

У вирішенні цих проблем важливе значення мають положення Закону України «Про зайнятість населення», зокрема щодо запровадження додаткових стимулів для роботодавців у створенні нових робочих місць, розширення доступу до професійного навчання та підвищення кваліфікації для працівників, сприяння підвищенню конкурентоспроможності громадян віком понад 45 років у спосіб надання ваучера для перепідготовки за професіями і спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності, працевлаштування молоді й інших уразливих категорій населення, а також самозайнятості населення, що, зрештою, сприятиме поліпшенню загальної соціально-економічної ситуації у країні. У цьому Законі термін «зайнятість» представлено як незаборонену законодавством діяльність осіб, пов'язану із задоволенням їхніх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у промисловій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які ведуть господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованого на їхній власності, у тому числі безоплатно [3, с. 13].

Взагалі, для України традиційно притаманні значна трудова міграція до європейських країн і Росії. Однак після початку російської збройної агресії проти нашої держави відбулося зменшення трудової міграції українців до Росії та часткова переорієнтація потоків українських трудових мігрантів на ринки праці країн-членів Європейського Союзу. Утім, оцінюючи розвиток трудової міграції з України, слід визнати, що її негативні наслідки з часом з часом усе більше переважатимуть позитивні. Насамперед, ідеться про трудова міграцію за кордон української молоді, яка усе більше набуває характеру її остаточної імміграції з України. Збереження цієї вкрай несприятливої економіко-демографічної тенденції розвитку вітчизняного ринку праці призведе до прискореного старіння економічно активного населення та подальшої необхідності підвищення пенсійного віку в Україні. Подальший розвиток цього процесу обмежуватиме розвиток вітчизняної економіки та консервуватиме її напівсировинну спеціалізацію.

Список використаних джерел

1. Федоренко, В.Г. Євроінтеграція, економіка і ринок праці в Україні / В.Г. Федоренко, Ю.Б. Пінчук // Ринок праці та зайнятість населення. – 2014. – №1. – С. 13-15.
2. Волянська-Савчук, Л.В. Ринок праці: основні поняття та проблеми сьогодення / Л.В. Волянська-Савчук, А.Ю. Конопко // Приазовський економічний вісник. – 2018. – № 5 (10).
3. Ярошенко, В. Проблема конкурентоспроможності національного ринку праці України // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 1 – с. 10-17.

Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Зелена М.І., ст. викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці
Нащубська В.В., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

КОМПЕНСАЦІЙНИЙ ПАКЕТ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

Сучасні трансформаційні процеси, що відбуваються в суспільстві та економіці, суттєво впливають на працю та взаємовідносини між основними сторонами соціально-трудових відносин: найманими працівниками та роботодавцями. З-поміж сучасних трендів, притаманних інституту праці та соціально-трудових відносин варто вирізнити зростання інноваційної компоненти трудової діяльності, інтелектуалізацію праці, збільшення частки працівників, зайнятих у сфері інформаційних систем і технологій, розширення простору для ініціативної й творчої праці, підвищення самостійності праці, посилення особистої відповідальності працівника за результати праці, підвищення гнучкості праці, розвиток нестандартних форм зайнятості.

Теоретики й практики західного компенсаційного менеджменту пропонують власні підходи до трактування системи компенсацій, винагород, класифікації виплат, ураховуючи законодавство своїх країн і практику формування системи винагород у формі компенсацій, що склалась як на державному та галузевому рівнях, так і на підприємствах, в установах та організаціях.

Щодо вітчизняних науковців і дослідників, то багатьом з них притаманне перенесення категоріального апарату, підходів, класифікацій, що використовують зарубіжні колеги, у вітчизняну практику без урахування українського законодавства, культурних особливостей, менталітету, стану економіки та ситуації, що склалася на ринку праці, а також рівня розвитку соціально-трудових відносин.

Українські науковці та дослідники намагаються імплементувати основні положення теорії компенсаційного менеджменту у вітчизняну практику розподільних відносин. Водночас спроектовані системи компенсацій неадекватно відображають сучасний рівень розвитку соціально-трудових відносин і практику оплати праці, що склалася на вітчизняних підприємствах. Це вказує на брак теоретико-методологічних досліджень природи компенсацій і детермінантів поширення компенсаційної моделі оплати праці на теренах України та інших держав.

Незважаючи на це, в Україні склалася практика використання компенсаційних моделей оплати праці. Водночас ця практика не є системною й ґрунтується на перенесенні окремих елементів компенсаційного пакета, що знайшли поширення в

іноземних компаніях, у традиційну практику розподільних відносин. На вітчизняних підприємствах відсутня культура впровадження компенсаційних моделей винагороди за працю. Доволі часто процедуру формування компенсаційного пакета зводять до надання найманим працівникам окремих соціальних виплат, благ і заохочень у формі соціального пакета. Проектування інших складових компенсаційного пакета залишається на традиційних засадах, які за сучасних умов не здатні забезпечити належну диференціацію системи винагород персоналу, урахувати цінність посади, унікальність працівника, рівень розвитку професійно значущих компетенцій, внесок у результати діяльності підприємства, а відтак – посилювати мотивацію, формувати відданість, прихильність і лояльність до підприємства.

Для з'ясування природи компенсацій і компенсаційного пакета потрібно визначити причини виникнення та передумови поширення цих понять у теорії та на практиці. Слід зазначити, що поняття «система компенсацій» і «компенсаційний пакет» є доволі новими (якщо їх розглядати не в традиційному, а в широкому розумінні) для вітчизняної науки та системи соціально-трудових відносин. Ці терміни почали використовуватися в професійній і науковій лексиці з кінця 90-х років XX ст. – початку 2000-х років. Однією з причин поширення цих дефініцій у теорії та на практиці стала популяризація праць відомих теоретиків західного компенсаційного менеджменту: М. Армстронга, Т. Стівенс, Дж. Мілковича, Дж. Ньюман, Р. Хендерсона та ін. Значного поширення набули терміни «компенсації», «компенсаційний пакет» і «компенсаційна політика» серед фахівців-практиків у галузі управління персоналом. Чимало російських науковців (І. Алієв, М. Артамонова, С. Бабін, С. Бабіна, Н. Горєлов, І. Поварич, В. Соломанідін, Т. Соломанідіна, А. Федченко 2) займалися дослідженням сутності й структури компенсаційного пакета, питань формування компенсаційної політики та компенсаційної моделі винагороди за працю. На відміну від російських колег, вітчизняні науковці взагалі майже не досліджують питання формування компенсаційної політики та компенсаційного пакета, остерігаються вживати ці терміни в науковій і навчальній літературі або ж, якщо й вживають поняття «компенсації», то зазвичай у вузькому, традиційному розумінні. Слід також зазначити, що у вітчизняній (так само, як і в російській) теорії розподільних відносин поки що відсутнє наукове обґрунтування передумов поширення теорії компенсацій у вітчизняній практиці соціально-трудових відносин.

Слід особливо підкреслити, що поширення теорії та практики західного компенсаційного менеджменту на теренах пострадянського простору не є свідомим, чи що гірше – неусвідомленим «сліпим» копіюванням досягнень іноземних колег, намаганням залатати прогалини у практиці винагороди за працю, зумовлені браком ефективних моделей оплати праці. Такі тенденції, на наше глибоке переконання, є об'єктивною закономірністю розвитку системи розподільних відносин і зумовлені новими викликами з боку конкурентного ринкового середовища, що, зі свого боку, спричиняє посилення конкурентної боротьби між роботодавцями за висококваліфікованих, компетентних працівників, які володіють інтелектуальним капіталом, необхідністю закріпити свої конкурентні позиції не лише на товарному ринку, а й на ринку праці задля залучення й утримання таких працівників і створення необхідних умов для ефективного застосування ними своїх компетенцій та інтелектуального капіталу заради вирішення конкретних бізнес-завдань і реалізації відповідної корпоративної стратегії [1, с. 42].

Компенсаційна стратегія полягає в осмисленні та групування складових елементів компенсації так, щоб вони позитивним чином позначалися на мотивації найманих працівників і призводили до поліпшення продуктивності і прибутковості компанії.

Компенсаційна стратегія встановлює прямий зв'язок між необхідним обсягом роботи, продуктивністю і забезпечуваною заробітною платою, а також націлює на підвищення ефективності компанії шляхом стимулювання працівників за високі результати праці [2].

Компенсаційний пакет – це те, що роботодавець готовий надати працівникові за використання його компетенції відповідно до домовленості при працевлаштуванні. Структура і розмір пакета в різних організаціях дуже відрізняються залежно від посади, стратегії організації, рівня її конкурентоспроможності, законодавства, рівня розвитку ринку праці та ринкової інфраструктури, розміру споживчого кошика тощо.

Можливості компенсаційного пакета як інструмента управлінського впливу доволі обмежені. І складається з трьох елементів – основна оплата праці (базова зарплата), додаткова оплата (спонукальні виплати, премії, бонуси) і соціальні виплати або пільги (бенефіси).

Отже, особливої актуальності компенсаційний пакет набуває на сучасному етапі розвитку економіки в світі, коли поява нових, молодих підприємств частенько супроводиться відсутністю традицій і технологій розробки і вдосконалення системи винагороди, адекватної ринковим стосункам. Тому, українським роботодавцям необхідно якнайшвидше, пристосовуватись до ситуації, задля того щоб залучати у свої компанії висококваліфікованих кадрів, які будуть приносить прибуток компаніям, задовольняючи власні потреби, та потреби роботодавців.

Список використаних джерел

1. Цимбалюк, С.О. Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти / С.О. Цимбалюк Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти : монографія / С. О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2014. – с. 42-44.

2. Зелена, М.І. Компенсаційний пакет – сучасний погляд на мотивацію працівників підприємства / М.І. Зелена // Хмельницький національний університет. [Електронний ресурс]– Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua.

3. Орлова, В.К. Компенсаційний пакет як стимулююча частина витрат на персонал / В.К. Орлова, І.Б. Камінська // Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://econindustry.org.

Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці
Гнатюк М.В., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

БІБЛІОТЕКА – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ЦЕНТР НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Актуальність теми полягає в тому що забезпечуючи збереження і активне використання знань, нагромаджених у процесі еволюції людства, бібліотеки стали інтелектуальними центрами науки, сприяють підвищенню інтелектуального і морального потенціалу суспільства, гуманізації всіх соціальних процесів, сприяють формуванню наукового світогляду і підвищенню культурного рівня кожної окремої людини.

У кожній країні в різні періоди бібліотеки виконували важливу духовну місію – бути дзеркалом і пам’яттю народу, держави, центрами їхньої духовності. У широкому розумінні бібліотеки – це пам'ять людства і найдоступніші установи культури для всіх категорій населення.

Історія України невіддільна від історії її бібліотек. Книжність, освіченість – одна з характерних рис українців. Грамотність широких кіл українського народу засвідчена багатьма істориками. Цього не можна було б досягти без створеної нашим народом розвинутої системи освіти і книгозберігання. Накопичені на протязі багатьох століть книгозбірнями України, унікальні пам’ятки відкривають широку дорогу до знань, до духовного самовдосконалення мільйонам наших співгромадян.

Хочеться виділити найвідоміші бібліотеки України про які далі піде мова.

1. Національна парламентська бібліотека, яка має статус національної, є провідним державним культурним, освітнім, науково-інформаційним закладом. Це загальнодоступна установа з універсальними за змістом фондами і характером обслуговування населення.

2. Харківська державна наукова бібліотека імені Володимира Короленка — загальнодержавна бібліотека, друга за книгофондом, після бібліотеки ім. Вернадського у Києві бібліотека України.

3. Наукова бібліотека Національного університету «Києво-Могилянська академія» – навчально-допоміжний, інформаційний, науковий, культурно-освітній структурний підрозділ університету. Бібліотека об'єднує сім підбібліотек: бакалаврську бібліотеку ім. Антоновичів, дослідницьку, філологічну, американську бібліотеки, а також бібліотеки Школи охорони здоров'я, Центру довузівської підготовки та бібліотеку-архів-музей Омеляна Пріцака.

Інформатизація суспільства висуває нові теоретичні та практичні проблеми перед бібліотекарями. Бібліотека являє собою складну систему взаємодії документальних, інформаційних матеріально-технічних ресурсів і людей. Спробуємо розглянути інформаційну середу бібліотек у зв'язку з впровадженням нових інформаційних технологій. Одне з головних завдань інформатизації суспільства та бібліотек – впровадження принципів, які сприяли б більшої відкритості інформаційних систем, зростанню загальнокультурного та духовного потенціалу людей. Не менш важливою є і проблема вседоступності інформації. Вона стає все більш актуальною у зв'язку з тим, що сьогодні навіть найбільші бібліотеки не можуть власними ресурсами задовольнити весь спектр інформаційних потреб. Комплекс об'єктів, на які спрямована сьогодні діяльність бібліотеки не тільки розширився, але і посилилися зв'язки з ними. Це зв'язки між бібліотеками різного рівня і профілю та зв'язки з іншими культурними установами та організаціями. У процесі інформатизації з'являються нові вимоги і до бібліотекара, і до читача. Бібліотекар повинен вміти поводитися з новітніми носіями інформації, з базами даних, віддаленими ресурсами.

На даний момент людям потрібна достовірна, оперативно отримана інформація, нові практичні знання. Потреба суспільства в цьому може бути задоволена тільки через державні загальнодоступні бібліотеки, оскільки бібліотека залишилася єдиною установою, що надає доступ до культури та інформації безкоштовно.

Відповідно до викликів сьогодення бібліотеки включаються в широке поле нових відносин глобального інформаційного простору. Це потребує нового погляду на їх місце в системі наукової комунікації, функції, організацію, технології, управління, взаємодію з іншими соціальними підсистемами.

Формування нового середовища соціальної взаємодії викликає проблеми в напрямі функціонування та розвитку бібліотек, їх подальшої інтеграції до системи

соціальних комунікацій суспільства та підсистеми наукових комунікацій, у зв'язку з чим посилюються протиріччя: між рівнем розвитку системи соціальних комунікацій та рівнем інтегрованості науки України до світового інформаційного простору; між розмаїттям комунікаційних засобів і рівнем їх репрезентації в комунікаційній інфраструктурі сучасної української науки; між сучасними інформаційними технологіями та можливостями збереження результатів наукових досліджень у спеціалізованих документно-комунікаційних структурах наукових установ України; між рівнем вітчизняних наукових досягнень та характером, засобами, темпами наукового представництва у світових наукових інформаційних системах; між виробниками і споживачами наукового знання; між загальноцивілізаційною тенденцією до інтелектуалізації суспільної діяльності та рівнем організації умов діяльності наукових установ в Україні; між інтеграційними процесами в системі соціальних комунікацій та розгалуженістю інформаційно-комунікаційних структур науки.

Подолання зазначених протиріч потребує формування ефективної системи наукової комунікації, в якій визначальна роль відводиться бібліотеці. Концептуального осмислення потребує проблема взаємодії соціально-комунікаційних структур в умовах розвитку інформаційного суспільства та переходу до суспільства знань.

Зміни, що відбуваються в системі наукової комунікації, викликають трансформаційні процеси в структурно-функціональній діяльності бібліотек, які у свою чергу впливають на розвиток системи наукової комунікації. Реалізація принципу коеволюції з точки зору теорії соціальних комунікацій зумовлює формування узгоджених взаємозв'язків між елементами системи, встановлення спільних темпів їх розвитку із забезпеченням особливостей кожної з підсистем. Це передбачає необхідність поглиблення теоретичних узагальнень проблем комунікаційної взаємодії на засадах відстеження й аналізу процесів коеволюційного розвитку бібліотек і системи наукової комунікації, що є неможливим без дослідження еволюції системи наукової комунікації; виявлення трансформаційних змін глобального інформаційно-комунікаційного процесу, що складається з етапів збору, збереження, обробки, поширення і використання інформації та знань.

Бібліотека в системі наукової комунікації розвивається відповідно до еволюційних процесів науки і системи соціальних комунікацій суспільства як сфери структурування і сталості розвитку суспільних підсистем. Бібліотека в результаті коеволюційних процесів з наукою і системою соціальних комунікацій набуває ознак нового інтеграційного підсистемного елементу, який формується під впливом автоматизації інфосфери і викликає організаційно-функціональну перебудову сфери наукових комунікацій. У такому разі на перехідному етапі від інформаційного суспільства до суспільства знань, бібліотека може домінувати серед інших соціально-комунікаційних підсистем на основі системного формування власних електронних ресурсів, підвищення їх потенціалу та організації доступу до зовнішніх електронних ресурсів формальної і неформальної наукової взаємодії.

Список використаних джерел

1. Воскобойнікова-Гузєва, О.В. Стратегії розвитку бібліотечноінформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія / О.В. Воскобойнікова-Гузєва ; наук. ред. Г.І. Ковальчук ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. – Київ : Академперіодика, 2014. – 362 с.

2. Воскобойнікова-Гузєва, О.В. Розвиток бібліотечно-інформаційної сфери в контексті пріоритетів національної та міжнародної інформаційної політики /

О.В. Воскобойнікова-Гузєва // Наук. праці Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. – Київ, 2013. – Вип. 35.С. 289-301.

3. Горовий, В.М. Національні інформаційні процеси в умовах глобалізації : монографія / В.М. Горовий ; відп. ред. О.С. Онищенко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. – Київ : НБУВ, 2015. – 332 с.

Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці
Стринада І.М., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ПРОФОРІЄНТАЦІЙНІ ЗАХОДИ В НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Професійна орієнтація за змістовими напрямами функціонування має такі структурні елементи: професійна інформація, професійна консультація, професійний відбір, професійна адаптація.

Професійна консультація – організована взаємодія фахівця з професійної орієнтації та особи, яка отримує послугу, що спрямована на оптимізацію її професійного самовизначення на основі виявлення індивідуально-психологічних характеристик, особливостей життєвих ситуацій, професійних інтересів, нахилів, стану здоров'я та з урахуванням потреби ринку праці.

Професійний відбір – науково обґрунтована система заходів, що створює умови для встановлення професійної придатності особи до провадження конкретних видів професійної діяльності та посад згідно з нормативними вимогами і конкретним робочим місцем.

Професійна адаптація – науково обґрунтована система заходів, що забезпечує входження, оволодіння та досягнення особою професійної майстерності у конкретному виді професійної діяльності на конкретному робочому місці.

Метою профорієнтаційної роботи є підготовка до свідомого професійного самовизначення та становлення особистості, узгодження інтересів особи та суспільства у виборі сфери професійної діяльності, фаховий відбір майбутніх кадрів для педагогічної роботи.

Основою професійного самовизначення є самопізнання та об'єктивна самооцінка індивідуальних особливостей, співставлення своїх професійно важливих якостей, можливостей з вимогами професій та кон'юнктурою ринку праці.

Завдання професійної орієнтації:

– сформувати мотивацію молоді до здобуття вищої освіти;

– забезпечувати професійною консультацією, ознайомленням з правилами вибору професії;

– розробляти та реалізовувати систему інформації про напрями та спеціальності підготовки в університеті;

– ознайомлювати з правилами прийому до вищих навчальних закладів;

– підвищувати імідж вищих навчальних закладів;

– залучати обдаровану молодь до навчання в вищих навчальних закладів.

Профорієнтаційна робота умовно поділяється на два періоди: допрофесійний і професійний, які включають ряд етапів. На кожному з етапів реалізуються практично всі компоненти професійної орієнтації (інформація, діагностика, консультація, відбір, виховання, розвиток, адаптація). Специфіка етапів визначається в першу чергу віком індивідів і особливостями навчальних закладів та установ.

Допрофесійний період включає початковий (пропедевтичний), розвідувально-пошуковий і базовий (визначальний) етапи.

І. Початковий (пропедевтичний) етап: дошкільний вік, 1-4 класи. Передбачає ознайомлення дітей з деякими професіями; формування поваги до працівників, емоційно-забарвленого позитивного відношення до різних видів трудової та професійної діяльності, інтересу до пізнання своєї особистості; діагностику задатків, створення умов для реалізації здібностей дітей, проведення консультацій з батьками відносно їх розвитку; формування початкових загально-трудових умінь та навичок, здатності до взаємодії з іншими в процесі діяльності, виховання загальної культури праці шляхом залучення до посильних видів трудової діяльності посильних видів трудової діяльності. Результат – сформоване відношення до себе, суспільства і професійної діяльності.

Студенти 3 курсу повинні провести комплексне дослідження особистості учня з метою виявлення його спрямованості, здібностей і профілюючих інтересів тощо. Студенти у щоденник з проходження педагогічної практики вносять інформацію про учнів класу, результати опитування учнів за допомогою наступних методик: – визначення нахилів до певного типу професій.

Диференційно діагностичний опитувач (ДДО); – тест на схильність до педагогічної професії; 5-9 клас Опитування Анкетування Спостереження Виявлення здібностей Профорієнтаційні картки 9-10 клас Профорієнтаційні бесіди Вибір напряму професії 11 клас Індивідуальна робота з майбутнім абітурієнтом 3 курс Пропедевтична практика 4 курс Виробнича педагогічна практика 5 курс Виробнича педагогічна практика – опитувальний листок Форверга на контактність; – методика виявлення професійних нахилів Л. Йовайши та інші методики професійного визначення. Студенти складають картку первинної профконсультації у яку вносять результати: – анкетування учнів; – визначення професійної спрямованості особистості; – результати анкетування класного керівника учнів класу, в якому проходить практика. Отримані результати проведеної профорієнтаційної роботи студенти передають керівнику практики. Керівник практики отримані матеріали передає відповідальному за профорієнтаційну роботу в Інституті (факультеті).

Список використаних джерел

1. В мире перспективных профессий // Научно-методический журнал заместителя школы по научно-методической работе. – 2013. – № 1. – С. 127-128 ; № 2. – 2013. – С. 125-128 ; № 3. – С. 124-128; № 4. – С. 123-128.

2. Гузенко, Л.В. Концептуальные основы развития и становления профессиональной ориентации в средней школе Германии на современном этапе / Л.В. Гузенко // Профильная школа. – 2013. – № 2. – С. 42-44.

3. Зубковская И. Б. Мотивационные факторы выбора профиля обучения учащимися общеобразовательных учреждений / И. Б. Зубковская, И. В. Лаврентьева // Профильная школа. – 2013. – № 3. – С. 57-60.

4. Доровських, Л. Самовизначення старшокласників в умовах сучасного шкільного простору / Л. Доровських // Психолог. – 2013. – № 11/12. – С. 110-113.

5. Калошин, В. Важливість Я-концепції у забезпеченні самовизначення учнів ПТНЗ / В. Калошин // Психолог. – 2013. – № 11/12. – С. 84-91.

Галустян Ю.М., канд. соц. наук, доцент
ДУ «Інститут економіки та
прогнозування НАН України»
м. Київ

ВЗАЄМОДІЯ МІЖ ОСВІТОЮ ТА РИНКОМ ПРАЦІ: НЕОБХІДНІСТЬ ПОСИЛЕННЯ

Зрушення на ринку праці обумовлені трансформацією суспільних і економічних відносин в сучасному глобалізованому світі. Посилення конкуренції, розвиток економіки знань, інформаційних технологій, зміни в змісті і формах праці потребують оновлення системи регулювання ринку праці. Для України також актуальними є внутрішні чинники соціально-економічної нестабільності, пов'язані із посиленням соціальної напруги в суспільстві на фоні зниження рівня життя, погіршенням умов зайнятості, територіальними та професійно-кваліфікаційними диспропорціями між попитом та пропозицією на ринку праці, загостренням ситуації на локальних ринках праці. Суспільний запит на ефективні рішення в сфері регулювання питань зайнятості є високим, оскільки очікування населення щодо підвищення добробуту та якості життя пов'язані із реалізацією права на гідну працю [1].

Серед інструментів регулювання ринку праці найбільш перспективними є ті, що враховують об'єктивний вплив глобальних трендів і спрямовані на активізацію інноваційної зайнятості, підприємницької активності населення, забезпечення збалансованості ринку освітніх послуг та ринку праці, прогнозування обсягу і структури попиту і пропозиції на ринку праці, підвищення конкурентоспроможності фахівців і розширення кола гідних робочих місць.

Регулювання ринку праці є важливим напрямом розвитку національної економіки та є об'єктивно необхідним процесом, оскільки він безпосередньо впливає на розширення зайнятості, підвищення добробуту та якості життя населення. Останніми роками ринок праці України перебуває у стані трансформації, що супроводжується окремими негативними наслідками, зокрема пов'язаними із зниженням продуктивності праці, погіршенням умов зайнятості, поширенням сегменту нестандартної зайнятості тощо. Значними є прояви професійно-кваліфікаційного дисбалансу попиту та пропозиції на національному ринку праці, збільшення навантаження на регіональні ринки праці, зростання рівня безробіття та соціальної напруги в країні.

Серед інструментів регулювання ринку праці найбільш перспективними є ті, що спрямовані на забезпечення збалансованості ринку освітніх послуг та ринку праці в умовах трансформації структури зайнятості; прогнозування та планування розвитку ринку праці; покращення професійно-кваліфікаційної підготовки кадрів відповідно до вимог ринку праці та науково-технічного прогресу; підвищення мотивації до праці, зайнятості та підприємництва.

На сьогодні освіта і професійна підготовка є загальновизнаними провідними чинниками економічного розвитку. Професійні навички і знання відіграють центральну роль у поліпшенні результатів роботи й підвищенні продуктивності праці та економічного зростання. Розвиток освітньо-кваліфікаційного потенціалу як рушійної сили модернізації економіки передбачає використання механізмів регулювання кількісних і якісних аспектів професійної підготовки. Ефективність відтворення освітньо- кваліфікаційного потенціалу залежить від того, наскільки гнучко система освіти реагуватиме на параметри зовнішнього середовища, які не завжди узгоджуються між собою в умовах ринкової економіки. Розвиток освітнього

потенціалу пов'язаний з такою найважливішою функцією освіти, як професійна диференціація і формування соціально-професійних груп, що розрізняються за змістом і умовами праці.

Звернемося до результатів здійсненого дослідження [1]. Дослідження «Оцінка попиту на професії, які затребувані на ринку праці», підготовленого ПРООН. На основі категоризації сфер роботи на аналізованих сайтах було сформовано 33 категорії професій. Так, за результатами даного дослідження, пропозиція перевищує попит найбільше у тих сферах, де найбільше випускників т. зв. «престижних спеціальностей»: економічних та правових. Найменше – у сферах, де зарплатня, як правило, залежить від обсягу залучених працівником коштів, є досить стресовою та передбачає застосування методів агресивного маркетингу: продажі, страхування, нерухомість. Загальне бачення експертами економічної ситуації в країні в цілому є здебільшого песимістичним. В усіх регіонах експерти відзначали загальний спад економічної активності – закриття підприємств, згортання виробництва та зменшення попиту на ринку праці. Серед основних причин погіршення ситуації найчастіше називали ті, що пов'язані з військовим конфліктом: розрив економічних зв'язків з Росією, втрата стабільних ринків, матеріальні втрати (руйнування майна, необхідність переносити підприємство до іншого регіону). Падіння національної валюти, яке мало катастрофічні наслідки для економіки, експерти також пов'язують із наслідками конфлікту.

Найбільше, на думку опитаних, постраждали підприємства вугільної, металургійної, машинобудівної промисловості, високотехнологічні підприємства. Окремо в багатьох регіонах відзначали вкрай поганий стан малого бізнесу. Порівняно кращою є загальна ситуація в таких сферах, як аграрна промисловість, ІТ, торгівля та сфера послуг. Також спільною рисою для всіх регіонів є те, що в області, економічна ситуація є в цілому значно гіршою, ніж в обласному центрі. При чому це стосується як бізнесу, якому бракує кваліфікованих кадрів, так і шукачів роботи, яким бракує вакансій на ринку праці.

Що стосується ринку праці, спільною тенденцією для більшості областей України експерти вважають те, що погіршення економічного стану бізнесу змушує роботодавців економити ресурси в будь-який можливий спосіб, зокрема погіршуючи умови праці – скорочувати штат, збільшувати кількість робочих годин\ функціональне навантаження, зменшувати заробітну платню. При пошуку робочої сили роботодавці проявляють більшу вимогливість до кандидатів, ставлять більш жорсткі умови до робітників та їх кваліфікації, частіше шукають більш універсальних робітників. Таким чином, без взаємодії освіти та ринку праці неможливо здійснити модернізацію підготовки компетентного, конкурентоспроможного, затребуваного виробництвом спеціаліста. Форм такої взаємодії є дуже багато, на жаль, на практиці вони практично не використовуються. Ситуація, що склалась, є суттєвим аргументом на користь посилення регулюючих функцій держави у налагодження взаємодії між освітою та ринком праці.

Список використаних джерел

1. Кабаченко, Г.С. Дослідження регіональних особливостей регулювання ринку праці України / Г.С. Кабаченко // Економіка і організація управління : Збірник наукових праць. – Вінниця : ДонНУ, 2016. – № 3 (23). – С. 390-398 (1,13 д.а.).

Гейдарова О.В., канд. екон. наук, доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницькій

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг.

Індустрія гостинності складається з готелів та організацій, які випускають товари і надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом. Індустрія гостинності також надає послуги, які мають попит у туристів.

Готельно-ресторанний бізнес сьогодні – один із провідних напрямків соціально-економічної діяльності більшості держав. З розвитком міждержавних контактів сфера послуг вийшла за рамки окремих країн і перетворилася в одну з найважливіших сторін зовнішньоекономічних зв'язків, фінансові результати якої все більше впливають на підсумки платіжних балансів окремих країн. З переходом України до ринкової економіки почав розвиватися вільний конкурентний ринок послуг в індустрії гостинності. Він стає усе цивілізованішим та інформаційно-інтегрованим.

У теперішній час готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і являє собою галузь економіки, яка забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельно-ресторанні послуги займають величезну нішу в індустрії туризму, і саме вони безпосередньо впливають за сукупну якість туристичних послуг. Тільки цього вже достатньо, щоб зрозуміти наскільки актуальна тема місця готельно-ресторанних послуг в індустрії сучасного туризму, визначення їх сучасних тенденцій і майбутніх прогнозів, аналіз минулих помилок і планування нових стратегій управління та розширення готельного асортименту.

У сьогоднішніх економічних умовах жорстокої конкуренції та ринкової економіки жоден успішний гостинний комплекс не може повноцінно розвиватися та ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій.

Інформаційні технології готельного управління з'явилися у світовій готельній індустрії давно – біля двадцяти п'яти років тому, і пройшли великий шлях розвитку. На українському ринку ІТ управління готелем присутні відносно недавно. Експерименти з упровадження даних систем в готелях України стали проводиться з середини 90-х років.

На сучасному етапі функціонування підприємств готельного бізнесу виникають об’єктивні фактори, що ускладнюють процеси прийняття управлінських рішень, в умовах прискореного темпу суспільно-політичного життя. Збільшується обсяг «фахової» інформації, яку слід опановувати й використовувати у повсякденній діяльності, бурхливо розвивається наука й техніка, що спонукає до впровадження більш продуктивних і якісно нових технологій, новітніх інформаційних технологій та надання широкого спектра послуг. Структура виробничих колективів сучасних готельних підприємств значно ускладнилась, що зумовлено появою нових професій, суттєвими змістовними змінами праці фахівців традиційних спеціальностей, підвищенням рівня освіти та духовної культури працівників, появою й диверсифікацією можливостей щодо реалізації особистості в умовах економічної й політичної демократії.

Найбільш поширеним універсальним продуктом є комплекс найбільшої в світі компанії «Micros – Fidelio», що спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів впродовж 20 років. Така система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних ланцюгів (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt і ін.)

Одним з напрямів комп'ютерних систем, що найдинамічніше розвиваються, для індустрії гостинності - бронювання за допомогою комп'ютерних технологій, створення якого дозволило зв'язати всю індустрію гостинності в єдине ціле.

Вперше поняття «Комп'ютерна Система Бронювання» (КСБ) з'явилося в Європі та США. На справжній момент до глобальних відносять чотири основні системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan. Разом ці системи налічують приблизно 500 тисяч терміналів, встановлених в готелях по всьому світу, що складає більше 90 % ринку, невипадково їх називають «золотою четвіркою».

В Україні впровадження комп'ютерних систем управління готелями (Property Management System/PMS) на основі західних технологій почалося з появою висококласних готелів, багато хто з яких працює відповідно до корпоративних правил, що диктують «відданість» тій або іншій системі.

Отже, на сьогоднішній день на підприємствах гостинності використовують декілька програм для готельних підприємств: Fidelio, системи «золотої четвірки» GDS, SAHARA, Lodging Touch, Horse 21, характерні і для світових готелів, а також Hotel - 2000, Синімекс – Готель, Інінг – Готель, Едельвейс.

Комунікаційна модель галузі індустрії гостинності, реалізована за допомогою сучасних інформаційних технологій, формується за допомогою наступної системи комунікаційної взаємодії:

1. Комунікаційна взаємодія інформаційних Інтернет-ресурсів підприємств індустрії гостинності здійснюється фактично із усіма учасниками цього шляхом розміщення на власних Інтернет-сайтах інформацію нормативно-правового характеру, що стосується загальної системи регулювання галузі на глобальному та регіональному рівнях (ліцензування, система оподаткування, стандарти обслуговування, стандарти безпеки).
2. Комунікаційна взаємодія інформаційних ресурсів підприємств індустрії гостинності (Інтернет-сайти та внутрішні корпоративні інформаційні системи) здійснюється із туристичними організаціями та споживачі готельного продукту/послуги.
3. Комунікаційна взаємодія інформаційних ресурсів підприємств індустрії гостинності здійснюється переважно із двома учасниками – туроператорами та споживачами. В обох цих випадках відбувається двостороння комунікація.

Аналізуючи роль і значення інформаційних технологій для сучасного етапу розвитку галузі індустрії гостинності, можна зробити цілком обґрунтовані висновки про те, що ця роль є стратегічно важливою і значення цих технологій у найближчому майбутньому буде зростати. На нашу думку, саме інформаційним та Інтернет-технологіям належить сьогодні визначальна роль в області динамічного розвитку сфери туризму та готельної галузі в Україні.

Говорячи про можливі перспективи застосування сучасних інформаційних технологій у галузі індустрії гостинності фахівці зазначають, що поширення інформаційних технологій буде залежати від ряду додаткових соціокультурних, економічних і політичних факторів. Самі по собі інформаційні технології не можуть створювати нові готельно-ресторанні продуктів і лише поєднання технологій із рядом

соціальних, інституціональних, соціальних, політичних і культурних факторів приведе до створення нових комбінацій товарів і послуг, методів, ринків тощо.

Список використаних джерел

1. Кожухівська, Р.Б. Напрями застосування інформаційних технологій в комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств та підприємств індустрії гостинності // Режим доступу: https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/4695/1/Napriamy%20zastosuvannia%20informatsiinykh%20tekhnolohii.pdf
2. Гейдарова, О.В. Сучасні технології в індустрії гостинності України V МНПК «Актуальні проблеми економіки та менеджменту: теоретичні і практичні аспекти», Хмельницький, 12-13 травня, 2017р.

Гіль Л.А., ст. викладач
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІОНАЛА МИТНОЇ СПРАВИ

Процес формування майбутнього професіонала митної служби виходить далеко за межі підготовки фахівця, що володіє митним законодавством та засобами його практичного застосування. Він полягає у забезпеченні пріоритетності розвитку особистості; вихованні високих моральних якостей; підготовці фахівця, здатного професійно втілювати митну політику, тобто впроваджувати науково обґрунтовану систему цілей, пріоритетів, засобів підвищення ефективності митної діяльності; у формуванні людини, здатної усвідомити місце, роль, завдання цієї політики в контексті не тільки вітчизняних, але й загальноцивілізаційних трансформацій [7].

Згідно із Митним кодексом України [5], встановлені порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції при її ввезенні на митну територію України, запобігання та протидія контрабанді, боротьба з порушеннями митних правил, організація і забезпечення діяльності органів доходів і зборів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, становлять державну митну справу.

Питання кадрового забезпечення державної митної служби на сьогоднішній день є особливо важливим, адже виконання завдань митної служби України безпосередньо залежить від якісної комплектації її особового складу, основними ознаками якого є: компетентність, службова дисципліна, професійна культура й професіоналізм, дотримання чинного митного законодавства, якісне виконання службових обов’язків.

Тим більше, що працівники митних органів – це державні службовці, які одними з перших представляють Україну на державному кордоні. Тому гостро постає проблема якісного професійного відбору фахівців для митних органів, діяльність яких спрямована на захист економічних інтересів держави, боротьбу зі злочинністю, забезпечення реалізації вимог митного законодавства України.

Проблеми підготовки державних службовців у цілому та працівників митних органів зокрема досліджуються у працях таких учених, як Т.Е. Василевська, Н.Т. Гончарук,

Т.К. Гречко, Н.А. Липовська, В.І. Луговий, О.О. Марценюк, О.Ф. Мельников, В.М. Олуйко, Л.А. Пашко, Т.І. Пахомова, Л.І. Плаксій, А.Б. Почтовюк, М.І. Рудакевич, С.М. Серьогін, А.С. Сіцінський, О.В. Софронова, Н.С. Тимченко-Міхайліді, С.К. Хаджирадєва, І.В. Шпекторенко та ін.

Спеціалісти визначають, що ефективна професійна діяльність працівників Державної митної служби України потребує вдосконалення заходів, спрямованих на поліпшення кадрових процедур добору, оцінювання та атестування особового складу митних органів і зумовлює використання такої системи діагностики, яка надає змогу дослідити соціально-психологічну компетентність особи, а саме:

– інтелектуальні здібності,
– комунікативні здібності,
– вольовий потенціал,
– спрямованість особистості,
– мотиви діяльності,
– ціннісні орієнтації.

Урахування і розвиток соціально-психологічної компетентності працівників сприятиме підвищенню якості їх професійної діяльності та формуванню позитивного іміджу Державної митної служби України [3, 4].

Підготовка фахівця неможлива без відповідної світоглядної підготовки та оволодіння знаннями як фундаментального, так і прикладного характеру; засвоєння загальнолюдських моральних принципів та норм; належного рівня моральної культури, професійно-етичних якостей; самостійного орієнтування в розмаїтті нестандартних ситуацій; здатності самостійно вирішувати ті чи інші питання.

Службовець-митник повинен персонально відповідати за наслідки своїх рішень (особливо в складних екстремальних ситуаціях), вміти наполегливо долати тимчасові труднощі в службовій діяльності.

Важливою складовою процесу професійної підготовки майбутніх службовців-митників є формування у них професійно-етичних якостей, виявлення специфіки професійної етики службових осіб органів доходів і зборів; визначення базових професійно-етичних якостей службовців-митників [6].

Оскільки посадові особи органів доходів і зборів є державними службовцями (про що вказано у статті 569 Митного Кодексу України), відповідно, існують і особливості прийняття на службу до органів доходів і зборів (стаття 570 цього Кодексу).

Це мають бути особи, здатні за своїми діловими якостями, освітнім рівнем і станом здоров’я виконувати відповідні завдання органів доходів і зборів.

Крім того, прийняття на службу до митних органів України здійснюється на конкурсній основі, із можливим встановленням випробування [1].

Окремо визначаються вимоги до моральних і професійно-етичних якостей: на службу не можуть бути прийняті особи, які мають судимість за вчинення умисного злочину, а також особи, які протягом року, що передував їх зверненню до органу доходів і зборів з приводу працевлаштування, притягувалися до адміністративної відповідальності за вчинення корупційних діянь та інших правопорушень, пов’язаних з корупцією.

Формуючи професійно-кваліфікаційні характеристики працівника митної служби, потрібно вказати, що фахівець має знати:

– законодавство, що регулює діяльність митних органів;
– основні завдання і повноваження митних органів;
– ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності;

– усі види суспільних відносин, які пов'язані з переміщенням через митний кордон України товарів;

– принципи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та основних видів комерційних угод у митній справі;

– сутність і порядок проведення експертизи в системі митного контролю;

– особливості митної документації в управлінській діяльності митних органів.

Професіонал митної справи має володіти уміннями:

– проводити митне оформлення пасажирських переміщень, переміщень пасажирського багажу та інших товарів і предметів;

– застосовувати програмні комплекси для оформлення різних за призначенням груп ділових паперів з дотриманням сучасних вимог діловодства [1, 2].

Таким чином, виконання державної митної справи та реалізація державної митної політики мають бути покладені на фахівців з новим мисленням, які здатні не тільки спостерігати та реєструвати різні факти господарської діяльності, але і здійснювати вагомий внесок в розвиток сучасної митної політики.

Список використаних джерел

1. Александрюк, Т.Ю. Митна справа: навч.-метод. посібник / Т.Ю. Александрюк. – Дніпропетровськ, ДДФА, 2010. – 169 с.
2. Дубиніна, А.А. Митна справа: підручник / А.А. Дубиніна, С.В. Сорокіна, О.І. Зельніченко. – К. : «Центр учбової літератури», 2010. – 320 с.
3. Липовська, Н.А. Інтерпретація комунікативної компетентності державних службовців в психологічному дискурсі / Н.А. Липовська, О.О. Марценюк // Актуал. пробл. держ. упр.: зб. наук. пр. – Х.: Магістр, 2009. – № 2 (36). – С. 46-54.
4. Марценюк, О.О. Форми тренінгів / О.О. Марценюк // Формування управлінської еліти в Україні: теорія та практика: колективна монографія / А.В. Решетніченко, В.Г. Вікторов, О.М. Корх, О.Б. Кірєєва, Г.Д. Голубчик, Т.М. Брус, О.В. Шевченко, О.О. Марценюк; за заг. ред. О.Б. Кірєєвої. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2010. – С. 149-165.
5. Митний кодекс України. Закон України від 11.07.2002 № 92-ІУ зі змінами і доповненнями, в редакції Закону України № 4495-УІ від 13.03.2012 р. http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/b1
6. Тимченко-Міхайліді, Н.С. Технологія ситуаційного навчання у формуванні моральних якостей майбутніх митників / Н.С. Тимченко-Міхайліді // Педагогіка формування творчої особистості у вищий і загальноосвітній школах: Зб. наук. праць / Редкол.: Т.І. Сущенко (гол. ред.) та ін. - Запоріжжя: КПУ – 2012. - Вип. 27(80). - С. 384-389.
7. Тимченко, Н.С. Про необхідність формування професійно-етичних якостей майбутніх фахівців з митної справи / Н.С. Тимченко // Вісник Академії митної служби України. – Дніпропетровськ: АМСУ. – №1 (13). – 2002. – С.85-87.

Глевацька Н.М., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО В УКРАЇНІ: ПОТОЧНІ ПОКАЗНИКИ, ДОСЯГНЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ

Процес формування суспільства характеризується стиранням меж між країнами та народами, змінюється структура світової економіки, більш динамічним та конкурентним стає ринок. Знання та інформація стають одними із ключових ресурсів країни, масштаби використання яких прирівнюються до використання традиційних

ресурсів, і доступ до них є одним з основних факторів соціально-економічного розвитку цієї держави. Тому кожна країна сьогодні вважає одним з пріоритетних завдань формування та посилений розвиток інформаційної інфраструктури.

Інформаційне суспільство – це новий етап розвитку людства, в якому будь-яка людина за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій може отримувати, переробляти та розповсюджувати інформацію, а держава повинна забезпечувати якісний рівень інформатизації усіх галузей [1, с. 90]. Тобто основна ідея інформаційного суспільства у соціогуманітарному вимірі полягає у досягненні нової фази розвитку – «суспільства знань» і забезпечення для всіх рівного доступу до них. Варто зазначити, що у центрі інформаційного суспільства є людина, інформація, інформаційно-комунікаційні технології та інформаційні ресурси.

Загалом, існує багато факторів, що визначають інформаційне суспільство, але всі вони діляться на три основні групи: вільний доступ людини до інформації; високий рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій; наявність розвиненої інформаційної-інфраструктури суспільства.

У свою чергу інформаційно-комунікаційні технології є третьою сферою економіки знань після НДДКР, інновацій та освіти й навчання, що сприяють формуванню людського капіталу.

Україна має хороші умови для створення і успішної діяльності інформаційного суспільства [2]. За підсумками 2018 року обсяги загальносвітових витрат на продукти та послуги у сфері інформаційних технологій складуть $3.7 трлн та продемонструють зростання на 6.2% у порівнянні з минулим роком, що навіть вище за темпи росту світового ВВП. Разом із загальним ростом ринку, збільшується і частка IT-аутсорсингу (послуги з розробки програмного забезпечення, створення інфраструктурних рішень для замовників тощо) – обсяг виручки даного сегменту за підсумками 2017 року склав $64.3 млрд. Подальший розвиток сегменту стимулюється стабільно високим попитом, який і надалі буде зростати завдяки всюдисущій «цифровій трансформації», що все активніше проникає як в приватний, так і у державний сектори. Тим часом, розвиток IT-індустрії в Україні, яка в своїй більшості представлена сервісними (аутсорсинговими) IT-компаніями, значно випереджає середні темпи розвитку сегменту у світі. Понад 100 представників списку найуспішніших компаній світу «Fortune 500» є лояльними клієнтами вітчизняного IT-бізнесу, провідна міжнародна організація Global Sourcing Association відзначила Україну у якості найкращої країни-постачальниці IT-послуг до Великої Британії, авторитетний американський бізнес-журнал Inc. включає українські компаній до переліків таких, що розвиваються найбільш динамічно. Оцінка кількості IT-компаній в Україні значно відрізняється залежно від джерела даних. За офіційними, на кінець першого півріччя 2018 року їх було 12634. Відповідно, зростає і значущість IT-послуг в структурі експорту. Так, у 2017 році комп’ютерні послуги посіли 3-тє місце серед експорту послуг з України після послуг з переробки товарів в країні та трубопровідного транспорту.

У щорічному рейтингу конкурентоспроможності Україна посіла 83 місце з 140 в рейтингу глобальної конкурентоспроможності економіки [3]. Згідно з рейтингом, Україна перебуває на 110 місці за рівнем державних інститутів, на 57 місці – за рівнем інфраструктури і на 77 – за рівнем адаптації технологій. За рівнем охорони здоров'я Україна посідає 94 місце в рейтингу, а рівнем освіти – 46. Макроекономічна стабільність України знаходиться на 131 місці. Також, Україна зазнала втрат за оцінкою інноваційної складової Індексу – («мінус» 9 пунктів), інфраструктурної («мінус» 3 пункти) та за складовою, що характеризує вищу освіту та професійну підготовку («мінус» 2 пункти).

Найбільш сприятливою країною для інновацій стала Німеччина, вона випередила США. Автори дослідження обґрунтували свої висновки, зокрема, великою кількістю заявок на патенти, високою якістю досліджень, які проводять компанії і вчені, а також створенням міжнародних мережевих структур. Дослідники зазначають, що Німеччина особливо відрізняється в управлінні інноваційними процесами від стадії ідеї до комерціалізації. Особливу увагу економісти приділили вимогам у епоху цифрових технологій. На думку експертів, світова економіка готова до повної дигіталізації лише частково. Для багатьох країн інновації пов'язані з труднощами. Навіть у Німеччині та США є простір для зростання. Наприклад, ФРН слід розвивати мобільний інтернет і широкосмугові з'єднання, вважають аналітики WEF.

Для проведення аналізу розвитку інформаційного суспільства в Україні ми скористаємося 4 основними індексами які відображають стан розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у 2016 році, а саме: NRI – Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index, NRI) EGDI – Індекс розвитку електронного уряду (E-Government Development Index, EGDI) EPI – Індекс електронного участі (E-Participation index, EPI) IDI – Індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index, IDI)[4].

З чотирьох рейтингів Україна ні в одному не посіла перших позицій. У рейтингу країн світу за індексом мережевої готовності в 2016 р вона відстала від лідера на 2,0, тому зайняла 71 позицію. У рейтингу по глобальному інноваційному індексу – на 28,5 (63 позиція). У рейтингу з розвитку електронного уряду – на 0,443 (87 позиція). У рейтингу з розвитку ІКТ – на 3,71 (79 позиція).

Причиною досить низьких позицій України у рейтингу, як і у 2015р., є відставання за складовими, що характеризують політичне і регуляторне середовище – 113 позиція та низький рівень використання ІКТ урядом – 114 позиція. Дослідниками відзначено низьку ефективність наших законотворчих органів (120 позиція), судової системи (131 позиція за оцінкою незалежності судів та 123 – за легкістю оскарження дій уряду приватним бізнесом), проблеми із захистом інтелектуальної власності (120 позиція).

Фактором, що стримує розвиток ІКТ у нашій країні є низький рівень освоєння нових технологій бізнесом (100 позиція) та низький рівень впливу ІКТ на появу нових бізнес-моделей (113 позиція).

Перевагами України лишається доступність ІКТ, що дозволило їй посісти 6 сходинку серед 139 країн світу, в цілому покращивши за рік за цим показником позицію на 4 пункти. Разом з тим, за оцінкою рівня конкуренції на ринку телекомунікаційних послуг нами втрачено 3 пункти, що перемістило нас на 80 сходинку.

По відношенню до рейтингу 2015 року, найбільше було погіршено оцінку рівня використання ІКТ під час взаємодії підприємств – «мінус» 17 пунктів, натомість на 35 пункти покращено оцінку міри забезпечення ІКТ доступом громадян до основних послуг (охорони здоров'я, освіти, фінпослуг тощо).

Отже, ми можемо стверджувати, що в нашій країні створені достатні передумови для побудови інформаційного суспільства. У той же час невідповідність між рівнями готовності і використання ІКТ в Україні вимагає здійснення негайних заходів з подолання даного дисбалансу. Таким чином, в нашій країні створені достатні передумови для побудови інформаційного суспільства. У той же час невідповідність між рівнями готовності і використання ІКТ в Україні вимагає здійснення негайних заходів з подолання даного дисбалансу.

Список використаних джерел

1. Арістова, І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти [Текст] / І.В. Арістова ; за заг. ред. О.М. Бандурки. – Харків : Ун-т внутрішніх справ, 2000. – 386 с.
2. Software Development Forum [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://dou.ua/forums/topic/25432/
3. Global Competitiveness Index-2018 [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2560360-ukraina-posila-83-misce-v-rejtingu-globalnoi-konkurentospromoznosti.html
4. World Economic Forum (The Global Information Technology Report).- [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf

Горбань С.Ф. канд. тех. наук, доцент
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ»

В нових умовах господарювання саме людський ресурс є одним із факторів, який безпосередньо впливає на ефективність роботи підприємства. Нині переваги мають ті підприємства, в яких налагоджено ефективний механізм мотивації та стимулювання працівників. Крім матеріального фактору велике значення мають моральні мотиви та розвиток системи соціальних пільг. Останнім часом питанню нематеріальної мотивації приділяється все більше уваги. Підприємства розробляють власні системи навчання або залучають спеціалістів і бізнес-тренерів, щоб розвинути персонал і зробити підприємство більш конкурентоспроможним у своїй галузі.

Проведемо аналіз системи мотивації персоналу на ПАТ Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь».

Станом на 2016 рік середня кількість працівників підприємства налічувала 12687 осіб, серед яких основна частина зайнята на робітничих професіях. Більшість працівників представляють вікову групу 35-49 років. Категорія від 20 до 34 років складає 35 %. Це говорить про ефективну кадрову політику щодо омолодження персоналу, привабливості роботи в металургійній галузі для молодих фахівців та популяризацію технічних спеціальностей у Вишах. Частина персоналу віком від 50 до 59 років становить приблизно 21 %, старше 60 років – близько 3 %. Середній вік працівників – 39 років.

Кількість персоналу робітничих професій займає основну частку(80 %), керівники та професіонали (17 %), фахівці та службовці (3%). Основна частина працівників має середню технічну та вищу освіту (70 %), середню та середньо спеціальну – 30 % всього персоналу.

Переважна кількість працівників зі стажем роботи понад 10 років (40%), зі стажем роботи від 5 до 10 років – 22 % Найменший відсоток працівників зі стажем роботи на посаді до одного року. Але за останні 3 роки чисельність його стабільно підвищувалась. Це говорить про тенденцію омолодження персоналу на підприємстві та впровадження нової кадрової політики щодо персоналу. Середня зарплата на комбінаті становить близько 18 тис. грн., що досить пристойно в порівнянні з середнім показником по Запорізькому регіону.

Система мотивації персоналу носить як матеріальний, так і нематеріальний характер. Методи впливу, що використовуються на підприємстві наступні: основна

заробітна плата; матеріальні допомоги різного призначення; навчання персоналу; можливість участі в культурно-масових заходах; дошки пошани, подяки; доставка працівників до місця роботи на службовому автобусі; зручна організація харчування співробітників, дотація на харчування; надання чистої питної води, спецодягу на робочих місцях; щорічні новорічні подарунки дітям співробітників; надання можливості відпочинку у дитячих оздоровчих таборах і санаторіях тощо.

Пряма матеріальна мотивація персоналу складається з таких компонентів: тариф або оклади; премія за результатами роботи заводу; доплати та надбавки, передбачені трудовим законодавством України. Усі працівники охоплені преміальною системою. На комбінаті існують доплати за: роботу з шкідливими умовами праці; змінний режим роботи, роботу у нічний, вечірній час і переробку графіку; за диплом по іншим професіям; керівництво бригадою (ланкою) в залежності від чисельного складу; професійну майстерність в залежності від розряду працівника; право управління тепловозом; водіям за клас кваліфікації; водіям за ненормований робочий день. Крім того, діють різні види одноразової винагороди: за раціоналізаторські пропозиції, за культуру виробництва та ін. Непряме матеріальне стимулювання на підприємстві включає різні види соціальних пільг, гарантій і компенсацій, що надаються на підставі Колективного договору. Соціальний пакет складає 16 пунктів.

Що стосується нематеріальної мотивації, то це заохочення керівництва (письмові подяки); нагородження державними нагородами, почесними грамотами і знаками за видатні заслуги; дисциплінарні стягнення керівництва; відображення заслуг працівника перед підприємством на «Дошці пошани» (в деяких цехах та підрозділах); висування у резерв на вищу посаду; культурно-масові та спортивні заходи; соціальна політика тощо.

Одне з ключових напрямів кадрової політики комбінату – безперервна підготовка і розвиток персоналу. Особливу роль на підприємстві приділяють формуванню та підготовці кадрового резерву. В корпоративному центрі розвитку персоналу працює «Школа ресурсу кадрів» для підготовки робітників, які перебували в резерві на посади майстрів, старших майстрів, навчання в якій ведуть керівники і внутрішні бізнес-тренери комбінату. У 2015 році в рамках програми з підвищення ефективності виробництва проект «Молоді лідери», в якому взяли участь 140 молодих співробітників комбінату. Мета програми – виявити серед молоді співробітників, які мають потенціал до розвитку і готові стати лідерами. Крім того підприємство проводить підготовку за всіма робітничими професіями та підвищення кваліфікації персоналу. Щорічно на комбінаті проходять навчання понад 75% працівників.

Незважаючи на складну ситуацію з працевлаштуванням в Україні, комбінат продовжує надавати випускникам навчальних закладів робочі місця в основних виробничих цехах, управлінні залізничного транспорту та інших підрозділах.

Таким чином, можна зробити висновок , що існуюча система мотивації до праці на ПАТ «Запоріжсталь» спрямована на вирішення наступних завдань: підвищення ефективності виробництва; підвищення конкурентоспроможності та якості продукції; підвищення продуктивності праці; підготовка висококваліфікованих кадрів; підвищення ступеня використання потенціалу і творчих здібностей персоналу; підтримка гарного соціального клімату у колективі, згуртування працівників через культурно-масові заходи; забезпечення соціальної захищеності працівників.

Для аналізу рівня задоволеності системою нематеріальної мотивації та виявлення основних мотивів працівників ПАТ «Запоріжсталь» було проведено соціологічне дослідження яке показало, що вплив мотивів на працівників багато в чому залежать від віку, статі, кваліфікації, стажу роботи на підприємстві, рівня свідомості. За

результатами опитування лише 60,7 % працівників знають про існування системи стимулювання на підприємстві. З них 70,5 % задоволені нею. Головними цінностями працівників є: здоров'я – 93,3 %; матеріальне забезпечення життя – 84,5 %; сім'я та діти – 77,8 %; безпека власна та близьких – 46,9 %; цікава та улюблена робота – 37,6%. Оцінюючи співвідношення мотивуючих факторів для різних вікових категорій працівників, можна сказати що на перших місцях для всіх є: заробітна плата, умови праці та стан емоційної напруги. Для молоді – можливість підвищити кваліфікацію та самореалізація у професії. Для категорії від 35 до 50 років значущим є відносини з колегами та додаткові пільги, які може надати підприємство. Для категорії старше 50 років – отримання додаткових пільг.

Високим відсотком задоволеності опитувані відзначили такі аспекти своєї роботи, як: відносини в колективі – 89,1 %; відповідність роботи особистим здібностям – 76 %; змістовність праці – 72 %; відносини безпосередньо з керівником – 71,3 %; виконувана робота – 70,2 %; соціальна політика – 68,1 %; корпоративна культура – 65,5%. З усіх опитаних працівників 41,4 % задоволені заробітною платою, 58,6 % – не задоволені. Це є дуже важливим моментом при розробці та впровадженні системи мотивації. Так як, поки працівники не будуть вважати рівень своєї заробітної плати на достатньому рівні, інші методи стимулювання не будуть мати значний вплив. Крім того, частина робітників задоволені виконуваною роботою, але не задоволені умовами праці (42 %), матеріально-технічним забезпеченням та станом устаткування на робочому місці (43 %).

Низький відсоток задоволеності серед опитуваних спостерігається у інформативному аспекті, відсутність інформування про діяльність та плани, політику та стратегію комбінату. Треба підвищити рівень інформування з метою зниження психічного дискомфорту та формування позитивного настрою робітників підприємства.

Проблемними точками в незадоволеності працівників виявились: розмір заробітної плати; матеріально-технічне забезпечення та стан обладнання на робочому місці; інформативність про діяльність та плани підприємства; – оцінка роботи зі сторони керівника. Це дає поштовх для вдосконалення системи нематеріальної мотивації, використання нових методів для усунення проблемних ділянок та підвищення задоволеності роботою працівників на ПАТ «Запоріжсталь».

Використання різних форм і методів стимулювання дозволить сформувати керівництву ПАТ «Запоріжсталь» діючу мотивацію персоналу до ефективної діяльності, що, у свою чергу, буде сприяти не тільки функціонуванню, але й розвитку підприємства. Безумовно, для кожного конкретного працівника повинна бути побудована окрема система мотивації та стимулювання з урахуванням: особистих якостей, наявністю тих або інших ресурсів на підприємстві. Дієвість запропонованих методів може бути оцінена лише з часом.

Гризовська Л.О., канд. екон. наук, ст. викладач
Гаджук М.О., студент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗНАННЯ ЯК КОМПЛЕКС НЕОБХІДНИХ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПРАЦІВНИКІВ

Сучасні тенденції забезпечення конкурентного статусу підприємства, а саме процесно-орієнтоване управління підприємством вимагають пристальної уваги не

лише до самого бізнес-процесу, а й до ресурсів, що забезпечують його реалізацію. На підприємствах одним з найважливіших ресурсів, від яких в першу чергу залежить рівень обслуговування, якість надання послуги, а отже і ефективність підприємства в цілому є персонал. Тож його характеристики формують передумови для ефективного функціонування підприємств і як наслідок є об'єктом управління та дослідження.

За умов якісної зміни природи конкуренції одним із найважливіших чинників успіху економічних організацій різних типів і бізнес-профілів є раціональне використання ресурсів, причому не так матеріально-технічних і фінансових, як інтелектуальних.

Власне, управління знаннями не є чимось новим. Підприємства завжди здійснювали освітні програми, проводили тренінги, застосовували інші техніки для набуття й поширення передового досвіду та знань. Однак за умов, коли успіх чи поразка підприємства залежать від його здатності використовувати інтелектуальні активи, управління знаннями перетворюється на основний чинник конкурентоспроможності. Найкращим секретом підприємства стає секрет, як не мати секретів від колег [1].

Дослідження свідчать: підприємства, що організували управління знаннями, фіксують підвищення якості управлінських рішень (71 % респондентів), прискорення реакції на зміни бізнесу (68 %) та поліпшення роботи з клієнтом (64 %) [2].

Отже, в сучасному бізнес-середовищі керівники мають постійно знаходити відповідь на фундаментальні запитання: «Що робить наше підприємство унікальним?» та «Як ми можемо підтримувати цю унікальність?».

У цьому контексті мова йде не стільки про професійні знання персоналу підприємства сутність і зміст управління якими є достатньо дослідженими, а більшою мірою про наукові й технічні знання, які дозволять обрати і реалізувати наявні і перспективні напрямки інноваційного розвитку ринкових можливостей. До них, зокрема, слід віднести:

1. Наукові знання, що стосуються: циклічності економічного розвитку і підходів до визначення фаз економічних циклів; методів прогнозування тенденцій розвитку складових зовнішнього макросередовища; методів прогнозування тенденцій розвитку науки і техніки у галузі у якій працює аналізоване підприємство, суміжних галузей, а також їх впливу на галузь (галузі) тощо.

2. Науково-технічні знання, що стосуються: відкриттів; останніх науково-технологічних досягнень у галузі в якій працює підприємство і які зафіксовані в об'єктах промислової власності (патентах, корисних моделях, промислових зразках, ноу-хау тощо), наукових монографіях і статтях, оприлюднені на науково-практичних конференціях; раціоналізаторських пропозицій працівників підприємства; джерел, алгоритмів і процедур пошуку, аналізу, систематизації і відбору науково-технічної інформації; методів і процедур діагностики стану підприємства тощо.

У сучасних умовах важливою складовою загального управління є процес формування організаційного знання, який найтіснішим чином пов'язується з концепцією ключових компетенцій [3] (рис. 1).

У цьому контексті ключова компетенція являє собою спеціальну категорію організаційної компетенції, що сприяє підприємству (установі) у формуванні й підтримці стійкої стратегічної конкурентної переваги.

Рис. 1. Знання, навчання й базова компетенція організації

Успішна діяльність будь-якого підприємства в умовах динамічного розвитку споживчих потреб потребує активної і результативної інноваційної діяльності, а значить – постійного оновлення організаційного знання. Організаційне знання – як комплекс необхідних для здійснення бізнес-процесів компетентностей працівників – наразі відіграє все більшу роль у набутті підприємствами конкурентних переваг. Тим більше, якщо підприємство реалізує стратегію виходу на нові ринки, яка потребує нових підходів до роботи зі споживачами. Важливо при цьому обґрунтовано підходити до формування програм розвитку організаційного знання.

Список використаних джерел

1. Абдикеев, Н.М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса / Н.М. Абдикеев, А.Д. Киселев / Под науч. ред. проф. Н.М. Абдикеева. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 382 с.

2. Климчук, А.О. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності / А.О. Климчук, А.М. Михайлов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/.

3. Стоунхауз, Д. Управление организационным знанием / Д. Стоунхауз // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – С. 24.

Гук Л.П., канд. екон. наук
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
м. Київ

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

Формування пропозиції робочої сили характеризується показниками економічної активності населення, а також індикаторами, що віддзеркалюють зміни у пропозиції

робочої сили, пов'язані із суто демографічними чинниками. *Система індикаторів динамічної характеристики пропозиції робочої сили з точки зору економічної активності населення* включає статистичні показники, що, по-перше, фіксують кількість безробітного, економічно неактивного населення, навантаження на вільне робоче місце, а, по-друге, надають якісні характеристики цих показників. Кількість економічно неактивного населення віком 15-70 років у 2017 р. становила 10,9 млн. осіб, або 38 % всього населення відповідної вікової групи. Кожен другий економічно неактивний був пенсіонером, кожен п'ятий – учнем або студентом або виконував домашні (сімейні) обов'язки.

До вищезазначеної категорії осіб належать незайняті особи працездатного віку, які припинили активні пошуки роботи, тому що втратили надію її знайти (зневірені). Вони не знали, де і як шукати роботу та переконані у відсутності підходящої роботи. Порівняно із минулим роком ця категорія осіб зменшилась та становила 87,6 тис. осіб. або 1,2 % економічно неактивного населення працездатного віку. Остання категорія громадян за умови сприятливої кон'юнктури могла б запропонувати свою робочу силу на ринку праці, а отже, є потенціалом поповнення лав економічно активного населення. З урахуванням зазначених осіб рівень безробіття населення (за методологією МОП) становив би у 2017 році 10,6 % проти 9,5 відсотків.

Рівень зареєстрованого безробіття в середньому за 2017 р. склав 2,1 % від економічно активного населення працездатного віку. Зазначений показник був вищий у жінок (2,4 %), порівняно з чоловіками (1,8 %), та сільського населення (2,8 %), порівняно з міськими жителями (1,7 %). Найвищий рівень цього показника в зазначеному періоді був зафіксований у Кіровоградській області (3,2 %), а найнижчий – у м. Києві (0,6 %).

Дисбаланс між попитом і пропозицією зумовлюється нерівновагою між кількістю робочої сили, яка створює пропозицію на ринку праці, і кількістю робочих місць, які формують попит. На українському ринку праці спостерігається масштабна диспропорція між кількістю робочих місць, з одного боку, й кількістю працівників з певною спеціалізацією, з іншого. Не дивлячись на потужний потенціал, розгалужену багаторівневу систему надання населенню освітніх послуг, на разі очевидним є розрив між попитом і пропозицією робочої сили.

Внаслідок загального збільшення попиту на робочу силу, навантаження зареєстрованого незайнятого населення на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) станом на кінець 2017 р. становило 7 осіб проти 14 на відповідну дату 2014 р. За видами економічної діяльності навантаження зареєстрованого незайнятого населення на вільні робочі місця становило: для сільського господарства – 41 особу; для фінансової та страхової діяльності – 19, державного управління – 9, промисловості й будівництва – по 4 особи.

За регіонами країни навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) на кінець 2017 р., порівняно з відповідною датою 2014 року, найбільше знизилося у Луганській (з 101 до 18 осіб), Хмельницькій (з 75 до 10 осіб), Запорізькій (з 86 до 26 осіб), Івано-Франківській (з 52 до 9 осіб), Вінницькій (з 61 до 25 осіб) областях. Водночас, найвищих значень цей показник у 2017 р. досягнув у Черкаській (74 особи), Запорізькій (26 осіб), Вінницькій (25 осіб) областях, а найнижчим був у м, Києві, Львівській, Київській і Волинській областях, де показник навантаження коливався від 1 до 4 осіб на одне вільне робоче місце.

Слід зазначити, що на Сході та Півдні України навантаження на одне вільне робоче місце за розглянутий період було найбільш варіативним, а у Північному регіоні

стабільно невисоким. Найскладніша ситуація в регіональному розрізі склалась у центральних областях України, де навантаження перевищувало на кінець 2017 р. 20 осіб на одну вакансію.

Внаслідок формування негативних демографічних процесів в Україні протягом останніх років значно знизився трудовий потенціал. Перш за все, слід зазначити, що демографічна ситуація в Україні на національному рівні в короткостроковій і довгостроковій перспективі виглядає несприятливо. Оцінюючи формування пропозиції робочої сили, необхідно брати до уваги такі якісні демографічні характеристики, що впливають на рівень соціально-трудової активності робочої сили, як вікова і статева структури, кваліфікація, мобільність робочої сили. Відбувається зменшення в абсолютному вимірі чисельності працездатного населення, а одночасно з цим виникають дисбаланси на ринку праці. Так старіння населення та виїзд за кордон фахівців, що здобули освіту в Україні звужує пропозицію робочої сили.

Подальше підвищення рівнів зайнятості означає залучення до економічної активності додаткових категорій населення, що особливо важливо в світлі очікуваних демографічних проблем. Нестабільна соціально-економічна ситуація в країні стимулює вихід на ринок праці незахищених категорій населення, зокрема внутрішньо переміщених осіб, молоді, жінок з неповнолітніми дітьми актуалізує проблему дослідження наявності демографічних обмежень формування пропозиції робочої сили. Актуальність вирішення питань розширення пропозиції робочої сили вимагає пошуку практичних можливостей додаткового залучення до економічної активності. В першу чергу це стосується осіб найстаршої та наймолодшої вікових груп. З одного боку, обмеженням є слабке здоров'я, відсутність навичок, необхідних для роботи в умовах швидких технологічних змін, втрата кваліфікації і, відповідно, скорочення попиту на працю осіб передпенсійного віку з боку роботодавців; з іншого, обмеженням виступає продовження навчання для молоді у вищих навчальних закладах, коли вища освіта зокрема та навчання протягом життя загалом перетворилися на соціальну норму.

Усе частіше, здобувши освіту, молодь залишається працювати, будує кар’єру і влаштовує подальше життя за кордоном. Як результат – Україна втрачає не лише якісну робочу силу (освічену, активну, мобільну, конкурентоспроможну) і платників податків до бюджету, що гальмуватиме економічне зростання держави, але й в цілому ресурс для відтворення української нації. Трудова міграція певним чином зумовлена падінням престижу робітничих професій, неефективним інформуванням населення щодо попиту на професії, недостатньою участю суб’єктів господарювання у розв’язанні проблем професійної освіти і навчання. Наявний дисбаланс призводить до зниження ефективності функціонування підприємств, установ та організацій через неможливість знайти необхідну робочу силу, а також до неспроможності робочої сили знайти відповідну роботу, що, в свою чергу, веде до зниження її людського потенціалу через швидке старіння знань, що не використовуються.

На українських підприємствах хронічно бракує кваліфікованих робітників за виробничими професіями, зокрема робітників з інструментом, з обслуговування, експлуатації і контролю за роботою технологічного обладнання, машин тощо.

На українських підприємствах у 2017 р. у порівнянні із 2010 р. відзначалося збільшення структурного дефіциту робітників з обслуговування, експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування на 42,7 %, технічних службовців на 29,4 % та кваліфікованих робітників з інструментом на 13,0 %. Серед них частка двох останніх професійно-кваліфікаційних груп у структурі пропозиції робочої сили зменшилась, тоді як пропозиція робітників з обслуговування,

експлуатації та контролювання за роботою технологічного устаткування не змінилась. Роботодавців не задовольняє якість підготовки кадрів, що пов’язано із застарілою матеріально-технічною базою освітніх закладів, недосконалістю кваліфікаційних характеристик на професії та види робіт, державних стандартів професійно-технічної освіти тощо.

Можливими причинами дефіциту професіоналів на підприємствах національної економіки можуть бути, по-перше, недостатня пропозиція відповідних фахівців з боку системи підготовки кадрів, по-друге, неготовність підприємств платити конкурентну заробітну плату. Якщо дефіцит обумовлений браком пропозиції, то завдання полягає в підвищенні еластичності реагування системи професійної освіти на потреби ринку праці. Якщо ж справа в обмеженні попиту, то вихід треба шукати в підвищенні ефективності функціонування підприємств і формуванні конкурентної оплати праці, що дозволяє залучати та утримувати потрібних фахівців. Крім того важливим є формування комплексного підходу до прогнозування потреб виробничої та невиробничої сфер у кваліфікованих спеціалістах і робітниках з урахуванням структури національної економіки.

Давидова О.А., канд. екон. наук, доцент
Возняківська О.Р.
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

В умовах жорсткої конкуренції та появою великої кількості однотипних продуктів та послуг велике значення приділяється формуванню лояльності споживачів. На сьогоднішній день основним завданням готелів є формування постійної клієнтської бази та стимулювання споживчої прихильності до власного бренду.

В сучасних умовах збільшення конкуренції в сфері готельного бізнесу виникає необхідність вдосконалення системи управління лояльністю клієнтів. Дослідженням проблем та можливостей формування лояльності серед клієнтів в теперішній час займається значна кількість як зарубіжних, так і українських вчених, серед яких Шафігулліної Р., Вашкеєвої В.В., Пана Л.В., Смирнова С., Нікольскої Е.Ю., Тарасенко А.К., Кабанова А.А. та інших. Наразі результати останніх досліджень показали, що теоретичні та практичні аспекти формування споживчої лояльності в сфері готельних послуг потребують додаткових обґрунтувань.

Лояльність як поведінковий факт виникає у зв'язку з тим, що споживач сприймає всі вигоди, які йому надає бренд,-функціональні, імідж, рівень сприйманого якості. Поведінка, що виражається у формі лояльності бренду, в більшості випадків є своєрідним «поведінковим навиком» [3].

Програми лояльності в готельному бізнесі спрямовані на реалізацію маркетингової стратегії з формування та розвитку взаємовідносин між клієнтом та закладом, яка передбачає: створення клієнтської бази даних; інформування клієнтів про нові пропозиції готельних послуг, про нові тарифи; визначення вимог і побажань клієнтів ще до заїзду в готель; бронювання номерного фонду та готельних послуг тощо. Чітких директив по розробці програм споживчої лояльності не існує, кожна організація

приймає це рішення самостійно виходячи зі своїх фінансових і організаційних можливостей.

Однак існують принципи, якими доцільно керуватися, зокрема [2]:

– програма повинна бути очевидною і зрозумілою для споживача, не повинні виникати якісь труднощі у клієнта з розумінням нарахування балів або привілеїв;

– програма не повинна бути тягарем клієнту, не треба приділяти йому зайву увагу і засипати його непотрібною електронною або поштовою розсилкою;

– програму лояльності готелю доцільно пов'язати з компаніями-партнерами, що працюють в суміжних галузях;

– пакет привілеїв і пільг програми повинен формуватися на основі маркетингових досліджень споживчого ринку;

– поєднання матеріального і нематеріального заохочення споживачів дозволяє збільшити зацікавленість гостей готелю в участі в програмах лояльності;

– використання різноманітних інструментів комунікації з постійними клієнтами, збір для цього необхідної інформації, створення клієнтської бази;

– отримання результатів від функціонування програми споживчої лояльності для готелю носить пролонгований характер, як правило, ефект досягається при тривалому функціонуванні програми.

Лояльність споживача готельних послуг формується під впливом різноманітних чинників, які впливають на систему управління лояльністю клієнтів, що в свою чергу включає раціональні, емоційні компоненти формування лояльності споживача готельних послуг та соціально-демографічні особливості клієнтів (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Чинники формування споживчої лояльності клієнтів готелю

Чинники формування споживчої лояльності клієнтів		
Раціональні	Емоційні	Соціально-демографічні
- Якість готельного обслуговування.	- Довіра до готельного бренду і інформованість про нього.	- Вік.
- Місце розташування готелю.	- Досвід проживання в готелях.	- Стать.
- Набір основних і додаткових готельних послуг.	- Стиль життя.	- Національність
- Матеріально технічна база готелю.	- Захоплення і хобі.	- Склад сім'ї
- Інноваційні технології в обслуговуванні.	- Цільові установки і мотиви.	- Соціальний статус.
- Цінова політика, наявність програм споживчої лояльності.	- Реклама заходи готелю та маркетингова політика	
- Професіоналізм персоналу готелю		

Однією із важливих умов формування лояльності клієнта є задоволення його потреб. Для того, щоб успішно розробити та втілити в життя стратегію задоволення потреб варто звернути увагу на такі елементи:

1) Індекс задоволеності споживачів. Даний показник дає змогу оцінити, як відноситься споживач до бренду та його продукту.

2) Дослідження ринку. Цей етап дозволить визначити потреби ринку, в якому напрямку слід рухатись та що необхідно змінити. При цьому досить важливо

прислухатись до потреб власних клієнтів, а також дослідити, чому деякі споживачі відмовились від послуг готелю. Дослідження мають проводитись досвідченим персоналом метою якого є визначити які мотиви підштовхнули споживача до користування послугами готелю, а також що вплинуло на рішення припинити цими послугами користуватись.

3) Зворотний зв'язок. Оцінка та аналіз коментарів та пропозицій споживачів, їх скарг та своєчасне реагування на них є дуже важливим для формування лояльності клієнтів. Сучасному споживачеві необхідно розуміти свою важливість для компанії, врахування його пропозицій. Такий метод дозволить сформувати у споживачеві лояльність до бренду значно дієвіше, аніж система знижок.

4) Стратегічні дії. Важливим фактором при формуванні лояльності у споживача є врахування ступеня його задоволеності, адже це показник того, наскільки добре або погано компанія задовольняє потреби клієнтів. Визначення ступеню задоволеності головним чином дозволить виявити слабкі місця, що потребують поліпшення. Тому досить важливо розуміти чого потребують споживачі.

5) Персонал, що працює зі споживачами. Співробітники, які безпосередньо перебувають у контакті зі споживачами, можуть таж впливати на формування лояльності. Вони повинні бути насамперед підготовлені належним чином і бути зв’язною ланкою між споживачем та керівництвом компанії, передаючи інформацію про потреби та пропозиції клієнтів по інформаційних каналах компанії.

Отже, формування програми лояльності – це чудова можливість для підвищення прибутковості готелю, формування його конкурентоспроможності, створення сталої клієнтської бази. Правильно розроблена стратегія формування лояльності призведе компанію до успіху та процвітання. Високоякісні послуги, що надаватимуться готелем з урахуванням потреб споживачів сприятимуть підвищенню рівня їх задоволеності та сприятимуть довгостроковим фінансовим успіхам бренду.

Проте варто розуміти, що процес формування лояльності клієнта – досить складний та кропіткий процес, який вимагає великої уваги. Лише продуманий ланцюжок дій дозволить готелю запустити механізм формування лояльності з метою залучення постійних клієнтів.

Список використаних джерел

1. Вашкеєва, В.В. Формування лояльності споживача в готельному бізнесі / В.В. Вашкеєва, Е.Г. Телічева // «Вченні нотатки ТОГУ». – Том 6. – № 3. – 2015. – С. 103-112.

2. Кабанов, А.А. Вдосконалення управління сферою готельних послуг на основі підвищення лояльності клієнтів / А.А. Кабанов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://guu.ru/files/dissertations/2016/09/kabanov_a_a/dissertation.pdf

3. Скоробогатий І. Оцінка маркетингу: все простіше, ніж здається. / І. Скоробогатий / Маркетолог. - Грудень 2004. - С.29-31

Давидова О.А., канд. екон. наук, доцент
Мала О.М.
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СОЦАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

За загальним визначенням готельний бізнес – це економічна діяльність, метою якої є одержання прибутку шляхом створення усіх необхідних умов для задоволення потреб клієнтів у наданні комфортного і якісного тимчасового житла.

Готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового мешкання приїжджих.

Готельний бізнес перебуває на складному етапі через впровадження в Україні не завжди ефективних економічних реформ. Однак, саме у цій сфері підприємницької діяльності, раніше від інших сфер господарювання повинні реалізуватися елементи ринкового механізму.

Характерною рисою сучасного суспільства є активне застосування в економіці та перспективне домінування інформаційно-комунікаційних технологій. Завдяки цьому значна кількість компаній, у тому числі готельного бізнесу отримують можливість ефективного виходу на ринок і набувають значних конкурентних переваг.

Щоб зробити готель популярним, потрібно приділяти багато уваги його рекламі. Для реклами готелів можна застосовувати різні методи, в тому числі і розкрутку в Інтернеті. Просування готельного бізнесу в Інтернеті дає можливість привернути до нього увагу потенційних клієнтів, адже саме Інтернет-користувачі в даний час складають велику частку цільової аудиторії готелів.

На сьогоднішній день відвідувачі готелів звикли знаходити всю необхідну їм інформацію про ті чи інші заклади через Інтернет. На різних Інтернет-ресурсах відвідувачі готелів можуть почитати цікаву для них інформацію про певні заклади і навіть відразу забронювати номер – якщо є послуга онлайн-бронювання.

Реклама готелю в Інтернеті набагато більш ефективна (за витратами на залучення одного клієнта), порівняно з іншими способами реклами готельних послуг (зовнішня реклама, об’яви в пресі і т. д.).

Інтернет-реклама готельного бізнесу надає рекламодавцям безліч варіантів збільшити відвідуваність сайту і, тим самим, залучити нових клієнтів.

Щоб просувати готельний бізнес в Інтернеті, можна користуватися різноманітними способами. Так, найчастіше використовуються для просування готелю в Інтернеті пошукова розкрутка, контекстна реклама, банерна та розкрутка в соціальних мережах, що є суб’єктом нашого дослідження.

Соціальна мережа – це соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відображає розмаїті зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками (рис. 1) [1].

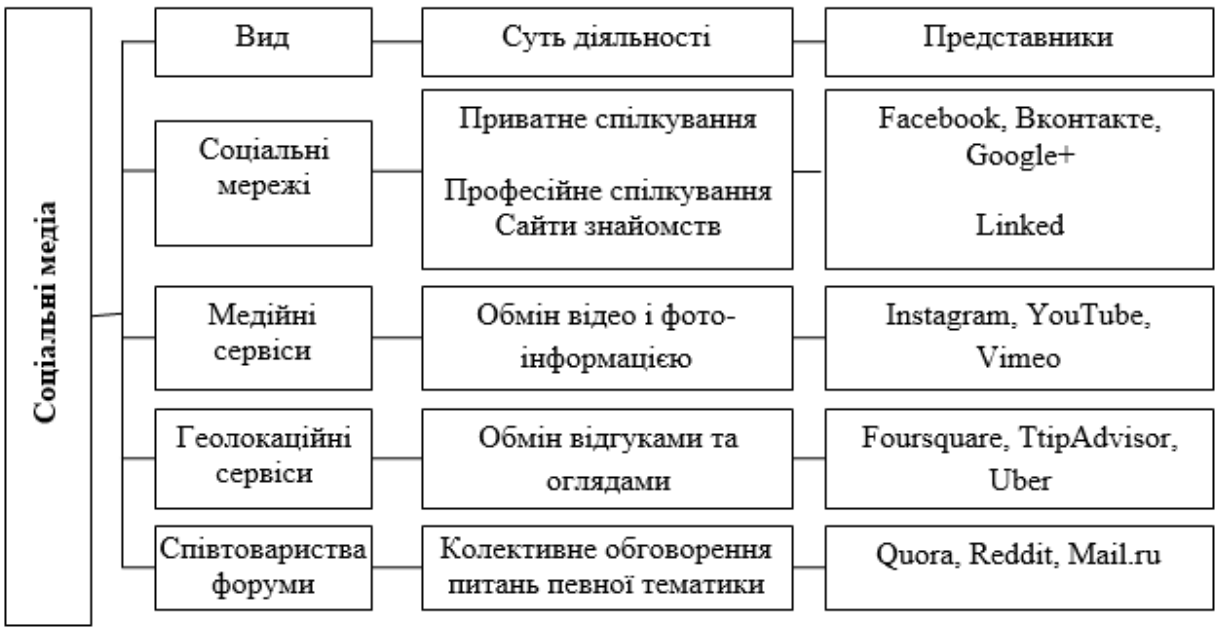


Рис. 1. Види соціальних медіа

Як видно з рисунку, соціальні мережі мають більш глибше змістове навантаження. Таким чином, застосування соціальних медіа дозволяє оперувати більшою кількістю інструментів у порівнянні з маркетингом у соціальних мережах.

В Україні соціальні мережі набули широкого розповсюдження у зв'язку з появою соціальних мереж Одноклассники та Вконтакте у 2006 році. Після розроблення інтерфейсу у Facebook та Twitter цей процес почав носити масовий характер. Підтвердженням цієї тези є те, що на сьогодні близько 40 млн. наших співвітчизників мають зареєстровані аккаунти у соціальних медіа.

У дослідженні розподілу найпопулярнішими серед них залишаються Вконтакте (59,7%) та Одноклассники (37,8%). Стрімким поширенням характеризується Facebook (29,1%) та Twitter (17,6%) [1].

Сьогодні без персональної сторінки в будь-якій популярній соціальній мережі не залишилося практично жодного Інтернет-користувача, а дуже багато Інтернет-користувачів проводять у соціальних мережах по кілька годин на день. Тому не дивно, що реклама в соціальних мережах для готелю є дуже дієвою та може принести хороші прибутки.

Для готелів можна створювати в соціальних мережах свої сторінки і спільноти (групи), в яких розповідати потенційним відвідувачам про можливі майбутні акції, різні заходи. На власних сторінках чи у спільнотах готелю можна також безпосередньо спілкуватися з цільовою аудиторією.

Об'єктом нашого дослідження стали такі соціальні мережі як Instagram, Facebook, Однокласники та Вконтакте, адже вони є найпопулярнішими у нашому регіоні. У них ми дослідили наявність сторінок 10 готелів міста Хмельницького, а саме: «Янісоль», «Арена», «Любе», «Тамерлан», «Парк готель», «Либідь плаза», «Берестьє», «Вік-Жан», «Південна брама» та «Собкофф», які користуються популярністю у Хмельничан.

За результатами дослідження, ми зробили висновок, що свою соціальну сторінку в мережі Instagram та Facebook мають 9 готелів з 10-ти, лише 3 готелі у Однокласниках та 5 у Вконтакте.

Всі досліджувані заклади є представлені в соціальній мережі. На своїх сторінках вони вказують графік роботи ресторану, показують фото номерів, вказують ціни, відгуки клієнтів, розповідають про можливі акції та події закладу.

Проведене дослідження профілів закладів, свідчить про залежність кількості читачів(потенційних клієнтів) від якості оформлення сторінки в соціальній мережі. Щоб реклама в соціальній мережі була дієвою потрібно правильно вести свою сторінку, а саме: представляти номери гарними професійними фото, частіше ділитись новинами, завжди відповідати на запитання потенційним клієнтам, вказати інформацію про заклад, не критикувати інші заклади.

Отже, найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у готельному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

Список використаних джерел

1. Украинцы в социальных сетях: масштабное исследование «Яндекса» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ain.ua/2014/08/21/537620.

2. Онищенко, О.С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства:[монографія] / [О.С. Онищенко, В.М. Горовий, В.І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.

Демко В.С., викладач
Таврійський державний агротехнологічний університет
м. Мелітополь, Запорізька обл.

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ДОМОГОСПОДАРСТВ

В умовах економічної кризи, яка має місце в Україні, посилюються негативні процеси в суспільстві такі як спад виробництва, вивільнення працівників, збільшення надлишку робочої сили, відсутність капіталовкладень на створення нових робочих місць, реструктуризація господарства. Велике занепокоєння викликають проблеми невеликих міст і сіл: населення села старіє, молодь виїжджає у великі міста або взагалі до інших країн, безробіття в селах зростає, освіта населення падає, села вимирають. Все це вимагає пошуку адекватних заходів щодо вирішення цих проблем, стабілізацію регіональної економіки та відродження села. А враховуючи стратегічну важливість сільського господарства, воно має бути центром економічного розвитку села. Для цього потрібно сформулювати ряд ефективних заходів. Один з них – забезпечення можливості диверсифікації виробничої діяльності та альтернатив додаткового джерела доходу. Саме таким інструментом може стати сільський зелений туризм, який не вимагає великих фінансових вкладень та може стати джерелом привабливості, унікальності функціонування сільськогосподарського бізнесу в регіоні.

Проблеми розвитку сільського зеленого туризму досліджують В Биркович, В. Васильєв, П. Горішевський, В. Гловацька, Ю. Зінько, М. Кострица, Н. Кудла, М. Рутинський, а також зарубіжні вчені К. Дронг, В. Котлінський, Я. Маєвський, С Медлік, Я. Сікора та ін.

Незважаючи на це, ряд аспектів цієї актуальної проблеми в нових економічних умовах залишаються недостатньо вивченими і потребують більш глибоких досліджень.

Комплексний розвиток сільськогосподарських туристських послуг можна розглядати як інструмент покращення базових економічних показників домогосподарств. У свою чергу, вони допоможуть подолати негативне ставлення молоді до сільськогосподарського бізнесу. Сприятиме відновленню Агропромисловості в країні, також може стати інструментом досягнення сталого розвитку сільських громад.

Биркович В.І. визначає сільський зелений туризм як специфічну форму відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів, особистого селянського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості, а також культурної, історичної спадщини регіону [3, с. 82].

Рутинський М.І. його окреслює як відпочинок у сільській місцевості, який характеризується тим, що, по-перше, відпочивальники ведуть сільській спосіб життя і знайомляться з місцевими звичаями; по-друге – це надання господарями туристу-відпочивальнику (споживачу) якісної послуги, яка повинна повністю відповідати його попиту [5, с. 14].

Булах Т.М. цей вид туризму позиціонує як знайомство з місцевим побутом в агрооселях, вивчення традицій проведення народних свят, фольклорної творчості, організації подорожей вихідного дня [4, с. 72].

Законом України «Про особисте селянське господарство» передбачено класифікація домогосподарств, яким додатково надається статус: «Зелена садиба», «Еко-ферма», «Етно садиба» вони проходять категоризацію та отримують сертифікат якості наданих послуг. Додатковий статус виступає основою для розвитку сільського зеленого туризму та аграрного сектору в Україні, тобто є додатковим джерелом доходу селян не порушуючи основну сільськогосподарську діяльність [1].

Туристична активність може розглядатися як чинник для підвищення економічної ефективності в кількох аспектах.

По-перше, це ознайомлення з традиціями певного виробництва за рахунок включення гостей до сільськогосподарського виробництва. Це сприяє розвитку туристичного сервісу в селі, відтворення тісного контакту між господарями та гостями, інтегруючи гостя в життя господарів. Перевага полягає в тому, що технологія впровадження виробництва є дуже близька до традиційної і господар отримує додатковий зиск.

По-друге, пропозиція сільських туристських послуг на фермі є формою прямого контакту з потенційними споживачами сільськогосподарської продукції. В розвитку аграрного туризму для реалізації прямих продаж з деякими обмеженнями на продукти тваринного походження. Це продаж курячого та кроликового м'яса, яєць, молока та молочних продуктів з овець, кіз та буйволиного молока, за певних санітарно-гігієнічних умов. Окрім прямих продажів є можливість включення продуктів, вироблених на фермі, до різних страв. Перевага, в даному випадку, це скорочення транспортних витрат, пов'язаних з реалізацією продукції і уникнення посередників у ланцюжку поставок. Це покращує структуру ціни реалізованої продукції, зменшуються витрати і збільшується абсолютна величина прибутку.

По-третє, формування бренду продуктів, вироблених на фермі через організацію екскурсійних заходів, дегустаційних майстер-класів, особливо у випадку замкненого виробничого циклу для деяких готових виробів (молочних продуктів, домашньої консервації та ін.) Також можливо організовувати візити туристів на покупку свіжих фруктів і овочів, надання допомоги місцевим виробникам у зборі продукції.

По-четверте, організація свят та розвитку агротуристичного подієвого туризму. Основою є збережена етно культура святкування сільських свят (Івана Купала, Храмові свята, Обжинки та ін.) Важливою є комбінація традицій у виробництві певних сільськогосподарських продуктів з можливостями досліджувати сільську культуру, яка передається з покоління до покоління. Збережена національна культура, сама по собі, є винятковим привабливим продуктом. Це цікаво і корисно для тих, хто хоче максимально задовольнити споживача. А комплексний розвиток сільського господарства та послуг сільського зеленого туризму пов'язане з високим рівнем задоволеності виробника і споживача цих послуг. Саме це і є однією із форм повернення інтересу молоді до сільського господарства та відновлення українського села.

Отже, важливою умовою в розвитку малого або середнього сільського сімейного бізнесу є збереження агровиробництва (основи, яка визначає територіальну особливість регіону). Надання туристичних послуг при функціонуванні цього агровиробництва створює додаткові можливості для рентабельного та економічно ефективного функціонування господарства.

Сільський зелений туризм можна розглядати як самодостатню бізнес-ініціативу, як форму стимулювання розвитку економіки сільського господарства для досягнення сталого розвитку в українському селі.

Можливість комплексного розвитку сільського господарства за допомогою впровадження туристичних пропозицій, будівництва сільських зелених садиб, етно

садиб, екологічних садиб для розміщення та надання туристичних послуг туристам. Вони, у свою чергу, є ефективною формою сімейного бізнесу в сільському господарстві, що поєднує традиції виробництва, сільську культуру, духовність і романтичність села. Залучення туристів у село та ферму сприятиме розвитку туристичної інфраструктури – ресторан, готель, ринок, музей, дороги.

Вводячи необхідні стимули в методи управління селом, об'єднуючись в громади та вступаючи в кооперативи можна подолати демографічні та економічні кризи в селах. Через розвиток туризму, збереження національної культури, історичної спадщини, покращення навколишнього середовища, екологічного стану розвиток домогосподарств може розглядатися як інструмент сталого розвитку сільських територій.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про особисте селянське господарство» // Відомості Верховної Ради України. – 2003 р. – № 29. – С.232; 2015 р. – №21. – С. 133.
2. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55828
3. Биркович, В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович / Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2011. – № 1(6). – С. 138-143.
4. Булах, Т.М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села / Т.М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 11. – С. 143-147.
5. Рутинський, М.Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.

Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Бажан В.Г., ст. гр. ЕП-17 мз
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Успішність соціально-економічного розвитку аграрних підприємств регіону залежить від належного рівня інноваційного потенціалу в галузі. Новітні технології, освіта, інноваційний менеджмент і культура виробництва трансформуються у відповідний потенціал, зростання інноваційної активності підприємств аграрного сектору. У зв'язку з цим, дедалі більша увага приділяється підвищенню якості інтелектуальної складової як визначального напряму формування і розвитку інноваційного потенціалу підприємств [1].

Метою дослідження є наведення поняття інноваційного потенціалу аграрної сфери та визначення проблем його розвитку.

Інноваційний потенціал підприємства розглядався як сукупність наявних у розпорядженні, а також доступних як у короткостроковому, так і довгостроковому періодах, всіх видів ресурсів (трудових, земельних, матеріальних, грошових, нематеріальних), що є необхідними та зумовлюють здатність підприємства до

інноваційного розвитку. За основні складові інноваційного потенціалу сільськогосподарського підприємства виділяють наукову (інноваційна, науково-технічна, науково-інформаційна), матеріально-технічну, кадрову та фінансову.

Інноваційний (науковий) потенціал формує сукупність наукових знань, інформації про результати науково-технічних робіт, винаходи, проектно-конструкторські розробки, зразки нової техніки і продукції, які генеруються науково-дослідними організаціями, підрозділами, науковцями.

Структурними ланками інноваційного потенціалу є: стратегія, розробка та здійснення єдиної інноваційної політики, кадрове забезпечення інноваційних процесів, розробка програми інноваційної діяльності, забезпечення інноваційних проектів ресурсами (у тому числі фінансовими й інформаційними), відбір та впровадження інноваційних проектів, створення інноваційної інфраструктури, моніторинг інноваційної діяльності тощо [2].

За допомогою формування та реалізації інноваційного потенціалу значно підвищується ефективність діяльності сільськогосподарського сектору, але впровадження інновацій супроводжується низкою проблем.

Це є результатом таких негативних явищ як: застарілий машинно-тракторний парк, диспаритет цін на продукцію промисловості і сільського господарства, постійне зростання цін на паливо-мастильні матеріали, недосконала кредитно-фінансова система і законодавча база, обмеженість інформаційних ресурсів, втрата висококваліфікованих працівників тощо.

На інноваційний потенціал аграрних підприємств впливають зовнішні економічні фактори, такі як: державна інноваційна політика, політика кредитних установ, конкурентні стратегії споживачів, постачальників, фінансових посередників, зміни у вподобаннях споживачів тощо. Таким чином, лише ресурсний підхід є недостатнім для визначення поняття «інноваційний потенціал» [3].

Для формування інноваційного потенціалу аграрної сфери важливими є достатність фінансування НДДКР за обсягами, і наявність інституціонального забезпечення механізмів фінансування.

Темпи впровадження науково-технічних розробок аграрними підприємствами і масштаб їх використання залишаються незадовільними. Кількість впроваджених сучасних технологій, що були розроблені науково-дослідними установами зменшується.

Однією з глибинних проблем переходу сільськогосподарських підприємств на інноваційний розвиток залишається недостатність фінансового забезпечення як аграрної науки, так і впровадження інновацій на рівні підприємств.

В умовах політичної та соціально-економічної кризи можливості державних бюджетів вкрай обмежені; банківське кредитування є дорогим та переважно короткостроковим. За цих умов фінансування інноваційного процесу мають забезпечити спеціалізовані фінансові установи (державні та недержавні спеціалізовані інноваційно-інвестиційні фонди, венчурні фонди, лізингові компанії, страхові компанії) та власні сільськогосподарські підприємства й інші підприємства АПК області шляхом спрямування частини прибутку на інноваційні наукові розробки за рахунок:

- прямого фінансування новацій за замовленням;
- придбання готових наукових розробок;
- схем співучасті в генерації новацій;
- оплати частинами придбаних новацій.

Аналіз формування та діяльності небанківських фінансових установ в Україні засвідчує, що інституціональне становлення їх відбулося, але роль у фінансуванні інноваційних проектів є мізерною.

Подолання проблем впровадження інновацій потребує розробки нових підходів і принципів формування стратегічної політики. Інноваційний розвиток аграрних підприємств доцільно розглядати як систематизовану сукупність знань, відомостей, технологічних та організаційних рішень для забезпечення стабільного розвитку сільського господарства, зміцнення економічної та технологічної безпеки галузі необхідно нарощувати інноваційний потенціал.

Список використаних джерел

1. Александрова, В. Прогнозування впливу інноваційних факторів на розвиток економіки України / В. Александрова, М. Скрипниченко, Л. Федулова //Економіка та прогнозування. – 2007. – № 2. – С. 9-26.

2. Краснокутська, НВ. Інноваційний менеджмент / І.В. Краснокутська. – К. :КНЕУ, 2003. – С. 170-172.

3. Іванілов, О.С. Інноваційний потенціал підприємства / О.С. Іванілов, О.М. Таряник // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 12. – С. 5-7.

Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ВИРОБНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах переходу на інноваційну модель функціонування та розвитку економіки, технічний прогрес та інновації призводять до більш ефективного використання праці і капітальних інвестицій, і, таким чином, сприяють росту продуктивності – одного з основних чинників стабільного та ефективного економічного зростання.

Використання передових інноваційно-технологічних процесів є пріоритетним напрямком розвитку сільського господарства, який спрямований на динамічність агропромислового виробництва.

Надзвичайної актуальності набуває пошук таких інноваційних рішень, які б забезпечили підвищення ефективності функціонування аграрної сфери, раціонального природокористування та підвищення продуктивності землеробства і тваринництва в умовах обмеженості природних ресурсів. Нині постійне впровадження новітніх розробок є запорукою сталого розвитку сільського господарства.

Аграрна інновація (агроінновація) – це інновації, що реалізуються в аграрному секторі економіки з метою підвищення ефективності його діяльності та забезпечення стабільного розширеного відтворення агропромислового виробництва, реалізацією в господарську практику результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів рослин, порід і видів тварин і птиці, нових технологій в рослинництві, тваринництві і переробній промисловості, нових добрив і засобів захисту рослин і тварин, мінеральних добрив і засобів захисту рослин і тварин, нових методів профілактики і

лікування тварин і птиці, нових або покращених продуктів харчування, матеріалів, нових форм організації і управління різними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, що дозволяють підвищити ефективність виробництва [2].

Інноваційна діяльність відповідно до ст.3 Закону України «Про івестиційну діяльність», передбачає:

– випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій; прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;

– реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат;

– фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін стану продуктивних сил;

– розробку та впровадження нової, ресурсозберігаючої технології. призначеної для поліпшення соціального та екологічного становища [4].

Таким чином, сутність інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки полягає у розробці і впровадженні в аграрне виробництво прогресивних методів ведення господарства, в основі яких лежать методи ефективного виробництва продукції, застосуванні нового покоління техніки, використанні нової кадрової політики з врахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу. Основою інноваційного потенціалу виступає саме ресурсна складова (людські, матеріально-технічні, фінансові, інформаційні ресурси).

У Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності» серед стратегічних пріоритетних напрямів на 2011-2021 роки були визначені технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії; широке застосування технологій чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища [4].

Згідно з доповіддю «Глобальний індекс інновацій 2017», підготованою спільно Корнельським університетом, школою бізнесу INSEAD і Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ), Глобальний індекс інновацій (ГІІ) 2017 охоплює 127 економік світу й використовує 82 показники по цілому ряду тем [6].

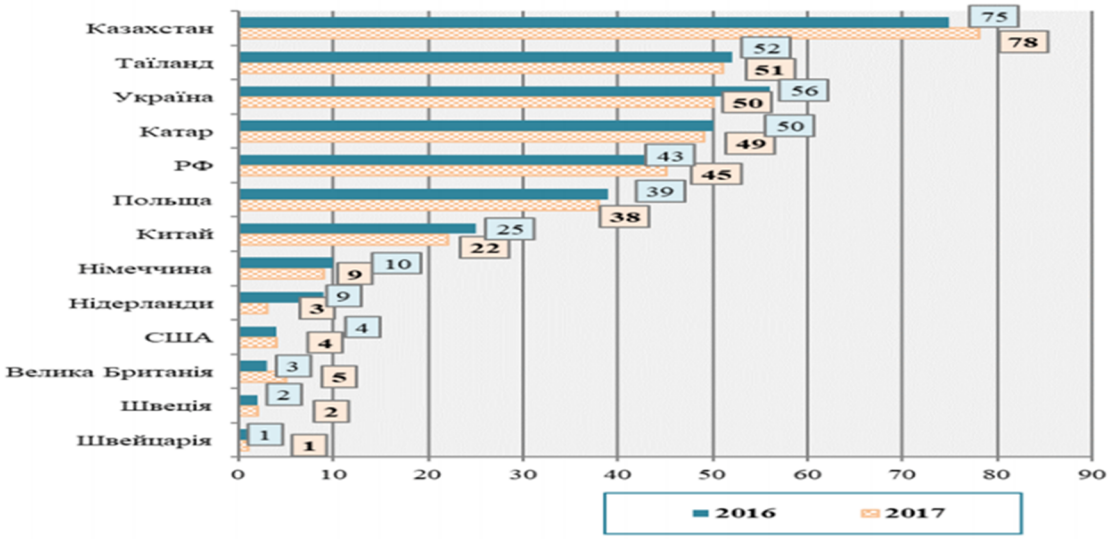


Рис.1. Динаміка ГІІ по країнах за 2016-2017 рр. [5].

У 2017 р. Україна перемістилась на 6 позицій і посіла 50 місце (у 2016 році – 56 місце), що обумовлено зростанням коефіцієнту інноваційної ефективності, тобто співвідношенням отриманого результату до інноваційних ресурсів.

Основними особливостями формування і розвитку інноваційного процесу в аграрній сфері є [5]:

– відмінність у природно-кліматичних умовах знаходження агропідприємств та спеціалізація виробництва;

– значна відмінність у періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки;

– різноманітність типів виробництва за організаційно-правовими формами та формами власності, розмірами, підпорядкованості тощо;

– залежність технології виробництва сільськогосподарської продукції від природно-кліматичних умов, дорожньо-транспортних мереж, віддаленість від центрів постачання та ринків збуту продукції і інших чинників;

– відособленість сільськогосподарських товаровиробників, віддаленість від інформаційно-консультаційних служб і організацій, які виробляють науково-технічну продукцію;

– різний соціально-освітній рівень робітників сільського господарства.

Впровадження та використання сучасних інноваційних технологій створюватимуть позитивний ефект, впливаючи на врожайність культур та продуктивність тварин, економію витрат, раціональне використання ресурсів та сприятимуть підвищенню економічного потенціалу агроекосистем.

Таблиця 1

Основні проблемами та переваги у впровадження інновацій в аграрній сфері

ПРОБЛЕМИ У ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ	
Рослинництво	– потреба у державних дотаціях; – відсутність нормативно-правового забезпечення; – високий рівень фізичного зношення вітчизняної техніки; – відсутність технологічного обладнання; – відсутність технології створення вихідного селекційного матеріалу; – необхідність висококваліфікованих кадрів, науковців.
Тваринництво	– потреба у державних дотаціях та стимулюванні; – необхідність проведення науково-дослідних робіт і залучення висококваліфікованого персоналу; – виникнення небажаних мутацій; – зниження здатності до розмноження; – можливість передачі інфекцій; – неконтрольований процес результатів селекційної роботи; – необхідність залучення інвестицій; – висока вартість оновлення і модернізації обладнання.
ПЕРЕВАГИ	
– суттєве підвищення якості отримуваної продукції, що відповідає усім екологічним вимогам безпечного виробництва продукції; – покращення умов утримання тварин, зниження захворювань і подовження господарського їх використання; – підвищення продуктивності діяльності, що в цілому забезпечує одержання більшого обсягу доходу на одиницю ресурсу; – ефективне і гнучке використання робочого часу та зменшення фактору трудомісткості у собівартості виробництва продукції; – приносити користь споживачам і суспільству в цілому.	

Низький рівень використання досягнень аграрної науки агровиробництвом закономірно призводить до зниження якості робіт. Це пов’язано з низьким рівнем формування великих аграрних підприємств та слабкою інтеграцією фермерських господарств. Як наслідок, неефективність застосування сучасних дорогих технологій та технічних засобів виробництва.

Використання інновацій та техніко-технологічних розробок в аграрній галузі дасть змогу нарощувати конкурентні переваги, покращити ефективність виробничо-господарської діяльності загалом, оскільки аграрна галузь у економічно розвинутих країнах поступово перетворюється у наукомістку галузь виробництва [8].

Нажаль, аграрні підприємства низькими темпами здійснюють трансфер інновацій у повсякденну роботу. Це пов'язано з відсутністю дієвих економічних стимулів, які б заохочували підприємства здійснювати технологічну модернізацію шляхом активного впровадження інновацій у виробництво.

Основними напрямами розвитку інноваційної діяльності на сільськогосподарських підприємствах:

– вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю сільськогосподарських підприємств;

– технічне і технологічне переоснащення сільськогосподарських підприємств;

– активізація інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств, шляхом надання різних пільг, поліпшення фінансування, розширення консультаційних послуг;

– підвищення результативності наукових досліджень шляхом поліпшення матеріально-технічної бази, посилення кадрового забезпечення наукових колективів;

– Інтеграція дрібних підприємств у великі виробничі структури.

Інноваційний розвиток аграрних підприємств доцільно розглядати як систематизовану сукупність знань, відомостей, технологічних та організаційних рішень для забезпечення стабільного розвитку сільського господарства, зміцнення економічної та технологічної безпеки галузі необхідне впровадження новітніх прогресивних технологій.

Список використаних джерел

1. Закон України про інноваційну діяльність:№ 40-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. Режим доступу – www.rada.gov.ua.]
2. Крачок, Л.І. Новітні технологій в сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження [Електронний ресурс] // Л.І. Крачок // Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал.– 2013. – №3. – режим доступу http//www.google.com.ua.
3. Нелеп, В.М. Планування на аграрному підприємстві: підручник – 2-ге вид., перероб. тдоп. / В.М. Нелеп. – К.: КНЕУ, 2004, – 495 с.
4. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
5. Янковська, О.І. Особливості інновацій в сільському господарстві / О.І. Янковська // Матеріали Всеукр. заочн. наук.-практ. конф. [«Економіка XXI століття: виклики та проблеми»], Ужгород, лист. 2009 р.); ред.. кол. Ф.Г. Ващук / Мін-во освіти і науки, Закарп. Держ. Ун-т. – Ужгород : ЗакДУ, 2010. – С. 304-308.
6. The Global Innovation Index 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report

Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ГРОШОВІ ПОТОКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ФОРМУВАННЯ

В сучасних умовах розвитку України багато підприємств поставлені в умови самостійного вибору стратегії та тактики свого розвитку. Стабільність фінансового стану підприємств значною мірою залежить від раціонального використання грошових потоків, можливості задовольняти дефіцит та генерування їх у достатній кількості. А тому грошові потоки в системі управління фінансово-господарською діяльністю підприємств займають провідне місце: аналіз їх стану є важливою складовою оцінки фінансового стану, планування розміру вхідних і вихідних потоків пов'язане з узгодженням операційних, інвестиційних і фінансових стратегій розвитку. Від ефективності управління грошовими потоками залежить реалізація поточних і довгострокових цілей і завдань підприємства, виконання зобов'язань перед кредиторами, стабільність виробничої діяльності, фінансова стійкість у перспективі.

Концептуальні основи сутності, виникнення та руху грошових потоків достатньо широко розглядаються в працях зарубіжних та вітчизняних вчених: Ю. Брігхема, Л. Гапенскі, Д. Ван Хорна, І. Бланка, О. Павловської, Л. Лігоненко, А. Поддєрьогіна та інших, але процес вдосконалення ще триває, що потребує подальших наукових досліджень.

Метою дослідження є висвітлення особливостей формування грошових потоків на підприємстві.

Здійснення фінансово-господарської діяльності пов'язане з надходженням і вибуттям грошових коштів та їх еквівалентів, які характеризують грошові потоки підприємства. Аналіз руху грошових коштів підприємства починається з вивчення динаміки надходжень, видатків і формування чистого грошового потоку. Це дає змогу розкрити і охарактеризувати тенденції розвитку обсягів господарської діяльності в цілому і за окремими об'єктами щодо доходів, витрат та фінансових результатів, а також їх збалансованості в часі.

Проаналізуємо динаміку складових чистого грошового потоку на досліджуваному підприємстві (табл. 1).

Аналіз грошових коштів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності показав, що чистий грошовий потік має від'ємне значення і означає, що підприємство балансує на межі банкрутства та з великими потугами форсує фонди грошових коштів для свого розвитку. Але в 2016 році порівняно з 2015 роком відбулося зростання чистого грошового потоку на 1235,5 тис. грн., що пов'язано зі зростанням поточних зобов'язань, а в 2017 році відносно 2016 року зменшення на 4880,5 тис. грн.

Таблиця 1

Динаміка складових чистого грошового потоку підприємства*

(тис. грн.)

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Зміни	
				2016-2015 р.р.	2017-2016 р.р.
1	2	3	4	5	6
Рух коштів у результаті операційної діяльності					
Надходження	5079,5	14691,3	30650,5	+9611,8	+15959,2

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6
Вибуття	6365,3	14661	34561,3	+8295,7	+19900,3
Чистий грошовий потік від операційної діяльності	-1285,8	30,3	-3910,8	+1316,1	-3941,1
Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності					
Надходження	1,0	-	-	+1,0	-
Вибуття	37,0	135,6	4123,4	+98,6	+3987,8
Чистий грошовий потік від інвестиційної діяльності	-36,0	-135,6	-4123,4	-99,6	-3987,8
Рух коштів у результаті фінансової діяльності					
Надходження	111,0	-	6489,5	-111,0	+6489,5
Вибуття	130,0	-	3441,1	-130,0	+3441,1
Чистий грошовий потік від фінансової діяльності	-19,0	-	3048,4	+19,0	+3048,4
Чистий грошовий потік	-1340,8	-105,3	-4985,8	+1235,5	-4880,5

* Примітка: розраховано автором.

За станом руху грошових потоків можна судити про якість управління підприємством. На думку фахівців, якість управління підприємством можна охарактеризувати як гарну в тому випадку, якщо за результатами звітного періоду чистий рух грошових коштів у результаті операційної діяльності має позитивне значення, у результаті інвестиційної й фінансової – негативне. Це означає, що в результаті операційної діяльності, зокрема від реалізації продукції, підприємство одержує досить коштів, щоб мати можливість інвестувати ці кошти, а також виплачувати відсотки по отриманих кредитах. Причому підприємству для здійснення інвестицій досить тільки власних коштів. Якщо при цьому чистий рух коштів у результаті всіх видів діяльності підприємства за рік також має позитивне значення, то можна говорити про те, що керівництво підприємства повністю справляється зі своїми функціями.

У випадку, якщо рух грошових коштів у результаті операційної й фінансової діяльності має позитивне значення, а в результаті інвестиційної – негативне, говорять про нормальну якість управління підприємством, яка спостерігається на підприємстві у 2016 році. Суть такої структури грошових потоків зводиться до наступного: підприємство направляє кошти, отримані від операційної діяльності, а також кошти, отримані як кредити й додаткові вкладення власників (фінансова діяльність), на придбання необоротних активів (відновлення основних коштів, вкладення капіталу в нематеріальні активи, здійснення довгострокових інвестицій). У цій ситуації також бажано позитивне значення по статті «Чистий рух коштів за звітний період». Слід зазначити, що фінансування витрат інвестиційної діяльності за рахунок надходжень від фінансової діяльності не завжди є негативним результатом. Залучення інвестицій для розвитку підприємства в цей час – часте явище. Більш того, негативне значення по статті «Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності» і позитивне по статті «Чистий рух коштів від фінансової діяльності» може також означати, що підприємство під невеликий відсоток одержало кредит й інвестувало отримані кошти на більш вигідних умовах.

Насторожує ситуація, при якій рух коштів у результаті інвестиційної й фінансової діяльності має позитивне значення, а в результаті операційної – негативне. У цьому

випадку стан підприємства можна охарактеризувати як кризовий, якість управління в такій ситуації вкрай незадовільна. Зміст такої структури капіталу зводиться до наступного: підприємство фінансує витрати операційної діяльності за рахунок надходжень від інвестиційної й фінансової діяльності, тобто за рахунок отриманих кредитів, додаткової емісії акцій. Така ситуація склалася на підприємстві у 2015 та 2017 роках, тому для виходу з кризового становища необхідно здійснити наступні заходи:

– постійно стежити та аналізувати рух грошових коштів за усіма видами діяльності;

– придбання основних засобів, нематеріальних активів потребує певного обґрунтування та ефективного їх використання з урахуванням джерел їх придбання (власні та позикові);

– розробити план надходжень та витрат на підприємстві за усіма видами діяльності на більш короткі терміни, ніж рік (квартали, місяця, декади);

– контролювати надходження та витрати, а особливо за позиками, контрактами, авансами;

– зменшити розмір дебіторської та кредиторської заборгованості. Це можливо здійснити за умови заключення нових договорів зі зменшенням строку відстрочки платежу за надані послуги;

– збільшити обсяг реалізованої продукції унаслідок виконання замовлень по прямих зв'язках. Щоб збільшити обсяги реалізації, слід максимально активізувати маркетингову політику підприємства.

Таким чином, якість управління підприємством буде перебувати на прийнятному рівні лише в тому випадку, якщо буде мати позитивне значення рух грошових коштів у результаті операційної діяльності. Іншими словами, підприємство буде вчасно одержувати оплату за реалізовану продукцію, виконані роботи, надані послуги від покупців і замовників. Крім того, витрати підприємства, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), будуть менше отриманих доходів, тобто підприємство буде отримувати прибуток.

Карпенко А.В., канд. екон. наук, доцент
Бистро О.О.
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

У глобалізованому світі третього тисячоліття, коли у розвинених країнах визнаним стало формування елементів індустрії 4.0, особливо гостро постало питання формування та ефективного використання людського потенціалу. Через створення прогресивних знарядь праці та поєднання їх в один ланцюг, що може керуватися штучним інтелектом, людина разом з технологіями також стимулює розширення власних і суспільних можливостей, сприяє розвитку людського потенціалу. В таких умовах зростає роль і значення ефективності професіоналізації й інтелектуалізації праці, яка ставить особливі вимоги до людини. Саме тому на державному рівні набуває особливої уваги питання формування та ефективного використання людського потенціалу. Такі вимоги стоять і перед Україною, шанс на успіх якої лежить в площині розвитку людського потенціалу, ефективної його реалізації.

Прийнято стверджувати, що інноваційний розвиток України гальмується з ряду причин, серед яких першочергове місце належить дефіциту фінансових ресурсів. Проте в значній мірі недооцінюється та в багатьох випадках нехтується людський чинник, що лежить в основі всіх суспільних і виробничих відносин. Людина і людський потенціал є основою як інноваційного розвитку, так і справжнім джерелом гальмування соціально-економічного розвитку. Людський потенціал виступає основою сучасної людської цивілізації в якому поєднано економічні та продуктивні складові людини з її суспільними, громадянськими якостями, що перетворює її на мету, критерій і головний рушій прогресу [1, с. 41].

З макроекономічної позиції людський потенціал – це нагромаджений населенням запас фізичного і духовного здоров'я, загальнокультурної і професійної компетенції, творчої, підприємницької і громадянської активності, який реалізується в різноманітних сферах діяльності [2, с. 14]. Тобто людський потенціал відображає як поточні, так і майбутні (можливі) риси населення з різних видів активності у всіх сферах діяльності. Зокрема, у визначенні розкривається внутрішня реалізована якісна ознака населення певної країни (рівень цивілізаційного розвитку) та відображається прихована сила і вплив країни на світові процеси (динамізм і здатність до прискореного розвитку).

Людський потенціал має ряд характерних властивостей (особливостей), які необхідно враховувати при його розумінні [3, с. 163]: людський потенціал – це генетично закладені природою та здобуті протягом життя сукупні можливості та здібності особистості, що акумулюються в межах певної спільноти; людський потенціал є головною цінністю сучасного суспільства й основним чинником людського розвитку, формування якого вимагає значних витрат як від самого індивіда, так і від суспільства в цілому; людський потенціал протягом свого життя не тільки накопичується, а й піддається фізичному та моральному зношенню, що обумовлює освіту протягом життя. Отже, людський потенціал відображає поточні та майбутні людські можливості, що включають природні, сформовані, накопичені та розвинені компоненти, які визначаються та можуть бути реалізовані за певних умов.

Відповідно в Україні основним механізмом забезпечення інноваційного розвитку має стати ефективне формування та реалізація людського потенціалу на підґрунті створення нової якості життя, що зумовлює необхідність збільшення інвестування в людський потенціал, розвиток соціальної інфраструктури та підвищення добробуту найбільш чисельних (не лише найбідніших) прошарків населення як підґрунтя для формування середнього класу – основи стабільності суспільства. Для ефективного формування та реалізації людського потенціалу на підґрунті створення нової якості життя запропоновано проводити аналіз та здійснювати регулювання за такими основними напрямами державної політики (рис. 1).

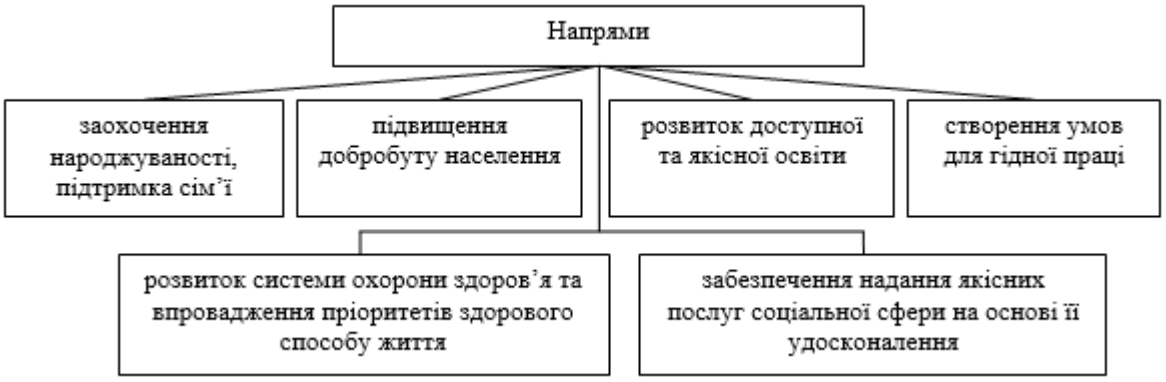


Рис. 1. Напрями ефективного формування та реалізації людського потенціалу на підґрунті створення нової якості життя

Таким чином, підсумовуючи, можна сказати, що для формування та реалізації людського потенціалу на підґрунті створення нової якості життя в Україні, забезпечення гідного рівня його розвитку необхідно підвищити роль людини в суспільстві, забезпечити соціальну справедливість стосовно кожної особи (в розподілі доходів та оплаті праці, інтенсивності та кількості, в доступі до освіти, до послуг охорони здоров'я, до соціальних благ), сприяти забезпеченню повної продуктивної зайнятості.

Список використаних джерел

1. Яковенко, Р.В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Р. Яковенко. – [Вид. 2–ге, випр.]. – Кіровоград : Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.
2. Соболева, И.В. Человеческий потенциал российской экономики: проблемы сохранения и развития / И.В. Соболева. – М. : Наука, 2007. – 202 с.
3. Стефанишин, О.М. Особливості змісту категорії «людський потенціал» в умовах розвитку інноваційної економіки України/ О.М. Стефанишин, В. Пиц // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 3 (28). – С. 161-169.

Карпенко Н.М., канд. держ. упр., доцент
Галепа О.І.
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток персоналу є одним з ключових факторів успішної діяльності підприємства та відповідно його конкурентоспроможності, оскільки незалежно від обсягів ресурсів, швидкість та якість їх використання залежать від наявних працівників. Саме персонал, що володіє необхідними знаннями, навичками, досвідом та компетентністю, здатний впливати на швидкість та якість використання ресурсів, перетворювати їх у продукцію (чи трансформувати в послуги) та забезпечувати ефективну їх реалізацію й відповідно визначати прибутковість підприємства. Тобто конкурентоспроможний персонал в умовах сучасного становлення й розвитку цифрової економіки стає ключовим чинником успішної діяльності підприємства, що обумовлює необхідність обґрунтування напрямів його ефективного розвитку.

Сучасний зарубіжний досвід у сфері управління підприємством підтверджує особливу увагу, перш за все, до розвитку персоналу, інтелект та креативність якого є найбільш пріоритетним чинником конкурентної боротьби. Зокрема, на думку японських фахівців з управління персоналом, до актуальних напрямів сучасного розвитку належать: розвиток потенціалу працівників; розвиток командної (групової) діяльності; акцент на розвиток і передачу професіоналізму персоналу з великим досвідом; розширення різноманітності професій; збільшення фондів мотивації; покращення умов праці [1, с. 50]. У американських компаніях також визнано однією з головних функцій розвитку персоналу – організацію професійного навчання та підвищення кваліфікації працівників, що підтверджують найбільші статті витрат їх бюджету (після заробітної плати) саме на постійний розвиток кадрового потенціалу і створення з цією метою власних спеціалізованих університетів та інститутів

підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу [2]. Відповідно в умовах поточних інноваційних змін та розвитку цифрової економіки ще більше зростає необхідність постійного професійного навчання та підвищення конкурентоспроможності персоналу.

Конкурентоспроможність персоналу проявляється у здатності реалізовувати свої власні конкурентні переваги в діяльності підприємства і тим самим сприяти підвищенню його конкурентної позиції на ринку. Вона формується на основі загального і професійного навчання, формування навичок і накопичення досвіду, підвищення кваліфікації тощо. Для цього на підприємствах мають розробляти і поновлювати програми підготовки та перепідготовки кадрів, практикувати внутрішньокорпоративне навчання та (або) проведення тренінгів і семінарів, здійснювати ротацію кадрів. Зазначені заходи з розвитку персоналу сприятимуть не лише накопиченню нових знань і досвіду працівниками, що дозволить підвищувати продуктивність праці та сприятиме їхньому кар'єрному зростанню, а й збільшенню позитивних ефектів для підприємства.

Порівняння існуючих підходів до професійного розвитку персоналу на вітчизняних підприємствах і в економічно розвинених країнах, доводить про їх значну обмеженість в Україні. Це спричинено: відсутністю чітко регламентованих прав і обов'язків персоналу; невизначеністю поставлених завдань; обмеженістю коштів на розвиток персоналу; відсутністю якісних методик оцінки розвитку персоналу; ризиком втрати витрачених на навчання персоналу коштів, через можливе його звільнення тощо. Крім того, ускладнюють зазначену ситуацію: застаріла технологічна база; невідповідність професійно-кваліфікаційної структури персоналу технологічним змінам; низький рівень професійної мобільності; переважання попиту та пропозиції на низькокваліфіковану працю; неконкурентоспроможність заробітної плати тощо.

Сьогодні необхідною умовою ефективної роботи підприємств є стабілізація складу його найманих працівників та забезпечення їх розвитку, підвищення мотивації, формування прихильності до підприємства та покращення корпоративної культури. Важливо підвищувати особисту відповідальність та мотивацію персоналу у підвищенні кваліфікації, встановлювати пряму залежність оплати праці від результатів його атестації та ділового зростання.

На сучасних великих підприємствах має функціонувати спеціальний відділ з розвитку персоналу (на малих та середніх підприємствах – окремі фахівці), що буде здатен виконувати такі завдання:

– розробка стратегії навчання та підготовки персоналу, стратегічне та поточне планування;

– організація безперервного навчання персоналу підприємства, направленого на підвищення професійного рівня, формування високої майстерності, ефективних навичок управління, вміння працювати у сучасних виробничих умовах;

– організація навчання резерву на посади керівників, стажування молодих спеціалістів, практики студентів вищих і професійно-технічних закладів;

– організація професійної орієнтації з учнями шкіл та професійно-технічних закладів з метою забезпечення підприємства молодими спеціалістами з якісною профільною освітою за ключовими спеціальностями підприємства, тісна співпраця з навчальними закладами;

– організація охорони праці у відповідності до вимог діючих міжнародних стандартів, законодавчих та нормативно-правових актів щодо охорони праці та пожежної безпеки;

– інші напрями.

З метою постійного підвищення кваліфікації персоналу доцільно поєднувати різні форми підготовки: виробничо-економічні семінари; конференції в навчальних центрах, вищих навчальних закладах; форуми; навчання на родинних підприємствах; стажування в наукових організаціях; самонавчання тощо.

Належна увага в системі розвитку персоналу має надаватися підготовці кадрового резерву за двома напрямками: оперативний і перспективний резерв (на більш високі посади керівників з довгостроковою підготовкою). Формування кадрового резерву необхідно проводити з метою попередження проблем у разі відтоку кваліфікованого персоналу та забезпечення мотивації для внутрішніх кандидатів при просуванні на керівні позиції підприємства, а також – застосування нових підходів у реалізації бізнес-проектів і підвищенні продуктивності й ефективності праці.

При формуванні кадрового резерву необхідно враховувати наявність у кандидатів опорних здібностей, на основі яких можуть бути розвинені інші професійно важливі якості. В основу оцінки ділових якостей працівника включеного до резерву повинно бути покладено: професійну компетентність, володіння сучасними методами управління, вміння самостійно приймати рішення і забезпечувати їх виконання, здатність швидко орієнтуватися в складній обстановці, вміння бачити перспективу розвитку підрозділу та підприємства в цілому, а також наявність творчої зацікавленості, яка стає одним з основних важелів ефективної діяльності.

Залучення працівників підприємства на вищі посади сприяє стабільності персоналу, його прихильності до організації та сприяє впевненості працівників у можливості кар'єрного зростання. З іншого боку – не можна нехтувати залученням кандидатів на посади ззовні (на конкурсній основі), що сприяє появі нових ідей, зміні підходів до управління, застосуванні передового досвіду тощо.

Отже, щоб сформувати високий рівень конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах необхідно розвивати власний персонал, сприяти постійному зростанню його професійної майстерності, стимулювати придбання нових знань, навичок і умінь. Суттєва увага має надаватися стимулюванню зацікавленості персоналу до неперервного самонавчання та реалізації своїх знань, навичок та професійної майстерності з максимальною ефективністю, щоб всі його компетенції були винагороджені та приносили користь для підприємства. Виконання окреслених напрямів передбачає розробку та реалізацію стратегії розвитку персоналу, що включає такі напрямки: оцінка розвитку персоналу; розробка заходів щодо підвищення кваліфікації, самонавчання, нематеріальної мотивації, соціальних пільг; професійний розвиток персоналу на основі формування кластерної взаємодії з освітніми закладами; розробка моделі компетнстностей персоналу; розробка циклу розвитку персоналу та циклу тренінгів.

Список використаних джерел

1. Грузіна, І.А. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління підприємством : монографія / І.А. Грузіна, В.І. Дериховська. – Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 252 с.

2. Лысенко, Ю.Г. Стратегическое управление персоналом : монография / Ю.Г. Лысенко, В.Н. Андриенко, Т. Ю. Беликова. – 2-е изд., пер. и доп. – Донецк : ООО «Юго-восток, Лтд», 2005. – 201 с.

Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ТЕХНОЛОГІЇ 4.0 В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Інновації в сучасну епоху стали суттєвим фактором конкурентоздатності підприємств [2].

Світова практика показує, що першопричина, яка веде до значних економічних та соціальних наслідків полягає в здешевленні технологій, в тому числі сховища даних, потужності обробки, комунікації, хмарні технології тощо. Всі ці технології стали доступними для всіх країн світу й для всіх учасників ринку, - аж до малих та середніх підприємств.

За останні 10-15 років відбулось стрімке падіння цін на нові технології. Все частіше українські підприємства використовують проривні інновації – 3D друк, нове покоління роботів, сенсорні технології, нанотехнології, дрони, штучний інтелект тощо. Все це вже входить в життя, впливає на стан галузей та створює нові сектори економіки.

Ключові стейкхолдери процесів модернізації інноваційної економіки в напрямку 4.0 створюють діючі програми розвитку на державному рівні.

Завдяки ним вдається залучити IT-сектор до розвитку промислових підприємств – частка ВВП IT-індустрії в українській економіці може зрости з 5% до 30%, з них – до 10% припадає на промислові сектори.

Велика частина впровадження технологій 4.0 – особливо в частині великих даних та штучного інтелекту базуються на тому, що ці дані вже оцифровані на польовому рівні. Тобто, на підприємствах вже налагоджений облік та встановлені датчики. Це – рівень 3.0 [3].

Наступний фреймворк є впровадження методики розвитку та шляху від 3.0 (технологій та підходів минулого століття) – до 4.0, тобто того стану економіки, що буде визначальним для конкурентоздатності галузей в найближчі 3-5 років [3].

Фреймворк складається з 3 взаємопов’язаних блоків – 6 категорій елементів, що відображають природу та логіку взаємодії при впровадженні інноваційних рішень:

1. – Споживачі (Smart Industries): цільові галузі.

2. – Виробники розумних продуктів та рішень (Smart Products, Solutions and Services), що виробляються в країні у відповідних секторах та організаціях.

3. – Інфраструктура, що відображає інноваційні екосистеми (Innovative Ecosystems), що необхідні для підтримки та прискореного розвитку рівнів вище.

Тут важливими для усвідомлення в українському контексті є ряд факторів:

– Фактори конкурентоздатності (рівень 1) – це не тільки про собівартість.

– Базові принципи – все починається з обліку та цифрових даних.

Головною перешкодою впровадження технологій 4.0 на українських підприємствах є культура організації та готовність персоналу, а вже потім йдуть фінанси і доступність до технологій.

Згідно рейтингу Світового банку «Doing Business-2018» головного світового індикатора розвитку бізнес-середовища, Україна посідає 71 місце на 2019 р., порівняно з 76-им у 2018 й 80-м місцем у 2015 р. [1].

Щодо рейтингу «Doing Business» до регіонів України, зі сприятливими бізнес-умовами та інвестиційною привабливістю, у п'ятірку лідерів увійшли: Сумська область

(107), Львівська (103), Івано-Франківська та Кіровоградська (101). Тернопільська область (100) [1].

Найбільші проблеми Україна має в сферах інфляції, корупції, політичної нестабільності, регулювання податків, а також доступу до фінансових ресурсів.

Українська економіка залишається в кризовому стані, що характеризується 4-ма показниками: зниженням номінального ВВП у доларовому еквіваленті (2012-2017р.р.); обсягом тіньової економіки – 50 % від ВВП (2016р.); збільшенням обсягів державного боргу України у гривні та доларах США (2012-2018р.р.); зростанням негативного сальдо в зовнішній торгівлі товарами і послугами.

Загальна вартість продуктів ІТ-сегменту України зросла у експорті та зменшилась у імпорті (2013-2016р.р.) при скороченні фінансування високотехнологічної продукції з Державного бюджету України, що свідчить про неповне використання потенціалу високотехнологічної промисловості України. Широке використання ІКТ на підприємствах стримується застарілою матеріальною базою та орієнтацією виробництв на сировинну продукцію, а не високотехнічну.

Вирішення економічних проблем щодо поліпшення структури українського експорту/імпорту не може бути ізольованим від державної політики. В цілому, в області проведення реформ, дотичних до промислових хайтек зміни йдуть дуже повільно [3]:

1.1 Не відбулося змін, які свідчать про формування в Україні економіки знань. Загальне фінансування наукової і науково-технічної діяльності за рахунок бюджетних коштів досягло історичних мінімумів: близько 0,16 % ВВП у 2016 р. та 0,18 % ВВП у 2017р. Як наслідок, спостерігається подальший відтік молодих вчених за кордон та їх перехід до бізнес-середовище, де ситуація щодо фінансування та стимулювання більш сприятлива.

1.2 Не відбулося змін, які б засвідчили про інноваційну спрямованість економіки в Україні - участь держави у фінансуванні інноваційної діяльності підприємств України мінімальна (2000-2016 рр.).

1.3 Згідно рейтингу Doing Business-2018 індикатора розвитку бізнес-середовища Україна покращила своє становище на 9 позицій (71 місце), але в зоні колишнього Союзу все одно залишається на передостанньому місці (позаду тільки Узбекистан та Таджикистан) [1].

1.4 Незважаючи на вступ України до Зони вільної торгівлі з країнами ЄС вітчизняний бізнес не зміг повноцінно використати свій виробничий та експортний потенціал, через низькі темпи нарощування експортного потенціалу та невідповідності якості вітчизняних товарів європейським стандартам.

Для стимулювання розвитку підприємств та Індустрії 4.0 в Україні потрібна активна державна політика з виділенням пріоритетів розвитку виробництва за рахунок впровадження нових технологій і підвищення якості продукції [3].

Більшість європейських урядів та країн узгодили національні стратегії розвитку промисловості, які розглядаються як ключовий засіб для зростання всієї економіки ЄС. Зокрема, європейські політики говорять про наступні цільові показники до 2020:

1. Зростання долі промисловості з 16% до 20%.
2. Зростання долі інвестицій в обладнання з 6% до 9%.
3. Забезпечити трансфер технологій та навчання персоналу по всім промисловим секторам.

Україна повинна змінити відношення до розвитку і впровадження технологій 4.0 на зразок того, що вже зроблено в країнах ЕС:

– Єврокомісією прийняті ряд програмних документів, що обґрунтовують необхідність ре-індустріалізації економіки ЄС.

– Створена програма Factory of the Future, що націлена прискорення R&D та ІКТ для промислових виробництв.

– Загальні фонди ЄС (як Horizon 2020) перевищують 100 млрд. євро.

Зміст проблеми та викладений матеріал дозволяє зробити висновки:

1. Технології 4.0 (четверта промислова революція) докорінно змінює економічний ландшафт країн світу й максимум переваг вже отримують країни, які краще до неї підготовлені та раніше розпочали.

2. В період 2011-2014 років в більшості країн проводиться величезна робота загальнонаціонального рівня в області Індустрії 4.0, яку ведуть урядові структури – разом з бізнес-асоціаціями, великими компаніями, науковцями та іншими стейкхолдерами. Проте Україна надалі залишається в аутсайдерах.

3. Програми (ЄС) направляють багатомільярдні інвестиції в промислові розробки. Відсутність таких автоматично збільшує розрив між тими, хто не інвестує в ці напрямки та (чи) все ще вичікує. Нажаль, Україна відноситься до саме таких країн.

Список використаних джерел

1. Рейтинг Світового банку. Показники розвитку України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploreeconomies/ukraine

2. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року. Проект. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennya/2018/10/22/innovatsiynogo-rozvitku-ukraini.pdf

3. Юрчак, О. 5 мифов об инновациях в промышленной среде в Украине. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://appau.org.ua/publications/5-myfov-ob-ynnovatsyyah-v-promyshlennoj-srede-v-ukrayne/

Лавриненко Л.М., канд. екон. наук, ст. наук. співробітник
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
м. Київ

ДУАЛЬНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ: ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ

Розвиток освіти у будь-якій країні у більшості визначає не тільки рівень розвитку інтелектуального потенціалу суспільства, але й створює умови для здійснення науково-технічного й соціально-економічного прогресу. Найважливішою якісною характеристикою сучасного етапу розвитку професійної освіти виступають інтеграційні процеси, які відображають, з одного боку, зміни у середині системи освіти, а з іншого – процеси взаємодії професійної освіти та виробничої сфери. Професійна кваліфікація молодих фахівців має велике значення для успіху кожного підприємства окремо й економіки країни в цілому. Тому інвестиції у професійну освіту є інвестиціями у майбутнє, що обіцяють середньострокову та довгострокову віддачу.

На сьогодні ринок праці висуває нові вимоги, тому існує потреба в універсальних фахівцях, які здатні навчатися, володіти іноземними мовами; поєднувати знання, вміння й навички за кількома спеціальностями. Підготовка таких конкурентоспроможних фахівців можлива при зміні традиційної форми навчання на більш перспективну дуальну. Дуальна модель навчання забезпечує підготовку компетентних фахівців.

Дуальна модель навчання має ряд переваг для усіх суб'єктів, залучених в освітній процес, особливо для майбутніх випускників [1]. Сучасне покоління, закінчуючи школу, повинне здобувати якомога більш кваліфіковану освіту, тому необхідно, щоб місця навчання пропонувалися у достатній кількості, були різними і рівномірно розподілені за регіонами.

Термін «дуальна система»(від лат. dualis – подвійний) був введений у педагогічну термінологію в середині 60-х років минулого століття у ФРН як нова, більш гнучка форма організації професійного навчання. І сьогодні німецька дуальна модель навчання знаходить визнання на міжнародному рівні та практикується у ряді країн, таких як: Австрія, Угорщина, Боснія і Герцеговина, Хорватія, Сербія, Словенія, Македонія, Чорногорія, Швейцарія, Португалія, Данія, Нідерланди, Франція і Єгипет; протягом декількох років в Китаї і інших країнах Азії. Систему навчання однієї країни неможливо, просто скопіювавши її, застосовувати в іншій. Її необхідно проаналізувати та адаптувати до умов в системі утворення даної країни.

Навчання за дуальною системою у Германії дозволене тільки відносно офіційно визнаних професій, які вимагають спеціальної підготовки, зміст яких, як і вимоги, що пред'являються до них, контролюються державою. Залежно від професії, яка вимагає спеціальної підготовки, навчання продовжується від двох до трьох з половиною років. Оскільки майже неможливо точно передбачити середньострокові та довгострокові зміни професійних вимог у рамках навчання майбутні фахівці готуються до гнучкого реагування на нові тенденції у професійному розвитку. Тому зміст навчання направлено на професійну мобільність у майбутньому та готовність до підвищення кваліфікації. Учень приступає до навчання не тільки із пошуку учбового закладу, але і з пошуку підприємства, на якому проводитимуться практичні заняття. Навантаження учнів розраховується так, що близько 40 % припадає на лекційні заняття, а приблизно 60% на практичні. Таким чином, основний учбовий час витрачається на формування компетенцій учня за фахом.

Основним завданням дуальної форми навчання є усунення основних недоліків традиційних форм і методів навчання майбутніх фахівців, подолання розриву між теорією і практикою, освітою і виробництвом, та підвищення якості підготовки кваліфікованих кадрів із урахуванням вимог роботодавців у рамках нових організаційно-відмінних форм навчання.

Дуальна освіта за своїми принципами надає право підприємцю формувати індивідуальний розклад занять для студента, а також забирати зайві, на їх думку, предмети і навіть приймати іспити. Однією із переваг такої системи є стипендії наближені до заробітної плати. Таким чином у молодого спеціаліста відпаде потреба шукати компроміс між навчанням і додатковим заробітком.

Найпершими в Україні запровадження такої системи навчання чекають аграрна, виробнича та ІТ-сфери. Навчаючись за такими напрямками, майбутні спеціалісти потребують більше практики, а ніж теорії. Вітчизняні вищі заклади, на жаль, не мають відповідної практичної бази. Інноваційні напрямки мають своє фінансування зі сфери бізнесу, що, відповідно, дає змогу навчити студентів виробничим процесам.

Основою інформаційної кампанії мають стати приклади успішних проектів співпраці між вишами та бізнесом. Проведена проектна діяльність у 2014-2016 рр. вже принесла певні результати. Сформовано експертне середовище для впровадження системи дуальної освіти, розроблені базові принципи для створення нормативної бази, проведено низку організаційних заходів, що сприяли поширенню інформації щодо німецької практики дуальної освіти серед освітян, які представляють різні регіони й

ВНЗ різного рівня та спрямування. Визначилось коло зацікавлених Вузів (Донбаська національна академія будівництва і архітектури (м. Краматорськ, тимчасове перебування у евакуації), Луганський національний аграрний університет (м. Харків, тимчасове перебування у евакуації), Національний лісотехнічний університет України (м. Львів), Сумський державний університет, Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», Харківський державний університет харчування та торгівлі, Національний гірничий університет (м. Дніпропетровськ), Хмельницький національний університет, Національний транспортний університет), які мають наміри не тільки пропагувати, а й розпочати та послідовно впроваджувати елементи дуальної освіти на практиці. Ці передові вузи взяли на себе зобов'язання застосовувати сучасну систему освіти в рамках певних спеціальностей, закріпивши свої наміри підписанням Меморандуму з Представництвом Фондом ім. Фрідріха Еберта в Україні [2].

Як відомо, у вересні 2018 року на Розширеному засіданні Колегії Міністерства освіти і науки України було прийнято Концепцію підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти в Україні. У цій Концепції передбачається встановлення рівноправного партнерства закладів вищої, фахової, професійно-технічної (професійної) освіти, роботодавців та здобувачів освіти із метою набуття останніми досвіду практичного застосування компетентностей та їх адаптація в умовах реальної професійної діяльності [2].

Дуальна освіта є одним з дієвих механізмів об'єднання університетської науки та практичної підготовки в процесі навчання. Необхідно розглянути наступні явні переваги такого виду навчання перед «традиційною» системою підготовки фахівців. Дуальна модель навчання в своїй основі виключає дисонанс між теорією і практикою навчання, провокуючи студента на високу мотивацію отримання практичних навиків і знань. Учень фактично є на певний термін співробітником компанії, отримуючи завдання згідно його здібностям і учбовій програмі. Якщо компанія готова прийняти майбутнього фахівця, який пройшов навчання на виробництві цього підприємства, то вона отримає співробітника, який буде вже знайомий із робочим процесом цієї організації. Майбутній фахівець, навчаючись в двох місцях одночасно – на підприємстві і в освітній установі, освоює професію на виробництві. Отже, студент розвивається як майбутній професіонал у реальних умовах і може відразу визначитися на місці – зможе або чи захоче він виконувати цю роботу і далі, вже після отримання диплома. Професійна адаптація відбувається під час навчання, а не після, що благотворно позначається на робочому процесі у майбутньому. Також безумовною гідністю даного виду навчання є можливість плавного переходу від школи навчання до безпосередньо професійної діяльності. Учбовий заклад, який веде навчання за дуальною моделлю виробляє у своїх підопічних відповідальне відношення до праці та активну життєву позицію, сприяє різносторонньому професійному розвитку учня.

Отже, зазначена система спрямована на створення додаткових можливостей для сучасної молоді у виборі професії, освітньої установи, на створення підґрунтя для побудови і планування своєї кар'єри в майбутньому і, в кінцевому підсумку, на підвищення конкурентоспроможності української молоді на ринку праці. В майбутньому необхідно зберегти та удосконалити модель дуального навчання, щоб бажання молоді, яке направлене на здобування освіти, з часом гармонійно поєднувалося із потребами економіки, направленими на отримання освітніх і компетентних співробітників.

Список використаних джерел

1. Лавриненко, Л.М. Дуальна система освіти в підготовці майбутніх фахівців // Матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку науки в країнах Європи та Азії»// Збірник наукових праць. – Переяслав-Хмельницький, 2018 р. – С.104-106.
2. Міністерство освіта та науки України / Урядовий портал. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/koncepciya-pidgotovki-fahivciv-za-dualnoyu-formoyu-zdobuttya-osviti

Латкіна С.А., ст. викладач
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон, Україна
Лазарчик Н.М., магістр
Варшавська школа економіки,Warsaw School of Economics (SGH)
Польща

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ціна товару являється одним з найбільш основних інструментів регулювання економіки, її вплив на економічні процеси охоплює багато напрямів. А саме, під впливом цін виробництво продукції підпорядковується суспільним потребам, виражених у формі платоспроможного попиту населення, ціни стимулюють мінімізацію витрат на виробництво і реалізацію товарів, підвищують якість самих товарів. Ціна є складовим фундаментом економічної й соціальної політики держави та здійснює рівні економічні умови і стимули для розвитку всіх форм господарювання, економічної незалежності підприємств, позитивно впливає на збалансування ринку засобів виробництва, товарів і послуг та сприяє підвищенню якості продукції.

Створюючи систему ціноутворення на підприємстві, необхідно опиратися на такі категорії, як попит, пропозиція, витрати, та розуміти вплив інших макрочинників і їх співвідношення між собою. Важливого значення набуває визначення ціни на продукт або послугу відносно до конкурентної ситуації на споживчому ринку. Щоб зробити це правильно, необхідно провести аналіз того, як споживачі сприймають всі ринкові пропозиції, а саме, які якісні властивості товару або послуги стимулюють їх придбання. За допомогою цих знань можна встановити відпускні ціни, які будуть відображати конкурентні переваги. Щоб досягти поставленої мети з мінімальними витратами й максимальною ефективністю потрібно обрати найбільш досконалу цінову стратегію та її розробку на підприємстві. Широкомасштабність цінових стратегій просто вражає, тому, що сучасний ринок не стоїть на місці. Щороку провідні керівники підприємств продумують і реалізують сотні різноманітних стратегій. Самими актуальнішими й досі залишаються: збирання вершків, стратегія престижних цін, стратегія низьких цін або стратегія проникнення на ринок, стратегія встановлення цін у рамках товарного асортименту та стратегія диференційованого ціноутворення. Однак велика кількість фірм вдається до комбінування кількох цінових стратегій [1].

На сучасному етапі найпоширенішою загальною метою українських підприємців є виживання на конкурентному ринку України. Виживання підприємств стає основною метою їхньої діяльності у тих випадках, коли вони зустрічаються з проблемами перевиробництва, гострою конкуренцією чи змінами споживчих цінностей. Останні два чинники більше стосуються українських підприємств, адже серед більшості товарів

народного споживання покупці поки що віддають перевагу зарубіжним виробникам. Цінова політика конкурентів є одним з найскладніших та важко передбачуваних елементів ринкової економіки, виявивши мету цінової політики конкурентів, можна визначити і їхні стратегії ціноутворення. Але успішне здійснення ціноутворення на підприємстві неможливе без заходів державного регулювання та ефективного контролю за додержанням цін. Під цим розуміють дотримання всіх нормативно-правових актів, що регулюють формування цін, їх встановлення та використання за умов регульованої ринкової економіки [2].

В умовах невизначеності слід детально продумувати методологію розрахунку цін на продукцію та послуги підприємства. Слід зазначити, що різноманітні сегменти ринку мають різне уявлення про прийнятний діапазон цін. У зв'язку із цим підприємствам доцільно з'ясовувати, визначати відповідний діапазон цін для різноманітних сегментів ринку і встановлювати свої ціни в його межах.

Тема трансфертного ціноутворення стає актуальною з розвитком холдингових структур (окремі підрозділи всередині однієї компанії), які надають один одному послуги, передають продукцію, товари не за собівартістю, а за трансфертними цінами.

Побудова дієвої системи державного регулювання трансфертного ціноутворення в Україні передбачає запровадження правил визначення цін для цілей оподаткування у зовнішньоекономічних операціях з пов'язаними особами. Доцільність запровадження таких правил та контролю за їх дотриманням визначається розповсюдженням досвіду штучного створення фінансових потоків між підприємствами, які входять до складу однієї транснаціональної корпорації (ТНК) або промислово-фінансової групи (ПФГ) та розташовані у різних країнах. Існуючі інструменти трансфертного ціноутворення дозволяють ТНК та ПФГ виводити фінансові ресурси за межі вітчизняної економіки та нагромаджувати їх у економіках інших країн відповідно до стратегій цих корпорацій і бізнес-груп та оптимізувати їх податкові зобов'язання. Як наслідок, це призводить до втрат фінансового потенціалу національної економіки та негативно впливає на обсяги бюджетних надходжень в Україні.

Виникає необхідність більшого контролю за українським капіталом після перетину кордонів Євросоюзу, оскільки він часто веде у юрисдикції з низькою податковою системою, де відбувається ухилення від сплати податків. Операції з будь-якими контрагентами, розташованими в таких юрисдикціях, прирівнюються до контрольованих операцій. Це дасть змогу в будь-якому випадку дану операцію контролювати.

Без змін законодавства закон про трансфертне ціноутворення ефективно працювати не буде. Юридична невизначеність призведе до довільного тлумачення закону як органами державної влади, так і суб'єктами господарювання, створить ризики недотримання прав громадян та юридичних осіб. Як наслідок, можна очікувати чергових невідповідностей і правових колізій, а також змін законодавства в авральному режимі.

Є позитивні сторони даного нововведення в тому, що це дає змогу бізнесу самостійно проаналізувати свою цінову політику між пов'язаними особами, зробити висновок про те, чи відповідають ціни між пов'язаними особами ринковим, і або самостійно скоригувати своє податкове зобов'язання, або просто довести Міністерству доходів, що його ціни відповідають ринковим в вигляді звітності про трансфертне ціноутворення, яке податківці перевірять.

Закон дає визначення трансфертного ціноутворення, встановлює механізми податкового контролю за трансферним ціноутворенням, визначає операції, що

підлягають контролю, та методи визначення ціни в контрольованих угодах, а також дає право крупним платникам податків на попереднє взаємне узгодження цін у контрольованих операціях з центральним органом державної податкової служби на певний термін.

Список використаних джерел

1. Примак, Т.О. Економіка підприємства / Т.О. Примак – К. : Вікар, 2006. – 219 с.
2. Шаповал, В.М. Економіка підприємства / В.М. Шаповал– К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 286 с.
3. Аналітична записка «Державне регулювання трансфертного ціноутворення в Україні як засіб протидії відпливу капіталу». Відділ макроекономічного прогнозування та досліджень тіньової економіки.– [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/739/
4. Стеблевський, А. Трансфертне ціноутворення: проблеми та перспективи– [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.apteka.ua/article/246596
5. Богацька, Н.М.. Суть трансфертного ціноутворення та його функції – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=8273
6. О. Клименко. Закон про трансфертне ціноутворення – ефективний інструмент протидії виведенню капіталів. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://news.yurist-online.com/news/kmu/33731/

Літинська В.А., канд. екон. наук, доцент
Горпинич М.А., студент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. Ринкова системи господарювання та розвиток досконалих конкурентних відносин між її суб’єктами в Україні вимагають впровадження одночасно керівного та керованого організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити стабільне ефективне високоприбуткове функціонування підприємств. Отже, на практиці важливо знайти дійові напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Методологічним фундаментом здійснення дослідження стали праці провідних вчених, фахівців, науковців, зокрема дослідженням показників підвищення ефективності роботи підприємства займалися І.М. Бойчик, О.О. Гетьман, І.В. Ковальчук, С.Ф. Покропивний, Ю.В. Пономарьова, В.А. Сідун, В.М. Шаповал та інші.

Метою статті є дослідження показників системи економічної ефективності діяльності підприємств для подальшого визначення основних шляхів підвищення ефективності їх роботи в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Ефективність виробництва – це узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці і робочої сили на підприємстві за певний проміжок часу. Загальну економічну ефективність виробництва ще називають загальною продуктивністю виробничої системи.

Проблема підвищення ефективності виробництва полягає в забезпеченні максимально можливого результату на кожну одиницю затрачених трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Тому критерієм ефективності

виробництва в макроекономічному масштабі є зростання продуктивності суспільної праці. Кількісне вираження цього критерію відображається через систему показників економічної ефективності виробництва. Ця система містить такі групи показників:

1) узагальнюючі показники економічної ефективності виробництва (рівень задоволення потреб ринку, виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва);

2) показники ефективності використання живої праці (трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи росту продуктивності праці);

3) показники ефективності використання основних виробничих фондів (фондовіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондовіддача активної частини основних фондів);

4) показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів);

5) показники ефективності використання фінансових коштів (коефіцієнт оборотності обігових коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення обігових коштів, питомі капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей);

6) показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам, тощо).

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Основні чинники підвищення ефективності виробництва – це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші [1, с. 352-353].

Напрямки дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб’єктів господарювання є:

1) технологія. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації та інформаційних технологій, справляють найістотніший вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва продукції (надання послуг);

2) устаткування. Устаткуванню належить провідне місце в програмі підвищення ефективності передовсім виробничої, а також іншої діяльності суб’єктів господарювання;

3) матеріальні ресурси. Матеріали та енергія позитивно впливають на рівень ефективності діяльності, якщо розв’язуються проблеми ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції (послуг), раціоналізується управління запасами матеріальних ресурсів і джерелами постачання;

4) готову продукцію (вироби). Самі продукти праці, їхня якість і зовнішній вигляд (дизайн) також є важливими чинниками ефективності діяльності суб’єктів господарювання;

5) працівників. Основним джерелом і визначальним чинником зростання ефективності діяльності є працівники – керівники, менеджери, спеціалісти, робітники. Ділові якості працівників, підвищення продуктивності їхньої праці багато в чому зумовлюються дійовим мотиваційним механізмом на підприємстві, підтриманням сприятливого соціального мікроклімату в трудовому колектив;

6) організацію і системи. Єдність трудового колективу, раціональне делегування відповідальності, належні норми керування характеризують належну організацію діяльності підприємства, що забезпечує необхідну спеціалізацію та координацію управлінських процесів, а отже, вищий рівень ефективності (продуктивності) будь-якої складної виробничо-господарської системи.;

7) методи роботи. За переважання трудомістких процесів досконаліші методи роботи стають достатньо перспективними для забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства;

8) стиль управління. Стиль управління поєднує професійну компетентність, діловитість і високу етику взаємовідносин між людьми та практично впливає на всі напрямки діяльності підприємства. Від нього залежить, якою мірою враховуватимуться зовнішні чинники зростання ефективності діяльності на підприємстві;

9) державну економічну та соціальну політику. Державна економічна і соціальна політика істотно впливає на ефективність суспільного виробництва;

10) інституціональні механізми. Для безперервного підвищення ефективності діяльності всіх суб'єктів господарювання держава має створити відповідні організаційні передумови, що забезпечуватимуть постійне функціонування на національному, регіональному чи галузевому рівнях спеціальних інституціональних механізмів;

11) інфраструктуру. Важливою передумовою зростання ефективності діяльності підприємств є достатній рівень розвитку мережі різноманітних інституцій ринкової та виробничо-господарської інфраструктури;

12) структурні зміни в суспільстві. Суспільні зміни в суспільстві також впливають на показники ефективності на різних рівнях господарювання. Найважливішими є структурні зміни економічного та соціального характеру [2].

Отже, лише вміле використання всієї системи названих чинників може забезпечити достатні темпи зростання ефективності виробництва (діяльності) підприємств. При цьому обов'язковість урахування зовнішніх чинників не є такою жорсткою, як чинників внутрішніх [3, с. 462-464].

Успішна реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає здійснення не лише результативної, а й ефективної господарської діяльності. Аби бути успішною впродовж тривалого часу, щоб вижити і досягти своїх цілей, діяльність підприємства має бути як результативною, так і ефективною.

Список використаних джерел

1. Бойчик, І.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / І.М. Бойчик. – [вид. 2-ге, доп. і перероб.]. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.

2. Гетьман, О.О. Економіка підприємства : Навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал.. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.

3. Економіка підприємства : підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – [вид. 2-ге, перероб. та доп.]. – К. : КНЕУ, 2011. – 528 с.

Маначинська Ю.А., канд. екон. наук, доцент
кафедри обліку і оподаткування
Чернівецький торговельно-економічний інституту КНТЕУ
м. Чернівці

АКТУАРНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ЕПОХУ XXI СТОЛІТТЯ

Вітчизняна економіка в цілому, та фінансово-господарська діяльність підприємств зокрема, потребують впровадження дієвих важелів керування бізнес-процесами. Це першочергово викликане, посиленням конкуренції, зростанням розі капіталу, в тому числі вагомості залучення, як внутрішніх так і, зовнішніх капіталовкладень у розвиток діяльності господарюючих суб'єктів.

Епоха XXI століття, вирізняється потребою в інноваційних та миттєвих рішеннях, прийняття яких, повинне бути забезпечене надійним обліково-аналітичним підґрунтям. Нова облікова концепція повинна враховувати просторову інтерпретацію бізнес процесів, тобто комплексно враховувати, як часові, так і вимірні проекції фактів господарського життя підприємства. Цілком традиційним стає 3D- та 5D-формати представлення сучасної облікової парадигми, що забезпечується крізь призму актуарної системи бухгалтерського обліку. Першочергово, це викликане тим, що актуарний облік покликаний забезпечити ефективне управління діяльністю підприємства. Адже, на базі його узагальненої облікової інформації в системі актуарної фінансової звітності формується сприятливий фундамент для подальшого здійснення оцінки економічної вартості бізнесу на довготривалу перспективу. Це в комплексі забезпечує залучення необхідного обсягу фінансових інвестицій у розвиток та сприяє підвищенню ефективності керування усіма господарськими процесами.

Яким ж чином це досягається? Все надзвичайно просто, адже ми звикли до традиційної моделі фінансової звітності, яка за доволі тривалий період часу стала свого роду основою для проведення фундаментального аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств в цілому. Проте, в зарубіжній обліковій практиці, все частіше акцент здійснюється на більш інноваційну та пріоритетно-нову модель бухгалтерського обліку та звітності. Перші кроки, висвітлити стандартизовані вимоги до інформаційного наповнення нової моделі звітності були заплановані Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО) ще біля 7-ми років тому. Зокрема планувалося запровадження нового Стандарту, який практично повинен був замінити МСБО 1 (IAS) «Подання фінансової звітності» та МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів», проте, до сих пір його запровадження гальмується. Проте, фундаментальний базис актуарної фінансової звітності більшою мірою розкритий в оновленій версії Концептуальної основи фінансової звітності, яку Рада з МСБО опублікувала 29 березня 2018р. [2]. Саме в Концептуальній основі надається доволі детальна характеристика фінансової звітності загального призначення, яка практично за всіма критеріями відповідає сучасній моделі актуарної фінансової звітності.

Зокрема згідно абзацу 2, Розділу 1 «Мета фінансової звітності загального призначення» Концептуальної основи фінансової звітності, основна мета такої звітності надати фінансову інформацію про суб'єкт господарювання, що звітує, яка є корисною для нинішніх та потенційних інвесторів, позикодавців та інших кредиторів у прийнятті рішень про надання ресурсів цьому суб'єктові господарювання. Такі рішення охоплюють придбання, продаж або утримування інструментів власного

капіталу та боргових інструментів, а також надання або погашення позик та інших форм кредитів [1]. На разі, Рада з МСБО перебуває у процесі оновлення Концептуальної основи, перший етап вже успішно здійснено, зокрема оновлено Розділи 1-3. Варто відмітити, що Розділи 4, на даний момент залишається в редакції 1989 р.

Фінансова звітність за МСФЗ стала одним з необхідних умов виходу на міжнародні ринки фінансового капіталу, так як дозволяє: залучати інвестиції через свою прозорість і зрозумілість міжнародним гравцям; зменшувати вартість залученого капіталу (не потрібно робити зайві процедури аналізу, порівняння та перекладу звітностей під зрозумілі для інвестора стандарти); збільшити міжнародні інвестиції; полегшувати стандартизацію інформаційних систем під ведення обліку; аудит за МСФЗ робити більш ефективним через взаємозв'язок стандартів МСФЗ і Міжнародних стандартів аудиту (МСА), єдиного розуміння цілей фінансової звітності [3].

Задля пришвидшення процесу інноваційних змін, на рівні узагальнення облікової інформації із системи актуарного бухгалтерського обліку в системі звітних форм, пропонуємо розробити на загальнодержавному рівні управління Національний стандарт бухгалтерського обліку №3 «Актуарна фінансова звітність» (НП(С)БО). Детально, про його аргументацію розробки його структури та змістове наповнення йшлося у попередніх наших публікаціях.

Активне впровадження вищезазначеного НП(С)БО 3 «Актуарна фінансова звітність» у практику застосування вітчизняними підприємствами, сприятиме підвищенню ефективності їх діяльності в епоху XXI століття. Оскільки актуарна звітність цілком відповідає фінансовій звітності загального призначення, яка обґрунтована в Концептуальній основі фінансової звітності, та МСФЗ. Це зумовлене тим, що актуарна звітність, як і міжнародна фінансова звітність – зорієнтована на інвестора. В силу чого, складання актуарної фінансової звітності сприятиме залученню інвестицій у розвиток фінансово-господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс] : Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_009

2. Хомюк А. Концептуальна основа фінансової звітності в редакції 2018 року (короткий огляд) / А. Хомюк // [Електронний ресурс] : Журнал «Практика МСФЗ». – №1. – Режим доступу: https://zakon.help/article/konceptualna-osnova-finansovoi-zvitnosti-msfz-v/

3. Головбух [Електронний ресурс] : офіційний web-сайт. – Режим доступу: https://www.golovbukh.ua/article/7302-mjnarodn-standarti-fnansovo-zvtnost-2018

Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці
Караваєва А.С., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

НАУКОВА ПРОБЛЕМА І ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Артикуляція наукових проблем у науці – річ надзвичайно важлива й потрібна. Важлива тому, що поза всяким сумнівом наука тримається на вирішуванні проблем, які

штовхають науковців на пошук істини, що спричиняє появу нових об'єктів досліджень, нових методів пізнання, змінює наукову методологію в цілому, допомагає систематизувати теоретичні знання. Наукові проблеми потрібні для того, щоб бачити перспективу наукового розвитку, планувати наукові дослідження, зрештою, захищати докторські дисертації, а проблемності в докторських вимагає система атестації наукових кадрів в Україні.

Наукову проблему часто характеризують як «усвідомлене незнання». Дійсно, наукова проблема виникає разом із розумінням того, що наявні знання є неповними, і цю ситуацію можна виправити лише в результат і подальшого розвитку науки та практики.

Наукова проблема – це форма наукового мислення, зміст якої становить те, що не досліджено людиною, але потребує пізнання, тобто це питання, котре виникло у процесі пізнання або практичної діяльності, і потребує відповідного науково-практичного вирішення. Це – не застигла форма, а процес, який охоплює два основні етапи: постановку проблеми та її вирішення. Вміння правильно поставити проблему – необхідна передумова її успішного вирішення. «Формулювання проблеми, – зазначав А. Ейнштейн, – часто суттєвіше, ніж її вирішення, котре може бути справою лише математичного чи експериментального мистецтва. Постановка нових питань, розвиток нових можливостей, розгляд старих проблем підновим кутом зору вимагають творчої уяви і відтворюють дійсний успіх у науці» [3 с. 89-90].

Виділяють чотири етапи формулювання проблеми дослідження:

1. Постановка проблеми – вичленення центрального проблемного питання.
2. Оцінка проблеми – визначення необхідних умов, ресурсного забезпечення, методів дослідження.
3. Обґрунтування проблеми – доказ необхідності її рішення, наукової і практичної цінності очікуваних результатів.
4. Структуризація проблеми – пошук додаткових питань, без яких неможливо отримати відповідь на проблемне питання [5 с. 74].

Постановка проблеми – початок будь-якого дослідження, тому вона означає:

– розмежувати відоме і невідоме, факти, що пояснені, які потребують пояснення, факти, що відповідають теорії і котрі суперечать їй;

– сформулювати питання, яке висловлює основний зміст проблеми, обґрунтувати його правильність і важливість для науки та практики;

– визначити конкретні завдання, послідовність їх вирішення, методи, котрі будуть застосовуватися.

Для формулювання проблеми необхідно не лише оцінити її значення для розвитку науки і практики, а й мати методи і засоби її вирішення. По суті вибір проблем здебільшого визначає напрямок наукового пошуку, стратегію і тактику дослідження.

Вибір, постановка і вирішення проблем залежать як від об'єктивних, так і суб'єктивних факторів. До перших можна віднести: ступінь зрілості і розвитку об'єкта дослідження, рівень, стан знань, теорій в певній галузі науки, потреби суспільної практики, наявність спеціальних технічних засобів і методики дослідження.

Суб'єктивні фактори також суттєво впливають на постановку і вирішення проблем. Передусім це наукові інтереси та практичний досвід дослідника, оригінальність мислення, наукова сумлінність, моральне задоволення, яке він отримує при дослідженні, тощо [3 с. 90].

Кожна наукова проблема складається з ряду тем. Тема – це наукове завдання, яке охоплює певну галузь наукового дослідження. Вона базується на численних наукових

питаннях. Під науковими питаннями розуміють дрібніші наукові завдання, які належать до конкретної галузі наукового дослідження. Дослідження з окремих тем можуть бути індивідуальними або проводитись групою наукових працівників протягом одного або ряду років [1 с. 46-47].

До теми висувають такі вимоги: тема повинна бути актуальною, важливою, і такою, що вимагає її вирішення в даний момент. Це одна із основних вимог. Критеріїв для встановлення міри актуальності поки що немає. Актуальною вважається така тема, яка забезпечила певний економічний ефект, у прикладних дослідженнях буде більш актуальною тема, яка забезпечить більший економічний ефект. Актуальність теоретичних досліджень оцінюють експерти, відомі вчені з даної проблеми.

Ще однією важливою вимогою до вибору теми дослідження є її перспективність або стабільність: дослідник має усвідомлювати тенденції розвитку явищ і процесів, які він збирається досліджувати. Вимоги перспективності визначають параметри для вибору об'єкту обстеження, добору відповідних методів дослідження, а також характеристики умов, для яких буде здійснюватися впровадження результатів наукової роботи [4 с. 60].

Тема має вирішувати наукове завдання, це означає, що тема в такому визначенні ще не розроблялась, тобто виключене дублювання. Новизна розробки має бути науковою, а не технічною, тобто принципово новою. Все, що вже відомо, не може бути предметом наукового дослідження. Тема повинна бути економічно ефективною і значимою. Будь-яка тема прикладних досліджень має забезпечити отримання економічного ефекту для народного господарства. Це одна з важливих вимог [2 с. 102].

Важливою характеристикою теми є її практичне застосування, якщо це неможливо здійснити, то розробка теми є неефективною.

Вибору теми має передувати детальне ознайомлення з вітчизняними і зарубіжними літературними джерелами даної і суміжної спеціальності.

При складанні загальної програми дослідження слід враховувати і те, що в процесі наукових розробок можливі деякі зміни в тематиці; це пов'язано із змінами зовнішніх чи внутрішніх чинників.

Важливе значення при розробці загальної програми дослідження має виділення довготермінових, короткотермінових, фундаментальних і прикладних тем і співвідношення між ними.

Виходячи з цього, теми і проблеми досліджень зумовлені потребами розвитку суспільства. Часто вони пов'язані з необхідністю усунення певних протиріч у громадському житті. Тому для вибору теми чи проблеми дослідження такі протиріччя аналізують за літературою, практичним досвідом і в загальних рисах передбачають майбутні результати дослідження.

Список використаних джерел

1. Краус, Н.М. Методологія та організація наукових досліджень: навчально-методичний посібник – П.: Оріяна, 2012. – 356с.

2. Крушельницька, О.В. Методологія та організація наукових досліджень: Навчальний посібник / О.В. Крушевицька. – К.: Кондор, 2003. – 192 с.

3. Кустовська, О.В. Методологія системного підходу та наукових досліджень: курс лекцій / О.В. Кустовська. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 124с.

4. Цехмістрова, Г.С. Основи наукових досліджень: Навчальний посібник / Г.С. Цехмістрова. – Київ : Видавничий Дім «Слово», 2004. – 240 с.

5. Шишкіна Є.К., Носирєв О.О. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. / Є.К. Шишкіна, О.О. Носирєв. – Х.: Вид-во «Діса плюс», 2014. – 200 с.

Мантур-Чубата О.С., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хижун Б.О., студентка
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ НАУКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Науці належить винятково важлива роль у забезпеченні подальшого прогресу світової цивілізації. В Декларації «Про науку і використання наукових знань», прийнятій на Всесвітній конференції з науки в Будапешті, підкреслено, що наукові дослідження завжди мають бути спрямовані на підвищення добробуту людства. У Посланні Президента України до Верховної Ради «Україна: поступ у XXI століття. Стратегія економічної та соціальної політики на 2000-2001 рр.» інноваційний шлях розвитку було проголошено серед стратегічних пріоритетів держави. Незважаючи на значні втрати останніх років, вдалося зберегти досить потужний науково-технічний та науково-виробничий потенціал, провідні наукові школи в різних галузях науки. Залишаються високими загальний рівень освіти та кваліфікація фахівців. Останнім часом з´явилося чимало науково-технологічних розробок, які можуть бути конкурентоспроможними на світовому ринку.

Вивченням характеристики основних напрямків науково-економічного дослідження займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: А. Афанасьєв, С. Артюх, В.Д. Базилевич, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкій та інші.

Метою дослідження є визначення основних напрямків науково-економічного дослідження на теренах сучасної України.

Виклад основного матеріалу досліджень. Самостійною галуззю класифікації наук виступає економічна наука. Як і кожна наука, вона розвивається на основі притаманних їй законів та у відповідності з конкретною суспільно-економічною формацією. Розвиваючись в умовах формацій, що історично змінювались, економічна наука, перш за все, вивчала економіку виробництва, тобто розвиток виробничих сил, виробничих відносин за певних історичних умов.

Кардинальні перетворення ринкового характеру, що відбуваються в нашій державі, інша природа економіки, що народжується і розвивається, нові проблеми вимагають нового погляду на економічну науку в цілому, її предмет і систематизацію [3].

Відомо, що економічна наука зародилася в стародавній Греції як наука про закони домашнього господарства. Пізніше найвидатніший вчений стародавнього світу Арістотель значно розвинув вчення про господарство. Тому саме з його іменем пов´язується походження назви «економіка». Отже, з самого початку зародження економічної науки її предметом були проблеми, які ми називаємо мікроекономічними [7].

Наприкінці середніх віків, коли склалися великі держави, зв´язки між господарствами і окремими регіонами в їх межах настільки розширилися і поглибилися, що виникло нове утворення – народне господарство. Важливу роль почало відігравати фінансове господарство держави, яка стала виконувати і економічні функції, сприяти розвитку землеробства, ремесел і торгівлі. За цих умов почав зростати інтерес економічної науки до проблем розвитку народного господарства або економіки в цілому. Розширення об´єктів дослідження привело до уточнення і назви економічної

науки. Французький економіст А. де Монкретьєн ввів для цього термін «політична економія», назвавши свою працю «Трактат політичної економії» (1615 р.). Предметом дослідження у А. де Монкретьєна були питання державних фінансів, зовнішньої і внутрішньої торгівлі, джерел багатства тощо. Назву «політична економія» сприйняли англійські економісти-класики Д. Рікардо, А. Сміт. Цей термін використовували також К. Маркс, Ф. Енгельс і послідовники їх школи [4].

Після виходу в світ праці видатного англійського економіста А. Маршалла «Принципи економіки» (1980 р.) назва «політична економія» в багатьох країнах почала змінюватися терміном «економіка» або «економічна теорія» [5].

Сучасна економічна теорія відображає підсумок розвитку економічних досліджень, доробок у сфері вивчення багатьох економічних проблем, які в минулому не існували або не були актуальними. Отже, економічна теорія – це наука, яка вивчає те, як окремі суб´єкти господарства і суспільство в цілому досягають своїх цілей в умовах обмеженості ресурсів. Економічна теорія – це фундаментальна економічна наука. На її основі виникло багато інших економічних наук та навчальних дисциплін, які в своїй сукупності становлять систему економічних наук. Економічні науки розглядають проблеми, що стосуються окремих господарств, підприємств і економіки як єдиного цілого. Норвезький економіст, лауреат Нобелівської премії Рагнар Фріш чітко поділив економічні дослідження на мікроаналіз і макроаналіз. Звідси з´явилися назви «мікроекономіка» і «макроекономіка».

Усі економічні науки поділяють на шість груп: теоретичні; історичні; науки світової економіки; науки регіонів країни; економічні науки народного господарства; науки функціональних економік.

Кожна з економічних наук використовує специфічні категорії і поняття та притаманні їй методи дослідження. Необхідність вивчення внутрішньої структури економіки обумовила поділ економічних наук на галузеві економіки і науки з певних економічних функцій. Спеціалізація галузевих економічних наук базується на відокремленні галузей суспільної трудової діяльності. Формування наук з певних економічних функцій привело до створення таких наук, як ціноутворення, фінанси і кредит, статистика, бухгалтерський облік та ін. Таким чином, економічні науки вивчають виробничі сили і виробничі відносини. Всі економічні науки, перш за все, є історичними та відображають історію людства з точки зору розвитку способу виробництва [6].

Економічні науки у своїх дослідженнях ґрунтуються на багатьох інших науках або тісно стикаються з ними, а саме, з математикою, математичною статистикою, соціологією, політологією, психологією, історією, комп´ютерними технологіями. Кількість економічних наук, особливо прикладних, швидко збільшується внаслідок розміщення і ускладнення господарської діяльності.

Правовою основою формування та реалізації пріоритетних напрямів розвитку науки в Україні в сучасних умовах господарювання є Конституція України, закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України».

У найближчі роки вчені-економісти України сконцентрують свої зусилля на дослідженні глибинних трансформаційних процесів в українській економіці, розробці наукових основ стратегічного зростання та підвищенні конкурентоспроможності національної економіки. Значна увага буде приділена проблемам відтворення, інвестиційно-інноваційній складовій економічного зростання, науковим основам створення соціальноорієнтованої ринкової економіки.

Світовий досвід свідчить, що темпи розвитку тієї чи іншої держави багато в чому залежать від правильності вибору пріоритетного фінансування і підтримки розвитку науки.

Ось чому будь-яка держава тільки тоді може розраховувати на перспективне майбутнє, коли в ній на найвищих рівнях буде досягнуто розуміння необхідності зосередження зусиль на підвищенні ефективності використання науково-технологічного та інтелектуального потенціалу нації; спрямуванні коштів, отриманих від реалізації нематеріальних активів, на відтворення науково-технологічної сфери та організацію цивілізованого трансферу технологій [2].

Список використаних джерел

1. Про наукову і науково-технічну діяльність. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19 (дата звернення: 01.11.2018р).
2. Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2623-14 (дата звернення: 01.11.2018р).
3. Артюх, С. Основи наукових досліджень: підручник / С. Артюх. – Х.: УІПА, 2006. – 277 с.
4. Афанасьєв, А. Основи наукових досліджень: навчальний посібник / А. Афанасьєв. – Х.: ХНЕУ, 2005. – 96 с.
5. Базилевич, В.Д. Економічна теорія : Політекономія : підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-прес, 2008. – 719 с.
6. Єщенко, П.С. Сучасна економіка: навч. посіб. / П.С. Єщенко, Ю.І. Палкій. – К., 2005. – 325 с.
7. Марцин, В.С. Основи наукових досліджень: навчальний посібник / В.С. Марцин, Н.Г. Міценко, О.А. Даниленко. – Л.: Ромус-Поліграф, 2002. – 128 с.

Мельнік М.А., канд. екон. наук, доцент
Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля
м. Сєвєродонецьк

МОДЕЛЮВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Облікова політика є основою для ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, а також інформаційною базою системи управління. За допомогою облікової політики, по-перше, здійснюється процес лібералізації системи бухгалтерського обліку; по-друге – відбувається вдосконалення нормативної системи з бухгалтерського обліку та бухгалтерської звітності; по-третє, вирішуються протиріччя чинного законодавства [1, с. 171]. Тому, процес формування ефективної облікової політики підприємства повинен будуватися як з урахуванням оцінки зовнішнього середовища, так і постановки цілей і завдань управління підприємством та особливостей і характеристик об'єкта управління. Цьому може сприяти використання методів моделювання.

Сутність моделювання дає можливість ідентифікувати систему бухгалтерського обліку з точки зору інформаційної моделі, а це відповідно зумовлює чіткі вимоги та нові характеристики щодо облікових процедур як елементів такої системи [2, с. 66].

У науковій літературі в останні роки проблеми моделювання облікових процедур є достатньо актуальними. В цьому контексті варто виокремити праці українських авторів К. Безверхого, В. Жук, В. Завгороднього, В. Кубік, Ю. Кузьмінського, Я. Крупки, Н. Малюги, В. Чиж, М. Шигун та інших.

Узагальнюючи та розвиваючи основні підходи до трактування понять, визначаємо моделювання як «фіксацію того чи іншого рівня пізнання об’єкта, що дозволяє не

тільки описувати його будову, але і передбачати його поведінку». Можливості моделювання різноманітні, істотне значення має технологічний розвиток систем моделювання, який на сьогоднішній день є потужним аналітичним засобом, що увібрав в себе весь арсенал новітніх інформаційних технологій. Тобто, моделювання як метод вносить до облікової політики підприємства варіативність, сприяючи якісному аналізу нормативних правових документів з бухгалтерського обліку та вибору найбільш оптимальної моделі наказу керівника про облікову політику [3 с. 66].

Змоделювати облікову політику можна різними шляхами: описовим, графічним або методами комп'ютерного програмування. Найчастіше користуються описовими моделями – наказом про облікову політику.

За допомогою моделювання можна виявити всі фактори та ознаки, які мають вплив на принципи та процедури ведення обліку [2, с. 67-68]. Моделювання облікової політики підприємства дозволяє деталізувати її елементи, виділити та розглянути всі можливі варіанти та обрати з них ті, які будуть задовольняти цілям та завданням підприємства.

Моделювати облікову політику можливо:

– при формуванні (розробці) облікової політики;

– при зміні статутних вимог підприємства;

– якщо зміни забезпечать достовірне відображення подій або операцій у фінансовій звітності.

При моделюванні на етапі формування облікова політика розглядається як прогнозна варіативна інформаційна модель підприємства, яка є передумовою, майбутньою проекцією діяльності підприємства. Метод моделювання в процесі формування облікової політики організації дозволить знизити витрати надалі і створювати сприятливу основу для прийняття ефективних управлінських рішень, а також надасть можливість визначати найкращі варіанти функціонування модельованого об'єкта, тобто оптимальні підходи до ведення бухгалтерського обліку в обліковій політиці в майбутньому.

Формування облікової політики підприємства за конкретним напрямом полягає у виборі одного варіанта з декількох – альтернативних, передбачених нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку.

У діяльності суб'єктів господарювання постійно відбуваються якісь зміни стосовно чи то нововведень у законодавстві, чи то економічної ситуації в країні. До того ж зміни можуть відбуватися й усередині підприємства. До внутрішніх змін можна включити розширення або згортання виробництва, зміну виду діяльності тощо. Усі ці події – як внутрішні, так і зовнішні – впливають і на облікову політику підприємства, а в окремих випадках спричиняють потребу в її зміні.

Наявність різноманітних варіантів моделі залежить від набору цілей, обумовлених впливом зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність підприємства та на організацію облікових процедур.

Таким чином, за допомогою моделювання можна виявити усі фактори та ознаки, які мають суттєвий вплив на принципи і процедури ведення обліку, які відбиваються в обліковій політиці підприємства.

Список використаних джерел

1. Кубік, В.Д. Моделювання як метод формування облікової політики підприємства / В.Д. Кубік // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2015. – Т. 14, вип. 2. – С. 171-184.

2. Крупка, Я.Д. Моделювання систем та процедур бухгалтерського обліку [Текст] / Я.Д. Крупка, І.І.Кузь // Вісник ТНЕУ. – 2013. – №3 – С. 62-68.

3. Наговицына, О.В. Моделирование как метод формирования учётной политики организации [Текст] / О.В. Наговицына // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – №5 – С. 66-72.

Мєшкова-Кравченко Н.В., ст. викладач
Котик О.А., студент
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ

Поточна успішність діяльності підприємства та його розвиток залежить від рівня задоволення споживачів, як реальних так і потенційних. Сприятиме вирішенню цього завдання оптимальний асортимент.

Управління товарним асортиментом передбачає тактичний і стратегічний рівні, якому передує аналіз ринкової ситуації та визначення попиту.

Враховуючи, що досягти відповідних результатів підприємство зможе тільки за умови реалізації відповідної кількості товарів за відповідною ціною, на першому етапі повинні бути задіяні всі маркетингові інструменти з дослідження ситуації на ринку.

Надалі слід розглядати методи аналізу та оптимізації асортименту. Як в зарубіжних, так і у вітчизняних публікаціях [1, 2, 3, 4] наведено дані методи, класифіковано їх за різними ознаками.

Враховуючи значну кількість методів управління асортиментом, слід, оцінивши переваги і недоліки кожного з них, відібрати для аналізу декілька з них, зокрема на тактичному рівні з групи методів виявлення споживчих переваг і економічного аналізу асортименту, тобто слід звернути увагу на аналіз асортименту як з позицій споживачів, так і з позиції виробника.

Методи виявлення споживчих переваг базуються на зовнішній інформації. До даної групи методів відносять методи спостереження та методи диференціювання окремих елементів і властивостей продуктів. Останню групу методів називають ще моделями ринкової адекватності продукту, серед яких виділяють модель Розенберга і модель з ідеальною точкою.

Друга група методів – методи економічного аналізу – базуються на внутрішній інформації, використанні фінансових показників діяльності підприємства. До даної групи методів слід віднести; АВС–аналіз, XYZ–аналіз, їх поєднання, метод Дібба-Сімкіна, метод Маркон, ранговий аналіз.

Слід зауважити, що з метою запобігання необґрунтованого зменшення кількості товарів за результатами АВС–аналізу пропонують використовувати концепцію операційного левериджу, що дозволяє пов’язати наслідки виключення товару з товарного портфелю підприємства з можливими змінами рентабельності та підприємницького ризику [3].

Останнім часом багато вчених звертає увагу на використання методу рангового аналізу [5]. Раціональність фактичного асортименту продукції визначається за формулою рангового коефіцієнта кореляції Спірмена. За раціональної структури асортименту має місце істотний зв'язок між обсягом випуску асортиментних груп продукції та їх рентабельністю, тобто коефіцієнт раціональності асортименту продукції більше 0,6. Даний метод дозволяє швидко і якісно оцінити фактичний асортимент продукції, однак він направлений тільки на управління в межах асортиментної групи. Проте, його можна модифікувати для використання в межах

підприємства, що виготовляє різноманітну продукцію, якщо в якості критерію раціональності використати коефіцієнт кореляції рангів внеску на покриття та обсягу реалізації за видами продукції [3].

Оптимізувати асортимент, розробляти план продажів доцільно з використанням економіко-математичних методів: лінійного, нелінійного програмування, динамічного програмування, методів стохастичної оптимізації.

Формуванню товарних стратегій повинен передувати стратегічний аналіз асортименту, методи якого доцільно модифікувати в залежності від наявної інформаційної бази та мети аналізу. До стратегічних інструментів формування асортименту відносять методи аналізу життєвого циклу товару і портфельного аналізу, зокрема матриця BCG, матриця General Electrik (GE) або McKinsey, матриця Shell або DPM, модель ADL або LC.

На практиці частіше використовується адаптована матриця BCG, де в якості параметрів обирають частку продажів товару в загальному обсязі реалізації підприємства та темпи росту продажів товару, а розмір зони, що позначає товар, відображає внесок товару в прибуток підприємства, або (що є більш доцільним з точки зору аналізу ефективності товарного портфелю) маржинальний дохід від продажу певного товару, тобто внесок на покриття [3].

Обрана товарна стратегія повинна забезпечувати адаптивність та інноваційність, тобто асортимент, та і окремий товар, його атрибути, повинні змінюватися при зміні запиту споживачів і конкурентного середовища, при цьому бажано, щоб ця зміна відбувалась шляхом реалізації інноваційних рішень. Управління асортиментом є складним і безперервним процесом, тому об'єктивною необхідністю є моніторинг, коригування асортименту чи кардинальна зміна, в залежності від ситуації, для забезпечення сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Заблодська, І.В. Товарна політика підприємства: механізм формування: монографія. / Заблодська І.В – Луганськ: Вид-во СНУ ім.. В. Даля, 2006. – 240с.

2. Ілляшенко, С.М. Теоретико-методичні засади товарної інноваційної політики підприємства / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 13-26.

3. Іщенко, С.В. Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства [Електронний ресурс] / С.В. Іщенко // Ефективна економіка. – 2012. – № 6. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1209

4. Кубишина, Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку / Н.С. Кубишина // Економічний вісник НТТУ «КПІ». – 2010. – № 7 – С. 171-178.

5. Яковлєв, А.І Засоби забезпечення раціонального асортименту продукції / А.І. Яковлев, Л.С. Ларка. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №3 – С.80-89.

Монтрін І.І., канд. екон. наук, доцент
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
м. Київ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Удосконалення системи мотивації персоналу є одним із головних завдань керівників усіх рівнів. Уміння мотивувати людей є однією з головних компетенцій

керівника – лідера. Система преміювання та соціальних пільг, корпоративні програми нематеріального стимулювання є важливими елементами в системі мотивації персоналу, але не гарантують стійко високого рівня мотивації співробітників. Зміст роботи, стиль керівництва, взаємовідносини в колективі, можливості професійного і кар'єрного зростання, визнання, це ті фактори в системі мотивації персоналу, які впливають на рівень мотивації співробітників іноді істотно більше, ніж рівень винагороди.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації.

У сучасній практиці виділяють наступну класифікацію типів мотивації робітників. «Інструменталіст» – такий тип робітника індиферентний до форми власності, роботодавцю та іншим заохоченням; мотивація спрямована на чистий заробіток, бажано готівкою. Це, наприклад, вантажники, таксисти і т. д.

«Професіонал» – для такого працівника найважливіша умова діяльності – реалізація своїх професійних навиків та можливостей. Це програмісти, вчені, музиканти та художники. Однак, серед двох останніх категорій часто трапляються люди, які орієнтовані у своїй діяльності на визнання з боку оточуючих.

«Патріот». Основа його мотивації – високі ідейні та людські цінності. Це вчителі та викладачі ВНЗ, керівники дитячих кружків, лікарі, ті, що працюють у системі державної охорони здоров’я, військові. Тобто всі ті, хто працює на благо суспільства, не зважаючи на скромну винагороду з боку держави.

«Хазяїн» – потреби таких працівників необмежені, мотивація основана на досягнення та примноження багатства. Це, перш за все, клас підприємців, які йдуть на ризик заради збільшення власного багатства, при цьому створюючи нові продукти та робочі місця. Але, на відміну від попереднього типу робітників, вони думають, перш за все, не про благо суспільства, а про своє власне.

«Люмпен» – працівник, який віддає перевагу зрівняльному розподілу матеріальних благ. Його постійно переслідує відчуття заздрості та незадоволеності порядком розподілу благ у суспільстві. Це, наприклад, «добровільні» безробітні.

В умовах демографічної та економічної кризи підприємствам доводиться вирішувати проблеми, пов’язані з нестачею кваліфікованих фахівців і високим ризиком їх втрати. Усе це висуває свої вимоги до системи нематеріальної мотивації на підприємстві та ефективності праці її співробітників. Адже саме нематеріальна мотивація є тим мотиваційним ресурсом керівника підприємства, який дозволяє використовувати унікальні засоби залучення, утримання і розвитку персоналу, надає можливість суттєвого зниження ризиків звільнення фахівців, підвищення ефективності праці співробітників підприємства, а як наслідок – досягти максимізації прибутків підприємства.

Проблема мотивації праці на підприємствах в сучасному світі стає особливо актуальною, оскільки посилюється конкуренція не тільки за споживачів, але і за кваліфікованих фахівців (працівників).

Враховуючи швидкість розвитку технології та поглиблення спеціалізації праці у даний час, фахівці у галузі управління шукають нові розв’язання проблеми мотивації, не тільки в матеріальному, але і в моральному (нематеріальному) аспектах.

Результати досліджень поведінки людини дозволяють виділяти дві групи способів стимулювання: матеріальні (економічні) які поділяються на грошову винагороду (заробітна плата; доплати; компенсації; пільгові кредити) і негрошову винагороду

(страхування; соціальні путівки на відпочинок; харчування; оплата транспортних витрат; соціальне медичне обслуговування); моральні (нематеріальні, неекономічні), які також поділяються на соціальні стимули: перспективи просування по службових сходах; можливість займатися престижними видами праці; можливість брати участь в управлінні виробництвом.

Моральні стимули: визнання співробітника як працівника; публічне визнання; похвала; критика; високий ступінь самостійності та відповідальності.

Соціально-психологічні стимули: комфортний клімат у колективі; спілкування; коорпоративи.

Творчі стимули: стажування; підвищення кваліфікації; цікавий зміст роботи. Вільний час: додаткова відпустка; гнучкий графік роботи, що є важливою складовою забезпечення ефективності діяльності підприємства. При стимулюванні праці спонукання відбувається у формі компенсації за трудові зусилля, таким чином, поділ стимулів на «матеріальні» і «моральні» умовні, оскільки вони взаємопов'язані. Однак, слід зазначити, що механізм стимулювання має бути адекватний механізму мотивації працівника.

Таким чином, варто відзначити, що між матеріальними і нематеріальними стимулами існує діалектичний зв'язок. Так, заробітна плата (матеріальний стимул) впливає на оцінку та самооцінку працівника, задовольняючи тим самим потреби у визнанні, повазі оточуючих, самоповазі, у самоствердженні, тобто матеріальний стимул виступає одночасно і як соціальний, моральний, психологічний. Але, якщо використовувати лише матеріальний стимул, не задіявши моральних, соціальних, творчих стимулів, то вся система стимулювання перестане виконувати притаманні їй функції повною мірою, що призведе до переважання економічних стимулів на шкоду соціальним, моральним і психологічним, що відбувається на більшості підприємств України. Представники системи менеджменту стикаються з тим, що підвищення заробітної плати вже не дає ефекту в підвищенні результативності та якості роботи працівників.

Список використаних джерел

1. Стефанюк, О.Д. Система нематеріальної мотивації персоналу на підприємстві // Бізнес Інформ. – 2016. – №4. – С. 277-283.

2. Мескон, М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ./ М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М. : Дело, 2008. – 800 с.

3. Дімітрієва, С.Д. Шляхи підвищення мотивації персоналу // URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/64920/14-Dmitrieva.pdf?sequence=1

Насипайко Д.С., канд. екон. наук, доцент
Резніченко О.О., викладач
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ АНАЛІЗУ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

В умовах переходу України до ринкової економіки підприємства перебувають у важкому фінансовому стані, в умовах системної кризи: плинність кадрів, нестача

якісного людського капіталу перешкоджають ефективній діяльності. Перехід економіки на інноваційний шлях розвитку неможливий без наявності відповідного людського капіталу. Пошук шляхів комплексного вивчення людського капіталу, людського потенціалу триває з кінця XX століття.

Велика увага приділяється даній проблематиці в працях українських авторів: О. Амоші, В. Антонюк, Н. Андрусевич, С. Бандура, Л. Безтелесної, В. Геєця, О. Грішнової, Е. Лібанової, О. Макарової, Л. Михайлової, О. Левченка, І. Петрової, М. Семикіної, О. Стефанишина та ін. На увагу заслуговують праці О. В. Білецького [1], які містять науково-методичні засади оцінки якості формування та використання людського капіталу, а саме обґрунтування необхідності здійснення індикативної моніторингової оцінки якості формування та використання людського капіталу тощо. Важливим та актуальним є питання практичної реалізації досягнень теорії людського капіталу.

Метою роботи є розвиток методичних підходів до аналізу ефективності відтворення людського капіталу.

Важливими критеріями виявлення кризових явищ та соціальних загроз щодо відтворення людського капіталу є:

– показник смертності населення (абсолютний та відносний);

– обсяги та сальдо міграції та коефіцієнт механічного приросту;

– рівень безробіття населення працездатного віку, обрахованого за методологією МОП, рівень зареєстрованого безробіття, % від працездатного населення в працездатному віці;

– питома вага безробітних осіб, звільнених у рамках групових звільнень;

– рівень прихованого безробіття у % до середньооблікової кількості штатних працівників;

– навантаження незайнятого населення на одне вільне робоче місце, вакантну посаду, осіб;

– питома вага тривалого безробіття (за методологією МОП) у загальному;

– середня тривалість пошуку роботи безробітних, визначених за методологією МОП, міс.;

– питома вага тривалого зареєстрованого безробіття; середня тривалість зареєстрованого безробіття, міс.;

– рівень застійного і родинного безробіття;

– питома вага працівників, заробітна плата яких нижча від середньої по Україні, %;

– питома вага зайнятих у шкідливих та небезпечних умовах праці в загальній чисельності зайнятих;

– співвідношення грошових доходів і витрат населення; частка бідного населення в загальній чисельності працюючого населення.

Загальновизнаними є два основних підходи до оцінки накопиченого людського капіталу: витратний і доходний.

Доцільно також зауважити, що методичний інструментарій має зосереджуватися на розв'язанні проблеми приведення у відповідність параметрів розвитку вітчизняного людського капіталу до стандартів людського капіталу високорозвинених країн. Відповідно прикладна реалізація цього підходу, на нашу думку, має бути забезпечена застосуванням компаративного аналізу стану розвитку людського капіталу та ефективності зростання національної економіки порівняно з динамікою та рівнем розвитку відповідних сегментів економіки високорозвинених країн з визначенням характеру структурних зрушень, а також рівня дотримання соціальних гарантій для економічно активного населення.

Також доречно підкреслити, що індикатори відтворення людського капіталу країни повинні узгоджуватися із пороговими значеннями, які визначають, наскільки реальний стан його певного сегмента відхиляється від оптимального. У цьому плані слід погодитися з доцільністю застосування гранично допустимих показників відтворення людського капіталу в Україні, які свідчитимуть про їх відхилення від оптимальних [2; 3]. Так, до таких показників належать: питома вага заробітної плати у ВВП (60-80 %), частка населення, що живе на межі бідності (10,0%), співвідношення мінімальної і середньої заробітної плати (1 : 3), рівень безробіття (7-10%), коефіцієнт старіння населення (7,0%), очікувана тривалість життя (70 років), відношення середньої зарплати до прожиткового мінімуму (4-5 разів) та ін.

Необхідно підкреслити, що найвища ступінь соціальної стабільності як чинника майбутнього відтворення людського капіталу досягається за умови, що зазначені показники знаходяться в діапазоні припустимих меж, а порогові значення одного показника дотримуються незалежно від інших. Практика свідчить, що поширення соціальних дефіцитів створює особливі загрози для відтворення людського капіталу та уможливлює збільшення некерованості цих процесів.

Послідовність аналізу перебігу процесів відтворення вітчизняного людського капіталу також може бути забезпечена за допомогою ретроспективного аналізу динаміки відтворення людського капіталу та визначення необхідності його прискорення і розширення з обґрунтуванням на перспективу можливих варіантів та гіпотез розвитку національного людського капіталу в умовах інноваційної модернізації вітчизняної економіки.

Розраховані за певний період по окремих компонентах людського капіталу параметри характеристик та індекси їх щорічної зміни виявлятимуть рівень його відтворення.

Тобто методологічний аспект, який ґрунтується на застосуванні матрично-індексного інструменту аналізу ефективності відтворення людського капіталу, дасть змогу розробити і прийняти ефективні регуляторні заходи на всіх рівнях управління, пов’язані зі стимулюванням тих чи інших форм відтворення людського капіталу.

В основі обґрунтування методики порівняльного дослідження основних соціально-економічних процесів і явищ в контексті їх впливу на відтворення людського капіталу, лежить автономна екстрагована (партикулярна) оцінка явищ, які засвідчують позитивний вплив на людський капітал (презентовані показниками-стимуляторами) та протилежний, негативний вплив (презентовані показниками-дестимуляторами). З метою визначення особливостей їх впливу на рівень ефективності також доцільно розраховувати коефіцієнти рівня безпечності та сталості економічного середовища людського капіталу для забезпечення економічного піднесення на інноваційних засадах.

Ці показники, на наш погляд, комплексно відбивають стан усіх компонент людського капіталу і можуть бути застосовані до оцінки його відтворення на всіх рівнях.

Пріоритетним завданням удосконалення сучасної статистики є розробка агрегатного показника стану людського капіталу. Це припускає не тільки створення системи показників, що характеризують його формування, але й перегляд діючих концепцій врахування комплексу основних проблем статистичної оцінки людського капіталу:

- розробка класифікації елементів, що утворюють людський капітал;
- перегляд меж між споживанням і виробництвом валового продукту;
- охоплення всіх інституціональних одиниць;
- розробка показників ефективності людського капіталу.

Таким чином, на сучасному етапі людський капітал відіграє одну з провідних ролей у забезпеченні економічного зростання. Вартісне вимірювання людського капіталу вважається досить об'єктивним, оскільки його можна застосувати для відображення тенденцій на регіональних і світових ринках праці. Однак ці методи, на наш погляд, не дозволяють в достатній мірі виявляти якісні особливості відтворення людського капіталу. Перспективи досліджень в даному напрямку містяться в подальших емпіричних дослідженнях методичного забезпечення оцінки стану людського капіталу.

Список використаних джерел

1. Білецький, О.В. Методологічні аспекти дослідження інноваційних чинників розвитку людського капіталу / О.В. Білецький // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – Вип. 12/2015. – Ч. 1. – С. 142-145.

2. Соціальна економіка : [навч. посібник] / [Бєляєв О.О., Диба М.І., Кириленко В.І. та ін.]. – К. : КНЕУ, 2005. – 196 с.

3. Сухоруков, А.І. Програмно-цільовий підхід до забезпечення економічної безпеки України / А.І. Сухоруков // Стратегія екон. розв. України : [наук. зб. / відп. ред. О.П. Степанов]. – К. : КНЕУ. – 2000. – Вип. 2-3 – С. 14-21.

Новицький М.В., канд. екон. наук
Одеський національний економічний університет
м. Одеса

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНДИВІДУАЛЬНО-КОНСУЛЬТАТИВНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕНІ ДИСЦИПЛІН

Самостійна робота студента в сучасній дидактиці тісно пов’язана з організуючою роллю викладача, тому її організацією займається безпосередньо кафедра. Перелік завдань для СРС (обов’язкових для виконання та за вибором студента), форми її організації та звітності, терміни виконання кожного виду роботи визначаються робочою програмою навчальної дисципліни (розділи «Самостійна та індивідуальна робота студентів»). Випробуваною формою організації СРС є складання графіка усіх видів навчальних робіт, в якому зазначаються терміни усіх заходів, обсяг часу, відведеного на самостійну роботу, тематика занять, література з конкретизацією тем і сторінок. [1]

Чим активніші студенти, тим рівноправнішими учасниками навчального процесу у вищій школі вони себе вважають, тим кращі їх результати. Реалії сьогодення потребують, щоб навчання у ВНЗ було інтерактивним. Суть інтерактивного навчання полягає у тому, що навчальний процес відбувається за умови постійної, активної взаємодії всіх студентів.

Організація інтерактивного навчання передбачає моделювання ситуації, спільне розв'язання проблем, вироблення спільної стратегії подолання складних ситуацій тощо. Воно ефективно сприяє формуванню навичок і вмінь, конструктивного творчого мислення; виробленню цінностей; створенню атмосфери співпраці, взаємодії; дає змогу розвивати свої здібності, оскільки е своєрідним «перерозподілом активності» від викладача до студента.

Новою формою здобуття освіти, новим видом взаємодії між викладачами і студентами є також дистанційне навчання.

За дистанційного навчання студент має змогу сам здобувати необхідні йому знання за допомогою інформаційних ресурсів: баз даних і знань; комп'ютерних, у т. ч. мультимедійних, навчальних і контролювальних систем; відео- і аудіозаписів, електронних бібліотек і, безперечно, традиційних посібників і підручників. Крім того, дистанційне навчання передбачає велику кількість завдань, розрахованих на самостійне опрацювання з можливістю отримання щоденних консультацій.

Взаємодія з віддаленими співрозмовниками розвиває у студентів універсальні вміння дистанційної діяльності, які не формуються за традиційного навчання (уміння користуватися електронною поштою, участь у телеконференціях, форумах тощо). [2]

Використання різних форм і видів навчання сприяє формуванню високоосвічених, компетентних, мобільних, самоорганізованих, конкурентоспроможних фахівців, готових входити в глобалізований світ, відкрите інформаційне товариство.

В реальній практиці вищого навчального закладу провідна активність залишається за викладачем фактично в усіх видах діяльності. Він виступає як в ролі джерела, так і в ролі контролера знань.

Оволодіння знаннями – це, в першу чергу, процес наполегливої активної діяльності людини. Зміст знань оновлюється надзвичайно швидко, а тому головним завданням вищої школи, поряд із задоволенням потреб особи в інтелектуальному, культурному й моральному розвиткові, є оволодіння майбутнім фахівцем ефективними і раціональними методами самостійної навчальної роботи, відповідно до особливостей конкретного фаху, підготовка його до участі у процесі неперервної освіти. [3]

Ефективність самостійної роботи значною мірою залежатиме від якості керівництва нею з боку викладача, від правильності мотивації, оптимальності інструктажу, своєчасності надання допомоги і, безумовно, від реалізації грамотного індивідуального підходу.

Список використаних джерел

1. Положення про організацію самостійної роботи студентів : [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.khnu.km.ua/root/dept/nmv/res/5.pdf

2. Форми організації навчання у вищому навчальному закладі : [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://pidruchniki.com/14410310/pedagogika/formi_organizatsiyi_navchannya_vischomu_navchalnomu_zakladi

3. Індивідуальний підхід в організації самостійної роботи студентів : [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://social-science.com.ua/article/1229

Повод Т.М., канд. екон. наук, доцент
Остапенко А.С., канд. тех. наук, доцент
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ЛОГІСТИЧНИМ ПІДХОДОМ

Сучасні умови фінансово-економічного розвитку країни значною мірою залежать від ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства. Все це зумовлює необхідність розроблення інноваційних методів фінансового менеджменту, у тому числі логістичного підходу до управління фінансовими ресурсами підприємства. Саме

завдяки достатньому фінансовому забезпеченню господарської діяльності, правильному вибору способів мобілізації фінансових ресурсів та джерел їх надходження, визначенню оптимальних напрямків їх використання і забезпечується зростання доходів підприємства.

На жаль, слід зазначити, що однією з найбільших проблем суб'єктів господарювання в сучасних економічних умовах є низька ефективність управління їх фінансовими ресурсами. Це зумовлює наявність в економіці країни численної кількості збиткових, низькорентабельних або неплатоспроможних підприємств.

Основним об'єктом фінансового менеджменту виступає капітал, який є перетвореною формою фінансових ресурсів. На сучасному етапі, до основних завдань управління фінансовими ресурсами підприємства відносять: забезпечення формування достатнього об'єму фінансових ресурсів; оптимізація структури джерел формування фінансових ресурсів; оптимізація розподілу сформованих фінансових ресурсів в розрізі основних напрямів господарської діяльності; забезпечення швидкої трансформації пропорцій розподілу фінансових ресурсів в розрізі видів діяльності підприємства, під час непередбачуваного впливу факторів зовнішнього середовища; забезпечення найбільш ефективного використання фінансових ресурсів; забезпечення мінімального рівня, пов'язаного з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів підприємства [2, с. 190].

У науковій літературі управління фінансовими ресурсами переважно розглядається як одна з функцій фінансового менеджменту з позицій системного, комплексного, портфельного та процесного підходів. Але сьогодні серед інструментів управління фінансовими ресурсами особливу роль повинні відігравати саме прогресивні методи управління.

Найважливішими особливостями прогресивних методів є: по-перше, реалізація нетрадиційних методів передбачає застосування особливих фінансових інструментів (депозитарних розписок, похідних цінних паперів, корпоративних облігацій, вексельного комерційного кредиту); по-друге, всі ці інструменти дозволяють залучити додаткові фінансові ресурси не тільки на національному, а й на міжнародному фінансовому ринку [1].

Новітній логістичний підхід до ефективного управління фінансовими ресурсами потребують глибинного дослідження принципів управління фінансовими потоками підприємства, метою яких є оптимізація руху фінансових ресурсів. У логістиці оптимізація руху фінансових потоків досягається за умов достатнього обсягу забезпечення матеріального потоку фінансовими ресурсами на усіх стадіях логістичного ланцюга.

Теоретичне обґрунтування логістичного підходу полягає в двоєдиному підході до розгляду фінансових ресурсів: в контексті логістизації виробництва, тобто взаємозв'язку з іншими видами ресурсів (матеріальними, інформаційними, трудовими, інтелектуальними та іншими); в контексті системи бізнесу, тобто послідовного їх перетворення з однієї форми в іншу й особливостей їх функціонування в цих формах (грошовій, матеріалізованій). Ці два підходи можуть бути покладені в основу організації процесу управління фінансовими ресурсами підприємства, і в свою чергу, вимагають здійснення діагностики стану управління фінансовими ресурсами підприємства з використанням показників, які характеризують не тільки фінансову, а й виробничу та інвестиційну діяльність, а також управління фінансовими ресурсами, які знаходяться не тільки в грошовій формі, а й перетворені в матеріалізовану форму [3].

Зауважимо, що підприємство як логістична система повинна формуватися у три етапи.

Перший етап – це визначення проблеми (задачі) фінансування системи, що повинна бути розв'язана з урахуванням попереднього досвіду та наявних даних.

Другий етап – це вимоги до цієї системи: оновлення структури підприємства, організація та регулювання руху фінансових ресурсів, взаємодія з реальним сектором економіки, активізація інвестиційної діяльності і як результат, розвиток зовнішньоекономічної діяльності.

На третьому етапі здійснюється побудова підприємства як єдиної логістичної системи, що включає в себе підсистеми, які забезпечують досягнення поставленої проблеми (задачі), і метою функціонування логістичної системи підприємства відповідно, є матеріальний потік – максимізація прибутку.

Сутність логістичного підходу розкривається через три основні положення [4, с. 18]:

– взаємопов'язані функції розглядаються як єдиний потік;

– для управління потоком створюється відповідна система, тобто організаційно-управлінський механізм;

– оцінювання ефективності функціонування системи управління потоком здійснюється з урахуванням не тільки витрат, а ще й втрат прибутку, зумовлених нераціональним використанням ресурсів потоку.

За традиційного підходу управління фінансовими потоками бізнесу кожна ланка логістичного ланцюга має свою систему управління, що орієнтується на власні цілі та критерії ефективності. Вихідний напрям руху фінансових ресурсів кожної попередньої ланки логістичного ланцюга, сформований під впливом системи управління цією ланкою, з урахуванням її цілей та критеріїв, є вхідним для наступної ланки.

Принципова відмінність логістичного підходу до управління фінансовими ресурсами від традиційного виражається в інтеграції окремих ланцюгів у єдину систему, що має змогу адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища. У зв'язку з цим доцільне застосування логістичного підходу в підприємницькій діяльності з метою покращання системи управління фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання [5].

Логістизація управління фінансовими потоками бізнесу має характер безперервного процесу через реалізацію головних методів логістичного менеджменту, які можна згрупувати за відповідними взаємопов'язаними функціями: планування, організація, мотивація, контроль і координація.

Таким чином, логістичний підхід збагачує та розвиває системний підхід, оптимізуючи розв'язання різноманітних проблем.

Проведений аналіз вітчизняних досліджень свідчить про те, що, на відміну від досвіду зарубіжних країн, у практиці вітчизняного господарювання триває фетишизація матеріального потоку та зведення логістики тільки до транспорту, складу, виробництва, постачання, збуту, запасів тощо [6, с. 150].

Важливою складовою управління фінансовими ресурсами є вибір дієвих інструментів усунення слабких місць в управлінні підприємством за логістичним підходом.

Тому можна зробити висновок, що спроможність вітчизняних підприємств не просто вижити, а й досягти успіху в ринкових умовах, залежить, насамперед. від ефективності управління наявними фінансовими ресурсами.

Список використаних джерел

1. Лизунова, Т.Г. Сучасні підходи до управління фінансовими ресурсами вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / Т.Г. Лизунова, Л.Г. Смоляр // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2014. – Вип.8. – Режим доступу: http://probl-economy.kpi.ua/node/408.

2. Байрак, О.М. Теоретичні аспекти управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств / О.М. Байрак //Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. – 2013. – Вип. 83. – С. 189-196.

3. Мішина, С.В. Організаційно-економічний механізм управління на підприємстві: Монографія / С.В. Мішина, О.Ю. Мішин. – Харків: Вид-во ХНЕУ, 2006. – 176 с.

4. Окландер, М.А. Логістика: Підручник / М.А. Окландер. – Київ: Центр навчальної літератури. – 2008. – 346 с.

5. Остапенко, А.С. Логістичний підхід до управління фінансовими потоками бізнесу [Електронний ресурс] / А.С. Остапенко, Т.М. Повод // Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку». – 2018. – Вип. 25. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/uk/.

6. Мушникова, С.А. Логістичний підхід в управлінні фінансовою діяльністю підприємства / С.А. Мушникова // Економічний вісник. – 2015. –№ 4. – С. 146-152.

Полтавець М.М., викладач
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ ПАЛИВА ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ТЕПЛОВОЇ ЕНЕРГІЇ

Ступінь розвитку економіки, та, відповідно, рівень життя населення будь-якої країни безпосередньо пов’язані з кількістю енергії, що споживається. Якщо до недавнього минулого головним фактором розвитку економіки було збільшення споживання матеріальних і енергетичних ресурсів, то найактуальнішим питанням сьогодення є підвищення ефективності їх використання. Тому, на сучасному етапі розвитку народного господарства, економія паливно-енергетичних ресурсів є найважливішим завданням вітчизняних підприємств. У зв'язку з цим виникає потреба в розробці сучасних технологій та проведенні організаційно-технічних й економічних заходів з енергозбереження. Особливо актуальним дане питання є для теплоенергетики.

Сьогодні обсяг споживання тепла в Україні складає близько 230 млн. Гкал, з яких найбільша частка (67%) припадає на населення і ЖКГ, 20% на промисловість, 13% на інші галузі. За проектом Енергетичної стратегії України на період до 2030 року, попит на теплову енергію у 2030 році може збільшитися до 271 млн. Гкал. При цьому найбільше зростання відбудеться у комерційному та бюджетному секторах і їх частка у структурі споживання зросте до 20%.

У вітчизняній енергетиці, основними енергоносіями для виробництва теплової енергії є природний газ та вугілля, споживання яких в загальному балансі складає 36,9% та 32,7% відповідно. Протягом останніх кількох років існує тенденція зниження споживання газу і збільшення використання вугілля. Істотне зростання ціни природного газу змусило споживачів блакитного палива переглянути своє відношення до його використання, а саме: впроваджувати менш енергоємні виробничі технології; впроваджувати системи обліку споживання теплової енергії; шукати шляхи зниження споживання енергії і енергоносіїв; використовувати альтернативні джерела енергії та види палива.

Одним із видів альтернативного палива, є тверда біомаса, використання якої для виробництва теплової енергії має в Україні добрі передумови, однією з яких є значний потенціал біомаси, доступної для виробництва енергії.

Найбільшими складовими цього потенціалу є відходи сільського господарства та біомаса енергетичних культур. Залежно від врожайності економічно доцільний потенціал коливається в межах 25-35 млн. тон умовного палива на рік, що становить 13-18% споживання первинних видів палива в Україні.

Сьогодні з наявного потенціалу біомаси для виробництва енергії в Україні найбільш активно використовується деревина та лушпиння соняшника. За результатами досліджень, використання потенціалу деревної біомаси сягає 80%, а лушпиння 59%. При цьому потенціал загальнодоступної біомаси соломи використовується лише на 1%.

Аналіз існуючих технологій використання твердої біомаси в якості палива показав, що найдоцільнішими методами термічної переробки є: спалювання, газифікація, піроліз.

Процеси газифікації і піролізу мають деякі переваги у порівнянні з прямим спалюванням: зменшується об'єм відхідних газів, є можливість використовувати генераторний газ для отримання інших видів енергії (теплової в котлах, як паливо в двигунах внутрішнього згорання (ДВЗ), електричної за відповідного оформлення процесу перетворення), а також сировини (оцтова кислота, смоли).

Газифікацією називається процес перетворення органічного палива в горючі гази, який відбувається під дією вільного або зв'язаного кисню за високих температур. Процеси газифікації палива близькі до процесів горіння. Основа цих процесів полягає в хімічному з'єднанні вуглецю і водню палива з окиснювачем (киснем).

Газоподібне паливо (генераторний газ) має ряд суттєвих переваг у порівнянні з твердим паливом:

– газ згоряє без диму і кіптяви. Коефіцієнт використання тепла згоряння газу вищий, ніж твердих видів палива, навіть тих, які згоряють у пиловидному стані;

– при спалюванні газу просто регулювати температуру та подачу тепла;

– газ вільний від всіх природних недоліків твердого палива – золи, вологи і інших домішок.

Виходячи з цього, практичний інтерес представляє впровадження газогенераторних установок, що дозволить здійснювати переведення існуючих опалювальних котлів на більш доступне паливо без зниження теплопродуктивності та будівництва нових котелень. Проведений розрахунок економічної ефективності виявив економічну доцільність переведення найбільш широковживаного на вітчизняних опалювальних котельнях парового котла ДКВР 2,5-13 на генераторний газ. Термін окупності додаткових капіталовкладень склав не більше двох років.

Підводячи підсумки, варто зазначити, що впровадження біоенергетичних технологій має значний соціально-економічний ефект, який полягає в: заміщенні традиційних видів палива більш дешевими альтернативними; залученні вивільнених при цьому коштів для розвитку економіки країни;. створенні нових робочих місць, що особливо важливо для підвищення рівня зайнятості населення в сільській місцевості.

Досвід країн ЄС показує, що з усіх секторів біоенергетики найбільш динамічно розвивається саме виробництво теплової енергії. В Україні ситуація аналогічна, однак частка теплової енергії з біомаси в енергобалансі країни є низькою – всього біля 8%, а її збільшенню заважає низка бар'єрів, для подолання яких потрібна розробка політики стимулювання біоенергетики, що вимагає радикального і невідкладного втручання з боку держави. Лише при виконанні цієї умови вітчизняна біоенергетика буде комерційно успішною.

Потапкіна Л.В., кан. пед. наук, доцент
ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва»
м. Хмельницький

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Туризм – одна із прибуткових галузей економіки, що невгамовно розвивається і є неможливою без використання інформаційних систем і технологій у сьогоденні та в майбутньому взагалі.

Саме туризм займає лідируючі позиції серед галузей з найбільшою реалізацією товарів і послуг через Internet. Використання сучасних технологій, новітніх інформаційних систем та глобальної мережі для підприємств туристичної сфери на ринку України очевидні: постійний та швидкий контроль ринку попиту та пропозиції туристичних маршрутів, опис компаній та їх пропозиції, необмежений доступ до різноманітної інформації, комунікація між організаціями різних куточків світу, заощадження коштів при міжміських і міжнародних переговорах, надання інформації про новітні технології, обмін ідеями та контактами з колегами та багато іншого.

Розвиток інформаційних технологій та використання сучасних інформаційних систем в туризмі має бути першочерговим. Адже для успішної діяльності туристичної фірми необхідно використовувати постійний потік правдивої і своєчасної інформації для прийняття важливих управлінських рішень з метою досягнення очікуваного кінцевого результату – отримання прибутку.

Глобалізація суспільних процесів, активна інтеграція України у світову економічну систему зумовлює появу потреби використання прогресивних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій в її інноваційному розвитку. Внаслідок входження України до світової мережі інформаційних комунікацій поступово вдосконалюються умови функціонування інформаційних систем, зокрема, розроблена державна програма інформатизації, формується нормативно-правова база, збільшується кількість підприємств інформаційної інфраструктури, поліпшується якість каналів зв'язку, урізноманітнюються технічні засоби та інформаційні технології активізації інформаційних систем [1].

На сьогоднішній день в туризмі використовується досить багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, смарт-картки, інформаційні системи менеджменту, системи проведення телеконференцій, телефонні мережі, комп'ютерні системи бронювання (резервування та бронювання квитків, резервування та бронювання засобів тимчасового проживання, резервування та бронювання комплексу туристичних послуг), електронні інформаційні системи (електронні довідники, каталоги, професійні інформаційні портали тощо), та ін.

Найбільший вплив сучасні комп'ютерні технології роблять на просування туристського продукту (розповсюдження та продаж). Насамперед, це стосується можливості формування нових маркетингових каналів просування та збуту туристського продукту. Так, в сфері реклами значне поширення набула пряма розсилка туристичної інформації по електронній пошті. В останні роки більшість туристських підприємств створюють свої власні сайти в Інтернеті [2].

Законом України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.» зазначено що «ступінь розбудови інформаційного суспільства в Україні порівняно із світовими тенденціями є недостатнім і не відповідає потенціалу та можливостям України оскільки:

– відсутня координація зусиль державного та приватного секторів економіки з метою ефективного використання наявних ресурсів;

– ефективність використання фінансових, матеріальних, кадрових ресурсів, спрямованих на інформатизацію, впровадження ІКТ у соціально – економічну сферу є низькою;

– наявне відставання у впровадженні технологій електронного бізнесу, електронних бірж та аукціонів, електронних депозитаріїв, використання безготівкових розрахунків за товари і послуги тощо;

– рівень інформатизації окремих галузей економіки, деяких регіонів держави є низьким;

– розвиток нормативно-правової бази інформаційної сфери недостатній;

– створення інфраструктури для надання органам державної влади та органам місцевого самоврядування, юридичним і фізичним особам інформаційних послуг з використанням мережі Інтернет відбувається повільно;

– рівень державної підтримки виробництва засобів інформатизації, програмних засобів та впровадження ІКТ є недостатнім, що не забезпечує всіх потреб економіки і суспільного життя;

– не вирішуються у повному обсязі питання захисту авторських прав на комп'ютерні програми, відсутні системні програмні рішення, спрямовані на створення національних інноваційних структур (центрів, технополісів і технопарків) з розробки конкурентоспроможного програмного забезпечення» [3].

І хоча на сьогодні уже майже 2019 рік зазначені проблеми все ті ж існують і їх вирішення здійснюється ледве відчутними діями. Так, наприклад, вітчизняною компанією – лідером в розробці спеціалізованого програмного забезпечення, призначеного для автоматизації бізнес і виробничих – процесів туристичних підприємств є компанія «Оверія». Програмне забезпечення «Оверія – Туризм» використовується великою кількістю турагентів України з метою оптимізації управлінських та виробничих процесів. Можливості «Оверія – Туризм» постійно розширюються. На сьогоднішній день реалізовані можливості синхронізації програмного комплексу з системами пошуку і бронювання Амадеус, Галілео ІТ – тур.

На основі українського законодавства розроблений модуль «Автоматичне формування статистичних звітностей 1 – ТУР, 1 – ТУР (к)». За допомогою цього спрощується та прискорюється процес формування регламентованих звітностей. Даний блок впроваджений у місцевих органах управління туризмом для формування та передачі звітів до Державного агентства України з туризму та курортів. Концепцією системи є управління компанією на основі всеоб'ємного моніторингу, з отриманням за необхідності найбільш необхідної інформації [3].

Розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без впровадження сучасних інформаційних технологій, які забезпечують: інтеграцію і зв'язок, покращують якість послуг; передання великого обсягу інформації; збільшення швидкості обслуговування і його ефективності; можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта; ефективний зворотний зв'язок.

Сучасні інформаційні технології підвищують безпеку та якість туристичних послуг, забезпечують прямий маркетинг; використання системи бронювання, резервування; здійснення електронної презентації підприємства та її туристичного продукту (послуги); можливість використання електронних міжнародних та міжрегіональних виставок, ярмарок; використання електронних каталогів туристичного продукту за країнами та напрямками; отримання інформації про країни,

оперативний прогноз погоди в різних країнах світу тощо; отримання оперативної інформації про тарифи та ціни в готелях, ресторанах та інших туристичних послугах; використання мережі для взаєморозрахунків; самостійне формування туру та придбання туристичної путівки; електронна торгівля; рекламний канал та багато іншого.

Таким чином, варто наголосити, що досягнення вдосконалення організації управління в сфері туризму можливе завдяки використанню автоматизованих систем управління і комп'ютерної техніки, при цьому підвищиться продуктивність праці, якість наданих послуг, збільшиться швидкість обслуговування, зростатиме клієнтська база та загальна інформованість туристів щодо маршрутів подорожей.

Список використаних джерел

1. В'їзний туризм. Електронний ресурс. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/vt5-1.htm
2. Застосування інформаційних технологій в туризмі. Електронний ресурс. Режим доступу: http://it-tehnolog.com/informatsiyni-tehnologiyi/zastosuvannya-informatsiynih-tehnologiy-v-turizmi
3. Інформаційні системи і технології в управлінні діяльністю підприємств міжнародного туризму. Електронний ресурс. Режим доступу: https://pidruchniki.com/1008070763998/informatika/informatsiyni_sistemi_tehnologiyi_upravlinni_diyalnistyu_pidpriyemstv_mizhnarodnogo_turizmu.

Прилепа Н.В., канд. екон. наук, доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Актуальність проблеми. Кризові явища в економіці України та банківській системі, а також необхідність забезпечення стабільного функціонування банківських установ призводить до того, що пріоритетним завданням менеджменту будь-якого банку повинно буди ефективне управління фінансовими потоками, як інтегрованого процесу, що охоплює активи, пасиви банку, їх структуру, ризики та прибутки. Функціонування інтегрованого управління фінансовими потоками банку потребує створення відповідної системи методів та інструментів, що забезпечать виконання поставлених завдань та прибутковість, оскільки саме вона є метою діяльності банку, як комерційної установи.

Складність процесу управління банківською установою вимагає розробки комплексного підходу до управління її фінансовими потоками, що включатиме базове балансування параметрів, оцінку та облік фінансового стану і ринкової позиції банку, формування та функціонування єдиного інформаційно-аналітичного поля банку, організаційної структури центрів прибутку і затрат, структурування єдиної автоматизованої системи управління ресурсами.

Управління фінансовими потоками – один із ключових процесів управління банком. В умовах зростання конкуренції і зниження прибутковості основних банківських продуктів перед багатьма банками постає проблема підвищення ефективності управління фінансовими потоками. Крім того, з боку НБУ посилюються вимоги щодо створення системи управління ризиками ліквідності, процентних ставок та інших ринкових ризиків зміни вартості активів.

Ступінь вивченості в науковій літературі. Серед представників української економічної думки, які свого часу приділяли увагу проблемам сутнісних фінансових відносин та фінансового сектору, варто назвати сучасних науковців – Г. Азаренкову, В. Андрущенка, І. Алєксєєва, Л. Алєксеєнко, І. Бланка, О. Галушко, В. Гейця, І. Лютого, З. Луцишин, О. Кириленко, С. Коваль, С. Ковальчук, В. Корнєєва, М. Крупку, В. Міщенка, А. Мороза, С. Науменкову, В. Оспіщева, А. Поддєрьогіна, Л. Примостку, Л. Стеціва, І. Сало, Б. Стеценко, В. Федосова, О. Шевцову, Н. Шульгу, О. Чернявського, С. Юрія та інших.

Метою дослідження є обґрунтування системи управління фінансовими потоками банку в кризових умовах.

Виклад основного матеріалу досліджень. Комплексне управління фінансовими потоками пропонує банкірам узгоджені правила, які використовуються на всіх рівнях банку, для формування благополуччя акціонерів і управління ризиками. Доцільно зазначити, що управління фінансовими потоками залишається головним пріоритетом фінансових інститутів та інституційних інвесторів. Зростання складності фінансових ринків висуває вищі вимоги до їх управління. Інвестори та менеджери банку повинні оцінювати багато факторів, серед яких ризик зміни процентних ставок, складні інвестиційні інструменти, ліквідність тощо.

Запровадження якісної системи управління фінансовими потоками особливо актуальне для вітчизняних банків у період кризи та швидкоплинних ринкових умов.

Слід зазначити, що складність та багатогранність процесу управління банківською установою вимагає розробки комплексної системи управління фінансовими потоками. Основною метою функціонування такої системи є мінімізація банківських ризиків і забезпечення необхідного рівня ліквідності банківських операцій з одночасним забезпеченням достатнього рівня прибутковості банку, що в кінцевому рахунку має забезпечити надійність і стійкість банку.

Фінансовий потік може належати до однієї із груп лише на певному часовому інтервалі, тому що потік і його складові елементи з часом переходять з однієї групи в іншу. Крім того, кожний фінансовий потік має низку характеристик, які дозволяють його віднести до кількох класифікаційних груп в конкретний момент часу.

Вхідні фінансові потоки банку формують пасивну частину банківського балансу, а саме ресурсну базу і дохід від його діяльності. До вхідних фінансових потоків банку належать надходження на кореспондентські рахунки, на поточні та депозитні рахунки клієнтів, відсоткові платежі та повернення основної суми боргу за кредитними операціями [2, с. 203].

Вихідні фінансові потоки банку створюють активну частину банківського балансу, вони формують його кредитний та інвестиційний портфелі. Прикладом вихідних потоків є платежі з кореспондентського рахунку банку, платежі за дорученням клієнтів, операції з надання кредитів та купівлі цінних паперів, відсоткові витрати, повернення вкладів та міжбанківських кредитів [2, с. 204].

Для отримання всебічного уявлення про управління активами та пасивами доцільно розглянути системоутворюючі фінансові потоки, які формують основні банківські портфелі.

Вихідний фінансовий потік, що формує кредитний портфель, складається з потоку корпоративного, індивідуального та міжбанківського кредитування. Кредитні операції банків потенційно є найбільш прибутковими, але вони пов’язані з високим рівнем кредитного ризику.

Системоутворюючим вихідним фінансовим потоком також є потік, який формує інвестиційний портфель банку. В свою чергу, він складається з вихідних потоків, що

утворюють торговий портфель, портфель на продаж, портфель до погашення та інвестиції в асоційовані та дочірні компанії. Також інвестиційний портфель можна розглядати в розрізі потоків вкладень в державні та корпоративні цінні папери, цінні папери центрального банку.

Основним системоутворюючим вхідним фінансовим потоком є потік, що формує депозитний портфель банку. На другому рівні ієрархії він складається з надходжень на депозитні рахунки фізичних осіб, юридичних осіб та органів державної влади. Депозитний портфель також необхідно розглядати через призму стабільності ресурсної бази. Таким чином, депозитний портфель можна представити у вигляді потоку надходжень строкових депозитів та потоку надходжень депозитів до запитання.

Фінансовий менеджмент діяльності банку спрямовано на оптимізацію управління банківськими фінансами. Решта ж складових системи управління банком формується з огляду на необхідність забезпечення адекватної підтримки фінансової діяльності. Всі управлінські рішення у сфері фінансової діяльності банку мають оцінюватися за співвідношенням прибутків і ризиків [1, с. 103].

Стратегічною метою діяльності банку є максимізація його ринкової вартості (ринкової оцінки власного капіталу). З огляду на вибрану мету формується стратегія діяльності конкретного банку. За системного підходу під стратегією розуміють сукупність засобів для досягнення поставленої мети. Як правило, тієї самої мети можна досягти, вибираючи способом інваріантного аналізу різні стратегії. Отже, увага менеджменту зосереджується на вивченні всіх можливих альтернативних способів досягнення мети діяльності банку.

Оскільки між прибутковістю та ризиком існує пряма залежність, то ринкова оцінка вартості банку підвищується за двох обставин: підвищення прибутків за постійного рівня ризику або зниження ризику за умови стабілізації прибутковості. Тому і вибір стратегій управління фінансами банку незначний – їх лише дві. Першу спрямовано на максимізацію прибутків, не виключаючи при цьому можливості зазнати збитків, а отже, вона є стратегією підвищеного ризику. Друга – має на меті мінімізацію ризиків та стабілізацію прибутків. У такий спосіб банки вимушені постійно балансувати між прибутковістю і ризиком, вибираючи одну з цих альтернативних стратегій. Слід підкреслити, що вибір найраціональнішої стратегії управління є індивідуальним і залежить насамперед від настроїв, сподівань і преференцій власників (акціонерів) банку.

Висновки. Нині в міжнародній банківській практиці удосконалення інструментарію управління фінансовими потоками банку відбувається досить динамічно, а новітні методики та фінансові конструкції часто поєднують проведення балансових і позабалансових операцій. Проте для вітчизняних банків вибір методів управління досить обмежений, оскільки нерозвиненість окремих сегментів внутрішнього фінансового ринку, зокрема ринку фінансових деривативів, унеможливлює застосування досконалих методик. Для українських банківських установ найдоступнішими залишаються методи управління структурою балансу.

Список використаних джерел

1. Коваленко, В.В. Фінансовий контролінг та специфіка його використання в управлінні грошовими потоками банків [Електронний ресурс] / В.В. Коваленко, О.С. Сергєєва // Фінанси України. – 2015. – № 9. – С. 96-109. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2015_9_8

2. Коваль, С. Фінансові потоки банківських установ: теорія і практика / С. Коваль // Світ фінансів. – 2012. – Вип. 4. – С. 200-206.

Рубан В.М., канд. екон. наук, доцент
кафедри організації вищої освіти,
управління охороною здоров'я та гігієни
Донецький національний медичний університет
м. Кропивницький
Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегія соціально-економічного розвитку національної економіки спрямована на децентралізацію державного управління і передбачає передачу значної кількості функцій та повноважень із центру до регіонів, підвищуючи їх роль стосовно стану формування та розвитку їх трудового потенціалу. Саме на рівні регіонів та особливо підприємств, відбувається формування і розвиток трудових навичок населення, починаючи з перших років людини (від народження, виховання дітей, надання їм освіти до підготовки до трудової діяльності) і закінчуючи передаванням досвіду й накопичених професійних знань людей похилого віку, удосконалення знарядь виробництва, залучення наявних ресурсів у процес виробництва товарів та послуг.

Трудовий потенціал підприємства - гранична величина можливої участі задіяних працівників у виробництві з урахуванням їх психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань та набутого досвіду, а забезпечення підприємства трудовим потенціалом належної якості та кількості пропонуємо в свою чергу розглядати, як підсистему управління, яка, опираючись на результати оцінки наявного стану трудового потенціалу підприємства, визначає напрямки та силу впливу чинників. Під впливом сукупності чинників регульованої дії забезпечення підприємства трудовим потенціалом набуває бажаного рівня розвитку; об'єкти управління при цьому мають ефективно виконувати поставлені завдання соціально-економічного розвитку.

Розуміння можливості суттєвої розбіжності між якістю забезпечення трудовим потенціалом підприємства, отриманого за результатом впливу тих чи інших чинників, та бажаною якістю, вимагає доповнення аналізу цільовими орієнтирами, за якими можна було б визначати, які саме чинники, у якому напрямку і з якою силою слід залучати. Це надає можливості для підприємства діяти по-різному залежно від цільових установок стратегії, про що свідчить досвід європейських країн та підприємств, різних за стратегіями.

Так, обмежуючись лише елементом людських ресурсів як основним компонентом «американської моделі» управління, науковці визнають «організаційну автономність» та «незалежність», властиві американській економіці [1]. Відчуття кожним громадянином можливості досягти успіху у разі прикладення достатніх зусиль та покращити професіональні й ділові якості виховує масово психологію розрахунку лише на власні сили. Роль субсидій, соціального забезпечення, державної підтримки відходять для населення США на другий план. Зрозуміло, що це не може не позначитися на дії згаданого механізму, оскільки для американця головними є індивідуальні якості людини, інші – другорядними.

Особливість економік країн світу мати різну стратегічну орієнтацію соціально-економічного розвитку достатньо глибоко висвітлена в монографії О. Новікової,

С. Гриневської, Л. Шамілевої на прикладі шведської, німецької, японської національних економік [2].

«Шведській моделі» державного регулювання економіки притаманні принципи організації, які забезпечують країні розвиток упродовж тривалого часу без соціальних потрясінь, політичних конфліктів, одночасно забезпечуючи високий рівень життя та соціальні гарантії для більшості населення у таких сферах:

1. економічній – висока конкурентоспроможність промисловості, що базується на створенні особливого сектору економіки, заснованого на інтеграції між наукою, освітою і виробництвом, на взаємодії державних інститутів з приватним бізнесом, співпраці та зрощенні великих підприємств з малими і середніми в комплексні науково-виробничі системи, які функціонують самостійно, інтеграції різних сфер діяльності, починаючи від виробництва нових знань до їх освоєння інноваційним підприємством [2];

2. соціальні – зростання ролі людського чинника – висококваліфікованої та інноваційної праці серед традиційних факторів виробництва (праця, капітал, технології, природні ресурси), що забезпечує соціальну гарантію економіки країни і зумовлює високий рівень її стабільності [2].

Дотримання згаданих принципів призвело до високого рівня життя і соціальної захищеності для більшості населення Швеції, що поєднується з майже повною зайнятістю, високою економічною ефективністю, зростанням продуктивності праці. Навіть при високому рівні оподаткування близько половини населення виражають готовність їх сплачувати заради права претендувати на високий рівень державних соціальних витрат [2]. Соціально орієнтована економічна система Швеції формує високий рівень життя завдячуючи висококваліфікованій продуктивній праці, стимулюючи використання творчих сил населення при виробництві високоякісної інноваційної продукції. Державним регулюванням охоплено не тільки доходи і прибутки, але й робоча сила, капітал. Держава перетворилася у найбільшого наймача робочої сили, забезпечуючи робочі місця приблизно для третини економічно активного населення [2].

«Шведська модель» – один із позитивних варіантів створення особливої форми суспільства добробуту, в якому трудоресурсне забезпечення передбачає розвиненість інноваційного сектору в самому широкому його варіанті – від інновацій у розвиток фізичного, до інновацій у розвиток людського капіталу, та спеціалізації на виробництві наукоємної продукції за рахунок модернізації засобів та предметів праці, технологій, виробництв в цілому.

Ще одним прикладом суттєвих зрушень в соціальній орієнтації економіки в цілому, та її забезпеченні трудовим потенціалом, зокрема, простежуються в Німеччині. На конституційному рівні визнано, що держава бере участь у виконанні завдань земель (у нашому розумінні – регіонів), якщо ці завдання визнані значущими для населення країни і стосуються поліпшення умов життя [3]. Соціальною орієнтацією економіки Німеччини передбачено конкурентні можливості саморегуляції ринку з активною координуючою та контролюючою функцією держави, спрямованою на збереження стійких цін, високий ступінь зайнятості, економічне зростання [4]. Управління економікою країни побудовано з орієнтуванням на особливості федерального устрою країни, де враховано наявність відповідних рівнів завдань з відсутністю їх дублювання, наявність у механізмі великої кількості громадських утворень на кшталт союзів працедавців, профспілок, торговельно-промислових палат тощо. Поєднання економічної ефективності і соціальної справедливості стосується всіх рівнів – федерації в цілому, земель (регіонів) та місцевих громад. В основу функціонування

ринкового механізму покладено конкуренцію при одночасній наявності суттєвих соціальних підтримок.

Згаданий характер стратегічних пріоритетів, як відмічають О. Новікова, С. Гриневська, Л. Шамілева є «типовим для більшості європейських країн». Визнання людини, а разом з тим населення країни як сукупності індивідів – її громадян, головною цінністю нації, зумовивши орієнтування соціально-економічного розвитку більшості економічно розвинених європейських країн на розвиток саме людини, визначило в цілому стрижневий напрям державного регулювання соціальних процесів у кожній з них. Помітною для науковців стала тенденція збільшення державних видатків на соціальні потреби у порівнянні з витратами на розвиток виробництва, характерна не лише цим країнам, але й економікам практично всіх країн світу. Відмічений науковцями дисбаланс пояснюється кількома особливостями: по-перше, видатки на соціальний розвиток не супроводжуються покращенням показників життя населення країни навіть при збільшенні видатків на це; темпи росту соціальних видатків прискорюються порівняно з темпами росту ВВП; фінансовий тягар від реалізації соціальних програм поруч зі зміною демографічної ситуації та інших показників соціально-економічного розвитку стає не під силу як для країн в цілому, так і для окремих регіонів, підприємств [5].

Перехід до досвіду Японії виводить на передній план розгляду «інтерналізацію ринку робочої сили» як центральну стратегію моделі управління людськими ресурсами цієї країни, відповідно до якої персонал немовби ізолює себе у межах підприємства [1]. У більшості великих корпорації для роботи в компанії персонал відбирається і виховується перш за все у ній же. Внутрішні правила управління людськими ресурсами сприяють створенню унікального ринку робочої сили в межах самої організації. Як результат, організації намагаються бути незалежними, по можливості не мати доступу робочої сили із зовнішніх ринків людських ресурсів. Тобто, міграції як характерна для багатьох країн особливість формування трудового потенціалу, для Японії не характерні. Суттєвості набула особливість вибору молодих фахівців, що закінчили навчальні заклади, не мають достатнього досвіду, але виявляють бажання й демонструють можливості оволодіння необхідними професійними якостями. Корпорації демонструють розробку власних структур розвитку людських ресурсів, орієнтуючись переважно на професійну підготовку поза робочим часом, без відриву від виробничого процесу, ротацію на робочих місцях, внутрішні кадрові переміщення. На відміну від подібних програм країн заходу така система сприяє загальному розвиткові професійних навичок, умінню адаптуватися до виробничого середовища. Велика увага надається урахуванню віку, стажу, освіті, статі працівника, незначна – виробничій діяльності, результати якої повинні бути гарантовано високоякісними [1]. Останнє накладає особливий відбиток на всій системі забезпечення та формування трудового потенціалу, яка в усіх своїх складових має бути взаємоузгоджена, але сама узгодженість покладається не на вольовий вибір людини-працівника, а на систему управління працею людей.

Отже, покладаючись на європейський досвід, приходимо до важливого висновку: досягнення позитивного ефекту від забезпечення трудовими ресурсами належної якості та кількості як окремих підприємств, так регіону та країни в цілому, потребує активізації чинників соціально орієнтованого розвитку, між тим це неможливо без одночасної активізації інших впливових чинників як на рівні економіки в цілому, так і на рівні регіонів і підприємств. Останнє вимагає розробки необхідних для цього механізмів збереження та розвитку трудового потенціалу.

Важливо звернути увагу не лише на соціальну спрямованість дії таких механізмів у європейських країнах, а й на те, що вагому роль грають важелі державного регулювання, незважаючи на специфіку зазначених механізмів в різних країнах. Йдеться, передусім про державні програми працевлаштування та соціального захисту, державну підтримку та стимулювання роботодавців, які створюють нові робочі місця, забезпечують безперервне професійне навчання, стажування, підвищення кваліфікації за рахунок підприємств тощо.

Список використаних джерел

1. Управление человеческими ресурсами / [Под ред. М. Пула, М. Уорнера]. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с., С. 540
2. Новікова, О.Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання : монографія / О.Ф. Новікова, С.М. Гриневська, Л.Л. Шамілева. – Донецьк : НАН України ; Ін-т економіки пром.-ті, 2009. – 220 с., С. 98.
3. Яковнюк, І. Про обсяг поняття «соціальна держава» (на основі порівняльного аналізу моделей ФРН і України) / І. Яковнюк // Право України. – 1998. – № 11. – С. 26-28., С. 26
4. Волгин, Н. Германия : эффективное решение социально-трудовых проблем / Н. Волгин // Человек и труд. – 1995. – №4. – С. 104-107., С. 104-107
5. Мартякова, Е.В. Экономический механизм реформирования социальных процессов : страхование, маркетинг, риск-менеджмент : [монография] / Е.В. Мартякова. НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк : НАН Украини ; Ин-т экономикипром.-ти, 2003. – 590 с., С. 33

Рябоволик Т.Ф., канд. екон. наук, ст. викладач
кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Хавренко К.І., студентка гр. ПА-17 М
кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПЕРЕДУМОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА РІВНІ РЕГІОНІВ

У кожній українській області є території, в першу чергу міста, які більш розвинуті і мають значно кращі умови життя, ніж периферійні віддалені сільські райони. Саме тому на регіональному рівні дуже важливо планувати розвиток області та її районів таким чином, щоб вирівнювати економічну спроможність найслабших. При цьому важливо організувати таке вирівнювання не через надання додаткових дотацій слабким територіям, а створюючи у даних територіях нових центрів зростання, використовуючи для цього їх конкурентні переваги [1].

В умовах мінливості соціально-економічної ситуації зростає необхідність визначення перспектив розвитку Світловодського району, що має втілюватися в посиленні уваги до розробок у сфері стратегічного планування. Нормативно-правовим документом, який здатен означити перспективи розвитку району, є стратегія його розвитку на визначений період. Головна причина розробки стратегії полягає в необхідності пошуку узгодженої відповіді на потреби розвитку та протидії домінуючим економічним і соціальним кризам. Стратегія створює основу для плану дій, а саме програм і проектів, котрі визначають, що буде зроблено, як і за який час, які ресурси треба буде виділити для досягнення цих цілей, які суб'єкти візьмуть на себе відповідні зобов'язання щодо впровадження [4].

Багато вчених у різний час звертали свою увагу на проблему територіального розвитку та стратегічного планування.

Питання методології і практики розробки стратегії піднімалися практично у всіх великих працях по розміщенню продуктивних сил. До найважливіших слід віднести праці О.М. Левченка [3], Б.М. Бірінберга, У. Ізарда, Д.М. Козакевича, В.Ф. Павленка, Б.Я. Панасюка, В.І. Пили, А.Е. Пробста, В.К. Савельєва [5], Б.М. Штульберга, Р.І. Шніпера, А.С. Ємєльнова, А. Чухно і інших. Однак, якщо раніше розглядалися питання раціонального поєднання галузевих і територіальних інтересів в розробці стратегій, то тепер більша увага акцентується на зміцненні методологічних і організаційних основ процесу планування комплексного розвитку регіону.

Разом з тим в науковій теорії та практиці в недостатньо повній мірі вирішені питання суті стратегічного планування територіального розвитку, стану та можливостей використання його функціональних підсистем в сучасних умовах господарювання. Більшість існуючих на сьогодні досліджень в Україні у даній сфері носять оглядовий характер і зосереджуються на висвітленні окремих проблем.

Тому актуальною є розробка та реалізація стратегії розвитку районів, а також упорядкування стратегічного планування на рівні досліджуваної території та надання системності управлінню регіонами на місцях.

Досягнути поставленої мети можливо завдяки вирішенню наступних завдань [2]:

1) дослідити теоретичні засади дослідження стратегії розвитку району та визначити алгоритм її здійснення;

2) провести загальну характеристику стратегії розвитку Світловодського району до 2021 року;

3) проаналізувати показники діяльності району;

4) оцінити ефективність існуючих стратегічних планів та завдань;

5) розробити пропозиції щодо підвищення ефективності стратегії розвитку району.

Об’єктом дослідження виступатимуть індикативні показники діяльності району та дані наведені у стратегії розвитку області до 2020 року. Предмет дослідження виступатиме стратегія розвитку Кіровоградської області та її районів до 2020 року. Методами досліджень будуть: аналіз, синтез, порівняння, SWOT-аналіз.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в детальному дослідженні наукових джерел щодо формування та реалізації стратегії та розробка механізму ефективного застосування отриманої інформації.

Практична цінність роботи полягає у розробці практичних шляхів покращення реалізації стратегії розвитку району.

Список використаних джерел

1. Берданова О., Вакуленко В. Стратегічне планування місцевого розвитку. Практичний посібник / [Берданова О., Вакуленко В.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – К. : ТОВ «София-А». – 2012. – 88 с.

2. Ковальчук, В.Г. Цілі та критерії соціально-економічного регіонального розвитку / В.Г. Ковальчук. // Державне будівництво. – 2012. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_23.:

3. Левченко, О.М. Інноваційно-інтегровані структури як чинник розвитку людського капіталу Кіровоградської області / О.М. Левченко // Кіровоградщина – 2025: пріоритети і можливості розвитку : наук.-практ. конф., 7 черв. 2017 р. : зб. тез доп. – Кропивницький, 2017. – С. 7-11.

4. Олійник, Я.Б. Про стратегію регіонального розвитку України: суспільно-географічний аспект // Економіка України. – 2015. – №12. – С. 19

5. Савельева С.Б., Савельев А.Н. Сущность стратегического планирования развития региональных хозяйственных систем: Вестник МГТУ, том 11, №2, 2008 г. с. 297-300.

Савеленко Г.В., ст. викладач
кафедри економіки та підприємництва
Савеленко О.К., викладач
кафедри кібербезпеки та програмного забезпечення
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ

Постановка проблеми. Використання Інтернет технологій призвело до виникнення нового виду економічної діяльності – електронна комерція. Вона стала одним з найперспективніших напрямків бізнесу в Україні. Електронна комерція активно залучає в країну сучасні технології та позитивно впливає розвиток на інших галузей. Ефективну діяльність будь-якого підприємства дуже складно уявити без електронної пошти, сайту компанії, сторінки в соціальній мережі, тощо. Актуальність дослідження обумовлена зростанням обсягу ринку Інтернет продаж. За даними компанії EVO з 2016 по 2017 роки ринок електронної комерції зріс на 30%. На кінець 2018 ріку спостерігається зростання ринку електронної комерції ще на 10%. Прогнози по зростанню ринку електронної комерції показують позитивну динаміку, як в країнах сталого економічного розвитку так і в країнах, що розвиваються. Тому збільшення продажу товарів та послуг за рахунок просування власного Інтернет магазину та, використовуючи маркетплейси та прайс агрегатори набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем Інтернет технологій по просуванню товарів та послуг присвячені праці вітчизняних науковців Маловичко С.В., Шалева О. І., серед зарубіжних авторів можна виділити Гроховського Л.О., Ф. Котлера, В. Холмогорова, тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак у наукових працях використання інструментів digital маркетингу розглядаються поверхнево: наводяться тільки загальні рекомендації по застосуванню того чи іншого інструменту і дуже мало надається практичних рекомендацій та прикладів. Ця проблема потребує дослідження та впливає на просування товарів та послуг на ринку електронної торгівлі.

Метою статті є підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок розширення ринку збуту. У процесі досягнення мети поставлені та вирішені такі основні завдання: розкрито особливості понять: «SEO» «маркетплейси» та «прайс агрегатори» як одні з основних інструментів digital маркетингу. Теоретичною основою дослідження є класичні та сучасні теорії інформаційних систем, менеджменту та маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Інформаційні технології, електронний бізнес, електронна комерція, інтернет-маркетинг та інші поняття стали синонімами процесів комунікації, стратегічного управління та ділової практики підприємств. Використання Інтернету як рекламного каналу – безперечно, об’єктивна необхідність для будь-якої компанії, яка не хоче програти конкурентну боротьбу в найближчому майбутньому. Якщо у вас поки немає навіть власного сайту, сторінки в соціальній мережі, тощо; не факт, що така ситуація збережеться невдовзі. Якщо бізнес ще не отримує клієнтів з онлайну, це зовсім не означає, що їх там немає.

Головна мета, яка стоїть перед власником будь-якого Інтернет-магазину – збільшення продажів. Якщо ви не знаєте, з чого почати і як виділитися серед сотень

інших продавців, можна прийти до висновку, що найлегше стимулювати продажі за рахунок зниження цін. Але цей шлях обмежить ваш зріст, і в підсумку ви все одно програєте в конкурентній боротьбі. Тому існує безліч способів, як збільшити продажі в Інтернет-магазині, не демпінгуючи і не втрачаючи прибуток. Для того щоб конкурувати в умовах швидко зростаючого ринку, важливо охопити максимальну кількість каналів digital маркетингу [1]:

– платна реклама в пошукових системах – Search Engine Marketing (SEM або контекстна реклама);

– безкоштовний пошуковий трафік – Search Engine Optimization (SEO);

– райс-агрегатори і маркетплейси;

– продаж за допомогою поштових розсилок – email-маркетинг (emailing);

– висвітлення інформації про магазин в інтернет-виданнях, PR і написання гостьових статей (контент-маркетинг);

– соціальні мережі – Social Media Marketing (SMM);

– різні види контент-маркетингу (реклама у блогерів, на Youtube, і т. д.).

Саме вони в кінцевому підсумку впливають на успішність бізнесу в цілому. Розглянемо перші три основні канали digital маркетингу більш детально.

Головна перевага реклами в Інтернеті – можливість швидкого донесення інформації про продукт або послугу цільовій аудиторії без географічних кордонів. Більше того, можливість чіткого орієнтування і вимірювання результатів дозволяють оптимізувати маркетингові бюджети і вибудувати оптимальний процес продажів. До основних видів реклами в Інтернет віднесемо [2]:

1. Контекстна реклама (PPC). У результатах пошуку така реклама виводиться при введенні користувачем відповідного ключового слова, під яке налаштована кампанія рекламодавця. У випадку з партнерськими ресурсами оголошення формуються на основі аналізу контенту сторінки і з урахуванням інтересів користувача. Тому її і називають контекстною, бо оголошення засновані на врахуванні суті контенту або конкретного пошукового запиту. Провайдерами контекстної реклами є самі пошукові системи. Прикладом такого сервісу є Google AdWords.

2. Ремаркетинг. Суть ремаркетингу в можливості відслідковувати користувачів, які відвідали ваш сайт, і показувати їм оголошення повторно, ніби нагадуючи про себе.

3. SEO. Search Engine Optimization, або пошукова оптимізація, – під такою загальною назвою розуміють комплекс заходів, які застосовуються фахівцями відповідного профілю з метою збільшення видимості сайту в пошукових системах за цільовими для бізнесу ключовими словами для забезпечення зростання трафіку (відвідуваності). Одна з основних відмінностей SEO – орієнтація на отримання ефекту в довгостроковому періоді. Отримати відвідуваність і клієнтів тут і зараз за допомогою пошукового просування й оптимізації просто неможливо. Простий приклад – просування Інтернет-магазину, яке здійснюється протягом шести місяців, може повністю окупитися на сьомий, і далі зростає тільки чистий прибуток власника бізнесу, тоді як абонплата SEO-фахівцям залишається фіксованою або змінюється в незначному діапазоні.

4. Банерна реклама. Основною схемою оплати, яка використовується в банерній рекламі, є CPM – оплата за тисячу показів (в Google AdWords – оплата за клік). З одного боку, це може здатися невигідним, бо рекламодавець платить за покази, ефект яких неможливо передбачити заздалегідь. Але в той же час вартість тисячі показів зазвичай досить низька, і в результаті в плюсах залишаються обидві сторони.

5. CPA-реклама. Модель Cost Per Action (CPA) передбачає такий механізм роботи, коли оплата з боку рекламодавця проводиться тільки в разі здійснення певних дій з

боку клієнта. Таким чином, ризики для рекламодавця мінімальні, адже він фактично отримує гарантію вигідного повернення інвестицій.

Стабільне і прибуткове джерело нових покупців для свого Інтернет-магазину можна отримати за допомогою майданчиків прайс-агрегаторів і маркетплейсів. Прайс-агрегатори – це інтернет-ресурси (сайти), які розміщують у себе товарні пропозиції великої кількості рекламодавців (продавців) із сфери електронної комерції (для українського ринку це hotline.ua, price.ua, ibud.ua). Загальний принцип роботи простий – прайс-агрегатори створюють список товарів, розміщують в даному каталозі ціни з різних Інтернет-магазинів, залучаючи користувачів можливістю порівняти ціни та вибрати для себе оптимальний спосіб покупки, доставки і відповідно Інтернет-магазин. А Інтернет-магазин платить за кожен клік користувача свою ціну прайс-агрегатору. Також на сайті прайс-агрегатора можна швидко порівняти ціни, комплектацію товару, почитати відгуки про магазин, порівняти умови доставки та багато іншого, не витрачаючи час на відвідування і пошук товарів на сайтах Інтернет-магазинів. Важливою особливістю таких майданчиків - вони тільки показують асортимент товару, при виборі товару, користувач переходить на сторінку Інтернет-магазину, де і отримує можливість зробити покупку.

Маркетплейс – це майданчик, на якому покупець може порівнювати і купувати товари відразу від декількох продавців. Маркетплейс виступає посередником між споживачем і тим, хто пропонує свої продукти або послуги. На такому майданчику, як правило, не продаються товари тільки одного типу, наприклад, виключно комп'ютерна техніка. Можна виділити такі основні маркетплейси: OLX, Rozetka, Prom.ua, «Алло», Bigl.ua, modnaKasta та інші.

Висновки. Розглянуті канали digital маркетингу мають широку аудиторію учасників ринку електронної комерції, що дозволяє початківцю комерсанту навіть з мінімальними витратами розширити свій ринок збуту.

Список використаних джерел

1. Артюшенко, О. Стратегии продвижения интернет-магазина в 2018 году. [Електронний ресурс] : 2018. – режим доступу до сторінки: https://livepage.pro/blog/promo-ecommerce.html.

2. Федоричак В. Реклама в Інтернеті: 8 основних видів та їхні особливості. [Електронний ресурс]. – режим доступу до сторінки: https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina /reklama-v-internete-8-osnovnyh-vidov-i-ih-osobennosti/.

Савін С.Ю., докторант
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ОГЛЯД ТА УЗАГАЛЬНЕННЯ НАУКОВИХ ДУМОК ЩОДО СИСТЕМНОГО МОНІТОРИНГУ ТА КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Характерною ознакою сучасного розвитку суб'єктів господарювання є відсутність стійкої рівноваги, що обумовлене експоненціальним зростанням економічних загроз та їх багатовекторністю, прискоренням випадкових флуктуацій в економіці, наростання хаосу і невизначеності. Адаптація підприємств до динамічних

змін потребує від керівників таких управлінських рішень, які б враховували узгодженість з векторами інституційного розвитку та баланс інтересів всіх учасників ринкового середовища. Забезпеченню результативності управлінських рішень перешкоджають застарілі підходи до визначення рівня результативності, а також розбалансованість наукових думок щодо сутності результативності управлінських рішень. Відтак, основна проблема, що вирішується полягає у відсутності прикладного інструментарію моніторингу та оцінки результативності управлінських рішень, які б могли забезпечити стратегічну адаптацію підприємств як соціально-економічних систем до умов ринкової самоорганізації.

Отже, виникає необхідність узагальнення наукових думок щодо розробки та обґрунтування теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій при формуванні методичного інструментарію системного моніторингу та комплексної оцінки результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації соціально-економічних систем.

У вітчизняній науковій сфері є певні напрацювання, які пов’язані з тематикою публікації.

Так, Пилипенко А.А. [1] та Наумова Л.М. [2] у своїх роботах єдині у думці, що забезпечити стійкий розвиток підприємств можливо за рахунок координації їх діяльності та узгодження інтересів. Вирішення проблем вони вбачають у формуванні мережевих інтегрованих структур, які дозволять координувати дії бізнесу, влади й суспільства у вирішенні соціально-економічних проблем. Смолякова О.М. [3] пропонує методичне забезпечення визначення і прогнозування рівня економічної стійкості підприємства, визначає вплив факторів зовнішнього середовища на економічну стійкість підприємств та виявляє дестабілізуючі фактори; розглядає заходи щодо збереження економічної стійкості підприємства.

Пожуєва Т.О. [4] пропонує методологічний підхід до антикризового управління на підґрунті забезпечення економічної захищеності підприємства, що спирається на результат співвідношення його інновацій та обсягу інноваційних ресурсів, які необхідні для досягнення економічної стійкості з використанням контролінгу в системі антикризового менеджменту. Бояринова К.О. у своїх працях приділяє увагу адаптивності підприємств до інноваційних змін [5], також інноваційній складовій присвячені праці Войтун Т.В., яка досліджує основи інноваційної адаптивності підприємств [6]. У зазначених працях адаптивність розглядається у короткостроковому періоді.

Науково-методичні підходи до оцінки стратегічної адаптивної позиції підприємства сформовані Гарафоновою О.І. [7]. Черняк Г.М. Визначено, що без проведення адаптаційних заходів підприємство не може вчасно реагувати на зміни середовища, внаслідок чого стає вразливим до внутрішніх та зовнішніх загроз, що викликає необхідність визначати результативність адаптивних заходів [8].

Бойко А. [9] розглядає адаптивність як здатність змінювати параметри та функції при зовнішніх впливах для забезпечення самого існування системи. Якименко-Терещенко Н.В. та Кожуріна Л.С. [10] розглядають систему адаптивного управління підприємством як сукупність принципів, інструментів і технологій прийняття і виконання збалансованих управлінських рішень, які реалізуються за допомогою механізму адаптації. У всіх наведених працях результативність та адаптивність розглядаються як ізольовані, не пов’язані між собою категорії. В той же час слід усвідомлювати, що прийняття управлінських рішень завжди має двоїсті наслідки, тобто забезпечуючи у кортоко- та середньостроковому періоді певні позитивні

результати, підприємство одночасно забезпечує стратегічну адаптацію. Це доводить пов'язувати комплекс показників результативності управлінських дій з показником адаптивності в стратегічному періоді.

Таким чином, наукові напрацювання в сфері розробки та обґрунтування теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій при формуванні методичного інструментарію системного моніторингу та комплексної оцінки результативності управлінських рішень в контексті стратегічної адаптації соціально-економічних систем мають різне спрямування в залежності від локальних наукових цілей. Тому подальші дослідження будуть пов'язані із систематизацією на наукових досягнень в напрямку стратегічної соціально-економічної адаптації.

Список використаних джерел

1. Пилипенко, А.А. Сценарний підхід до обґрунтування стратегії стійкого розвитку інтегрованої структури бізнесу / А.А. Пилипенко, І.В. Ялдін // Ефективна економіка. – 2015. – №6. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5016
2. Наумова, Л.М. Наукові засади формування інноваційної моделі розвитку регіональних індустріально-аграрних інтегрованих структур / Наумова Л.М. // Економічні інновації. – 2015. – № 60. – Книга ІІ. – С. 35-40.
3. Смолякова, О.М. Методичне забезпечення оцінювання рівня економічної стійкості підприємств та його прогнозування / О.М. Смолякова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки». – 2015. – Вип. 15. – Ч. 3. – С. 113-117.
4. Пожуєва, Т.О. Антикризове управління – основа забезпечення економічної захищеності підприємства / Т.О. Пожуєва // Науковий вісник Буковинського Державного фінансово-економічного університету. Економічні науки: Зб. наук. праць. – Чернівці: БДФЕУ, 2014. – С. 241-248.
5. Бекмурзіна, А.М. Адаптивність виробничо-економічної системи підприємства до інноваційних змін / А.М. Бекмурзіна, К.О. Бояринова // Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління». – 2016. – №10. – С. 56-61.
6. Войтун, Т.В. Інноваційна адаптивність: економічний зміст, основні підходи до трактування / Т.В. Войтун // Економіка та держава. – 2014. – №1. – с. 92-94.
7. Гарафонова, О.І. Scientific and methodological approaches to assessing strategic position enterprise // Науковий Вісник Полісся. Науковий економічний журнал. – №3 (7). – Чернігів: 2016. – С. 266-270.
8. Черняк, Г.М. Адаптація до умов зовнішнього середовища як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства / Г.М. Черняк // Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право. – Вип.1, – 2014. – С.199-201.
9. Бойко, А. Концептуалізація стійкості національної економіки / А. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2014. – № 1. – С. 5-19.
10. Якименко-Терещенко, Н.В. Адаптивне управління підприємством в сучасних умовах: мета і механізм реалізації / Н.В. Якименко-Терещенко, Л.С. Кожуріна// «Молодий вчений». – № 6 (46). – 2017. – С. 535-537.

Сисоліна Н.П., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Біловодська І.М., студ. гр. ЕП-17-3 ск
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДРИЄМСТВА

Питання інформаційного забезпечення управління підприємства є актуальним. Інформація – відомості про навколишній світ, про процеси, які в ньому відбуваються, про керуючі машини та інші інформаційні системи.

Засоби масової інформації поширюють інформацію, інформаційні технології займаються її обробкою. Основою інформаційного суспільства, до якого прямує людство, розглядається виробництво й споживання не товарів і послуг, а інформації. Інформація на сьогоднішній день є товаром, тобто купується і продається як будь-який інший товар.

Змістом права на інформацію є можливість кожного вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб. Основу правового регулювання права на інформацію в Україні складає Конституція України. Конституційні гарантії права на інформацію закріплені у статтях 32, 34, 40 та 50.

Це право, як і більшість прав людини, не є абсолютним, тобто у деяких випадках його реалізація може бути обмежена. Перелік цих випадків наводиться у статтях 34 Конституції України.

В сучасній економіці підприємства здатні ефективно працювати за умови, якщо вони забезпечують постійне отримання, оновлення й аналіз достовірної та оперативної інформації. Інформаційне забезпечення є важливим елементом не тільки в процесі управління продуктивністю підприємства, але й на всіх інших етапах його економіко-господарської діяльності.

З управлінськими процесами тісно пов’язані інформаційні процеси, вони слугують основою для вироблення та обґрунтування рішень щодо шляхів досягнення цілей управління продуктивністю підприємства.

Володіння інформацією є конкурентною перевагою, адже вона допомагає створювати новий товар швидше, в більшому обсязі та вищої якості.

Інформаційне забезпечення управління – це сукупність реалізованих рішень щодо обсягів інформації, її якісного та кількісного складу, розміщення і форм організації. При цьому метою інформаційного забезпечення управління є своєчасне надання необхідної і достатньої інформації для прийняття управлінських рішень, що забезпечують ефективну діяльність як підприємства в цілому, так і його структурних підрозділів [1].

Виділяють чотири основні складові в системі інформаційного забезпечення управління підприємством: інформаційні ресурси, інформаційні технології, технічні засоби та програмне забезпечення [2].

Використання комп’ютерної та комунікаційної техніки підвищує якість і швидкість опрацювання та передавання інформації, потік якої постійно зростає. Останніми роками значно виріс обсяг інформації при управлінні, а також потік управлінських документів.

Аналізуючи дані Державної статистики України про використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах за 2017 рік, можна побачити:

– кількість підприємств, які використовували комп’ютери становила 40327 од.;

– середня кількість працівників, які використовували комп’ютери 1373966 осіб;

– частка підприємств, які використовували комп’ютери у % до загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні становила 95,4%;

– частка середньої кількості працівників (включаючи штатних та позаштатних), які використовували комп’ютер у % до середньої кількості працівників підприємства становила 34,9 % [3].

Застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в організації управління на підприємстві має значні переваги:

– висока якість роботи;

– швидкість виконання завдань;

– дотримання умов конфіденційності інформації;
– значний обсяг виконуваних завдань;
– раціональне виконання завдань завдяки використанню комп'ютерної техніки та відповідного програмного забезпечення.

Отже, актуальність створення та застосування ефективних систем інформаційного забезпечення обумовлена необхідністю оброблення значних масивів даних про ресурси та параметри зовнішнього та внутрішнього середовищ, які необхідні для визначення напрямків управління продуктивністю підприємства. Проте, залишаються невирішеними деякі проблеми організації та методології контролю в інформаційному забезпеченні, сходження рішень униз по щаблях управління, оцінки параметрів продуктивності підприємства, кількісних показників.

Комплекс невирішених завдань вимагає подальшого наукового обґрунтування необхідності формування організаційно-економічного механізму інформаційного забезпечення управління продуктивністю підприємств.

Список використаних джерел

1. Петренко, С.М. Інформаційне забезпечення внутрішнього контролю господарських систем: монографія / С.М. Петренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 290 с.
2. Денисенко, М.П. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством / М.П. Денисенко І.В. Колос // Економіка та держава. 2006. – №7. С. 19-24.
3. Державна служба статистики України http://www.ukrstat.gov.ua/

Смутчак З.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри менеджменту, економіки, права та туризму
Льотна академія Національного авіаційного університету
м. Кропивницький
Зятько Й., президент Європейського інституту
безперервної освіти, почесний професор
Словаччина

МІГРАЦІЙНІ НАМІРИ УКРАЇНЦІВ ЯК ЧИННИК РУЙНУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Вплив міграційних компонентів на розвиток та стабільність громадянського суспільства в Україні на початку XXI століття, як і протягом всього періоду з часу набуття нею статусу незалежної держави, був і залишається досить вагомим. Особливо важливим є те, що і в найближчій перспективі їх вплив значно посилиться. Аналіз та врахування сучасних міграційних тенденцій у нашій державі і, зокрема, масових міждержавних міграційних переміщень в контексті участі України в європейському та світовому міграційному просторі розглядається як один із важливих чинників формування власної національної політики.

Основною причиною, яка спонукає людей (особливо молодь) шукати іншу роботу є низький рівень оплати праці та неповна зайнятість. До того ж молодь, виїжджаючи за кордон або до інших регіонів у пошуках тимчасового заробітку, має більше шансів та причин й можливостей залишитись на постійне місце проживання і складає групу ризику, яка не повертається на батьківщину. Отже, вилучає назавжди себе, як працівника та своїх майбутніх дітей, як осіб, що оновлюють трудові ресурси [1].

На сучасному етапі розвитку глобалізації саме трудова міграція виступає своєрідним каталізатором цього процесу, адже вона є одночасно причиною (консолідації культур, релігій) та наслідком («стирання кордонів» між етносами, державами) глобалізації. Однак, українська трудова міграція не є явищем, пов'язаним лише із світовими тенденціями. Особливістю мотивації до переселення наших громадян на нові місця проживання та працевлаштування за кордоном є кризові економічні чинники всередині держави. Питання трудової міграції громадян України за кордон є проблемою державного рівня. Тема українських заробітчан активно обговорюється в пресі та на телебаченні, привертаючи увагу всього суспільства. Мільйони трудових мігрантів з України, більшість з яких працює в Росії, країнах Західної Європи та Північної Америки (рис.1), змушують державу по-новому усвідомити важливість проблеми захисту прав та свобод її громадян.

Сьогодні більшість наших співвітчизників перебуває за кордоном у статусі нелегальних трудових мігрантів і належить до найбільш дискримінованої та незахищеної категорії іноземців. У зв'язку з цим, зростає кількість звернень до органів державної влади України від громадян, які потрапляють у складні ситуації за кордоном, з проханням надати їм допомогу та захистити. Ця важлива проблема актуалізується масштабами та тенденціями трудової міграції з України. Що стосується привабливості основних країн призначення трудової міграції, то якщо Росію у 2011 році розглядали 18% охочих працювати за кордоном, то тепер таких 12%. Водночас, привабливість Польщі зросла з 7% 2006 року, коли було здійснено перше аналогічне дослідження на замовлення МОМ, до 30% на сьогодні. Перше місце в рейтингу привабливості з Польщею поділяє Німеччина, на другому місці – Італія, де хочуть працювати 19% потенційних трудових мігрантів; за ними йдуть США, Велика Британія, Росія, Канада і Чехія [2; 3].

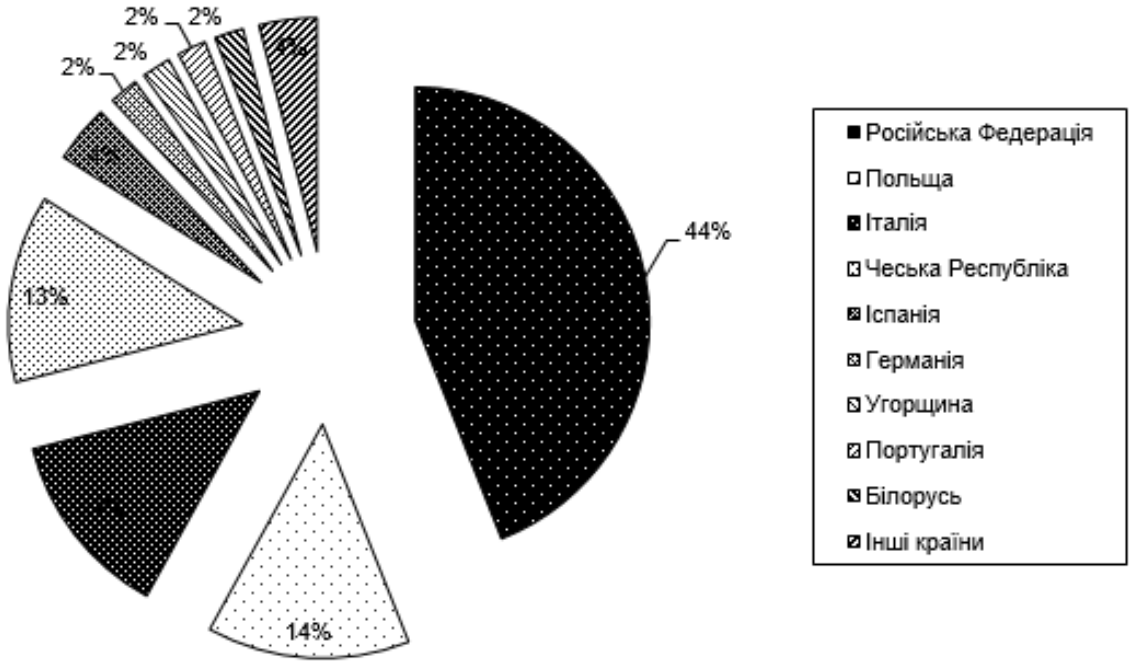


Рис. 1. Векторна спрямованість трудової міграції, 2010-2016 рр.
Джерело: складено з використанням [3]

Найвагомішою часткою в структурі трудової міграції є найбідніша на даний час частина населення України – селяни. Якщо протягом десятиліть вони виїжджали із сіл в міста, то останніми роками рух сільської робочої сили в основному спрямований за

межі держави. Близько мільйона українських селян, як нелегальні мігранти, по суті, за безцінь (за європейськими мірками) пропонують свою робочу силу. У структурі тих, хто виїжджає з сільської місцевості, особи працездатного віку складають переважну більшість, а серед осіб, що прибувають на постійне проживання у село, переважають люди похилого віку. В західній Україні є цілі села, де не залишилось зовсім людей працездатного віку – одні діти та пенсіонери – всі інші на заробітках.

Тривале перебування в стані безробіття призводить до втрати набутих професійних навичок, поступової декваліфікації робочої сили, зниження мотивації до продуктивної праці, а також невпинного погіршення рівня життя та зниження соціального статусу людини. В Україні нараховується близько 8 млн. осіб, яких відносять до маргінальних груп. Це безробітні більше 1 року; працівники, що перебувають у вимушених відпустках; зайняті та пенсіонери, доходи яких нижчі за межу малозабезпеченості; жебраки та бродяги; зневірені особи. Процес маргіналізації суспільства є джерелом соціальної нестабільності: громадської непокори або еміграції з країни.

Становлення України як незалежної держави з власними кордонами та вільним обміном трудовими ресурсами вимагає принципово нового розуміння трудової міграції. Структурна перебудова економіки, конверсія оборонного комплексу, банкрутство й ліквідація підприємств видобувної й переробної промисловості, об'єктивне, а іноді й штучно викликане припинення виробництва призвели до істотного скорочення сукупного фонду робочого часу та вивільнення різноманітної в регіонально-галузевому й якісно-професійному розрізі робочої сили. Водночас дефіцит державного і більшості регіональних бюджетів, незначна порівняно з іншими країнами частка приватних інвестицій в Україну не дають змоги за короткий час і без зростання соціального напруження у суспільстві перепідготувати й перерозподілити значні обсяги вітчизняної робочої сили.

Щоб відродити Україну, здійснити бажані соціально-економічні перетворення, потрібно зберегти і розвинути людський капітал та соціальний капітал нації. А для цього необхідна відповідна зважена державна політика в галузі освіти, зайнятості, соціального розвитку та регулювання міграції, яка б враховувала світові тенденції і мала б на меті інтеграцію України в міжнародний поділ праці не як донора висококваліфікованої та реципієнта низькокваліфікованої робочої сили, а як незалежної, прогресивної, цивілізованої європейської країни. Надію дає те, що практично всі проблемні показники стану соціального капіталу України піддаються швидкому регулюванню за наявності політичної волі. На її формування та реалізацію і має бути спрямована першочергова громадянська активність і подальші наукові дослідження вчених.

Список використаних джерел

1. Гайдуцький, А. Масштаби потоків міграційного капіталу в Україну / А. Гайдуцький // Вісник НБУ. – 2007. – №4. – С.11-14.

2. Трудова міграція в Україні: реалії та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zahist.org.ua/news/trudova-migratsiya-v-ukrayini-realiyi-ta-perspektivi/

3. Міграція в Україні: факти і цифри [Електронний ресурс]. – Міжнародна організація з міграції (МОМ): Представництво в Україні, 2016. – 32 с. Режим доступу : http://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf

Соколюк Г.О., канд. екон. наук, доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

За значного рівня глобалізації економічних процесів та високого рівня динамічності споживчих ринків, підтримання життєздатності суб'єктів господарювання, а тим більше зміцнення їх ринкових позицій і кількісне зростання досягаються лише завдяки гнучкості, вмінню своєчасно реагувати на нові ринкові ситуації, вмінню випередити конкурентів у реалізації нових ринкових можливостей. Для підприємства важливо не лише адаптуватись під нові ринкові ситуації, а й працювати на випередження, досягаючи щоразу кращих результатів. Це можливо за значної активності та пошуку шляхів покращення діяльності суб'єкта господарювання, що забезпечать високий рівень його конкурентоспроможності, причому у безпосередньому зв'язку із сучасними стандартами ведення бізнесу, які відповідатимуть концепції сталого розвитку.

Багато сучасних наукових досліджень присвячується питанням забезпечення конкурентоспроможності підприємств, зокрема в цьому нвпрямі здійснюють дослідження: Є. Бельтюков, А. Воронкова, В. Геєць, Л.Піддубна, В. Стадник та багато інших. В різних контекстах розглядається і поняття соціальної активності. Однак значної актуальності набувають питання більш повного використання закладеного в соціальній складовій економічних систем потенціалу інноваційності для реалізації завдань їх сталого розвитку. Зокрема, йдеться про зростання ефективності соціальної взаємодії, розширення її змісту і спрямованості – не тільки стосовно вирішення виробничих завдань на підприємстві, а й щодо проявлення соціальної відповідальності у відносинах із зовнішнім середовищем, а також соціальної активності у ширшому сенсі – в контексті реалізації сталого розвитку національної економіки. Це й зумовило мету і завдання даного дослідження.

Метою дослідження є аналіз проблем, пов'язаних із формуванням соціальної активності для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, в руслі концепції сталого розвитку національної економіки.

В XXI столітті концепція сталого розвитку все більше починає визнаватися бізнес-середовищем як така, що відповідає вимогам збереження життя в планетарних масштабах. Три складові концепції сталого розвитку – економічна, соціальна і екологічна – взаємодіючи між собою породжують сукупність нових завдань – досягнення соціальної справедливості в поєднанні з підтриманням соціальної активності для одержання економічного ефекту від використання соціального ресурсу (соціально-економічна складова); економічної оцінки впливів бізнесу на довкілля і розроблення механізмів компенсації нанесеної шкоди (економіко-екологічна складова); дотримання прав майбутніх поколінь щодо отримання у спадок достатніх запасів ресурсів для їхнього повноцінного життя (соціально-екологічна складова).

На таких ключових завданнях в межах взаємозв'язку виділених складових акцентують увагу багато провідних науковців сучасності, не виділяючи із зазначеної сукупності ключової ланки. Проте, на нашу думку, такою ланкою є соціальна складова, яка виступає активною рушійною силою для вирішення усіх інших завдань сталого

розвитку. Науковці соціальну активність розглядають як інтеграційну характеристику особистості, її самоорганізації та мотиваційно-ціннісної орієнтації, її соціально спрямованої діяльності та поведінки, взаємодії із членами колективу й соціальним середовищем при виконанні соціально значущої діяльності [1, с. 502]. С. Грабовська і С. Чолій підкреслюють іншу надзвичайно важливу обставину – соціальна активність може проявлятися як у конструктивному, так і в деструктивному аспекті [2]. В ідеалі, як підкреслює Т. Єрескова, перемогти мусить такий варіант соціальної активності, який забезпечить найбільшу інтенсивність соціальних змін, що приведуть до руху в бік дійсно якісних змін, здатних вивести її на новий рівень формування довіри [3].

Так, завдяки активній позиції соціуму вдається внести у систему цінностей бізнесу розуміння необхідності дотримання стандартів екологічної безпечності (соціально-екологічна складова); з урахуванням цього економічне обґрунтування проектів розвитку бізнесу стало здійснюватися включно із витратами на компенсацію шкоди довкіллю (або охорону довкілля), а також поліпшення якості життя людей.

Можна стверджувати, що складові концепції сталого розвитку – економічний, соціальний розвиток і екологічна безпечність – сьогодні інтегруються у єдине ціле і забезпечують ефект самовідтворення і синергії саме завдяки соціальній складовій. Проте на рівні бізнесу економічні інтереси завжди переважають, тому питання сталості розвитку менеджментом підприємств розглядається переважно з погляду забезпечення позитивної економічної динаміки та можливості пошуку конкурентних переваг. Решта завдань/проблем у розрізі виділених вище складових розглядаються менеджментом лише з позицій їх впливу на динаміку економічних результатів бізнесу, в тому числі – в контексті стратегічних цілей його розвитку. І це не завжди співпадає із інтересами суспільства. Тому процес управління сталим розвитком починається з рішень законодавчої влади, яка формує економічну політику у тісному зв’язку із вирішенням соціально-культурних і екологічних проблем, підкріплюючи цю політику відповідними законодавчими актами. Відтак, керуючись ними у своїх рішеннях, формують стратегічні плани розвитку регіональні органи управління, місцевого самоврядування, власники бізнесу і топ-менеджери підприємств. Включається у цей процес і громадськість – через товариства захисту прав споживачів чи громадські об’єднання захисту довкілля.

При цьому важелями впливу зі сторони держави можуть бути як обмеження, які відносяться до економіко-екологічної складової сталого розвитку (економічні наслідки для бізнесу у разі негативного впливу на довкілля) так і спонукальний вплив на розвиток бізнесу є рішення уряду України щодо підтримання пільговими тарифами чи кредитами заходів з енергозбереження та відновлювального виробництва енергії, які складають важливу частину так званої «зеленої економіки». І тут для підприємств важливо зреагувати на ці стимули випереджаючи своїх конкурентів та сформувати стійкі конкурентні переваги, що забезпечать їх конкурентоспроможність у довготривалій перспективі.

Наприклад, Закони України «Про оцінку впливу на довкілля» (введений в дію 18.12.2017) та «Про стратегічну екологічну оцінку» (введений в дію 12.10.2018 р.) передбачають попередні громадські слухання проектів та здійснення їх моніторингу, що надає підприємствам можливість узгодження з населенням можливих наслідків його діяльності та шляхів їх компенсації. Це може бути використано як перевага у довгостроковій перспективі, адже підприємство отримує можливість прорахувати усі пов’язані з цим витрати ще на етапі прийняття рішення і уникнути можливих негативних наслідків як для самого підприємства так і для зовнішнього середовища.

В умовах глобалізації суттєво зростає відкритість простору економічної взаємодії суб'єктів господарювання. Посилюється і конкуренція за ринки й ресурси, що актуалізує проблему конкурентоспроможності і сталості розвитку як підприємств так і економіки в цілому. У вирішенні цієї проблеми ключову роль відіграє соціальна складова сталого розвитку і тут важливо для підприємств визначити ті переваги, які дадуть можливість забезпечити їх конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі. При цьому важливим є питання формування відповідного мотиваційного середовища, що складатиме предмет наступних досліджень.

Список використаних джерел

1. Короткий психологічний словник / [Під ред. А.В. Петровського, М.Г. Ярошевського]. – Ростов н-Д: Фенікс, 2009. – 512 с.

2. Грабовська, С.Л. Соціальна активність в процесі соціалізації особистості / С.Л. Грабовська, С.М. Чолій // Проблеми загальної та педагогічної психології. – 2010. – Т. 12, Ч. 1. – С. 171-181.

3. Єрескова, Т.В. Соціальна природа конфліктогенності сучасного українського соціуму: дихотомія «прогресувати» vs «залишити як є / повернути як було» / Т.В. Єрескова // Східноукраїнський конфлікт в контексті глобальних трансформацій : зб. ст. – К. : Укр. ін-т стратегій глобал. розвитку і адаптації, 2016. – Вип. 2. – С. 183-193.

Табанова А.І., канд. екон. наук, викладач
кафедри управління персоналом та економіки праці
Сало Я.В., викладач
кафедри управління персоналом та економіки праці
Одеський національний економічний університет
м. Одеса

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ: РЕЙТИНГ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТ

Сучасний людський капітал як частина інтелектуального капіталу, представляє собою складне поняття, що відображає еволюцію свого розвитку. Людський капітал в даний час розглядається як критерій суспільного прогресу та економічного зростання. Об'єктивні диспропорції регіонального розвитку, як в світовому масштабі, так і на рівні окремих країн викликають необхідність вивчення і вимірювання впливу факторів формування людського капіталу в територіальному аспекті. У сучасних умовах саме людський капітал, а не обладнання і виробничі запаси є наріжним каменем конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності. Сучасна концепція людського капіталу має свої історичні передумови, поодинокі особливі та загальні закономірності виникнення й розвитку предметних наукових результатів. Ідея людського капіталу має давні корені в історії економічної думки. Одна з перших її формулювань надається в «Політичній арифметиці» У. Петті. Пізніше вона знайшла відображення в «Багатстві народів» А. Сміта, «Принципах» Маршалла, роботах Д. Рікардо, К. Маркса, Дж. Мілля, Л. Вальраса, Дж. М. Кларка, Ф. Ліста, Г. Д. Маклеода, Дж. Мак-Куллох, І. Тюнена, П. Фішера. Але залишається недослідженим питання людського капіталу з огляду на територіальні та виробничі особливості кожного регіону країни.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що людський капітал відіграє основну роль в житті кожної людини. Людський капітал – це наявний у кожного запас знань, навичок, мотивацій. Всі розвинені країни інвестують величезні кошти в людський

капітал. Безпосереднє завдання даної роботи – виявлення особливостей формування людського капіталу Одеського регіону.

Поняття «людський капітал» утворено зрощенням двох лексичних одиниць: «людський» і «капітал». Капітал в широкому сенсі можна визначити як будь-яку цінність, що утворює прибуток або, як будь-який ресурс, що створюється з метою виробництва великої кількості економічних благ. Як справедливо зауважив В.П. Щетинін, «людський капітал» являє собою метафору, тобто перенесення властивостей одного явища на інше на основі загальної для них ознаки. Однак, додаючи до «капіталу» характеристику «людський», отримуємо будь-які втілені в людині цінності і здібності, які приносять кошти. Традиційним є наступне тлумачення А.І. Добриніна: людський капітал – це накопичений людиною певний запас здоров'я, знань, навичок, мотивацій, які доцільно використовуються в тій чи іншій сфері суспільного відтворення і, тим самим, впливають на зростання заробітків (прибутків) даної людини [3].

Інвестиції в людський капітал, подібно до інших капіталовкладень, вимагають певних жертв, і люди виявляють готовність поступитися чимось, якщо вони розраховують в майбутньому отримати винагороду у вигляді більш високого доходу. Кожен економічний суб'єкт має матеріальну зацікавленість в інвестуванні освіти. Кінцева мета однакова – отримання більш високого доходу, але для кожного вона реалізується в різних аспектах.

Отже, формування і подальше відтворення людського капіталу – це складний, багатоступінчастий процес. Сам людський капітал не можна розуміти спрощено як певну сукупність знань, навичок, здоров'я і т.д. Інвестування в людський капітал має здійснюватися постійно і рівномірно в усіх напрямках.

Розглядаючи особливості формування людського капіталу в Україні, слід зазначити, що існує розроблена Національна методика регіональної оцінки людського розвитку, яка має ієрархічну структуру і враховує значення показників, об'єднаних у шість блоків: відтворення населення, соціальна ситуація, комфортність проживання в регіоні, матеріальне благополуччя, зайнятість і умови праці, освіта. Аналіз структури і динаміки соціально-економічної категорії «людський капітал» в Україні свідчить про значні регіональні розбіжності її показників (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Рейтинг привабливості українських міст

Рейтинг	Місто	Людський капітал	Купівельна спроможність	Бізнес-клімат	Економічна стійкість	Інфраструктура	Ділове здоров'я
1	Одеса	20	10	7	13	21	13
2	Львів	21	9	8	12	19	13
3	Харків	22	7	7	13	20	12
4	Дніпро	18	12	8	11	20	6
5	Миколаїв	18	10	4	10	14	18
6	Черкаси	17	5	6	13	15	15
7	Запоріжжя	10	11	5	11	20	13
8	Хмільницький	20	7	5	9	10	18
9	Івано-Франківськ	19	6	6	9	12	15
10	Вінниця	19	5	6	12	14	10
11	Рівне	12	7	6	9	14	15
12	Чернігів	16	4	3	9	11	20
13	Кривий Ріг	13	9	4	7	15	13
14	Тернопіль	18	5	7	7	11	13
15	Луцьк	16	3	3	12	9	18

Джерело: складено на основі даних міських виконавчих комітетів, Держкомстату та аналітичної компанії «Гео-М» [2].

Стосовно людського капіталу в Одеському регіоні, нижче представлено рейтинг найсприятливіших для бізнесу міст. Події, що відбулися в Україні за останній час, відсунули питання бізнесу на другий план. Країна переживала внутрішні перетворення й піддалася зовнішній агресії. З огляду на це, редакція Forbes виключила з дослідження шість міст, над якими Україна втратила контроль: Севастополь, Сімферополь, Донецьк, Луганськ, Горлівку та Макіївку. В лідери рейтингу вийшла Одеса, що зуміла показати високі результати практично за всіма параметрами, за винятком хіба що кількості тяжких та особливо тяжких злочинів, рівень яких у цьому місті становить практично половину від загального рівня злочинності. На другу позицію піднявся Львів, який є по суті центром тяжіння капіталів і продуктивних сил всього Західного регіону. Трійку лідерів замикає Харків, який виявився в прифронтовій зоні. Це не могло не позначитися як на економіці міста, так і на загальному тривожному стані його жителів, які побоюються, що військові дії перемістяться і в Харківську область. Рейтинг показує привабливість українських міст для компаній, що працюють на споживчому ринку. Традиційно з дослідження виключений Київ. Минулого року Forbes проаналізував 25 соціально економічних характеристик в 25 обласних центрах і містах з населенням понад 200 000 чоловік. Міста ранжовані за сумарною кількістю балів, отриманих при аналізі 25 характеристик, та об'єднані в шість груп показників. При оцінці по 24 характеристикам місто мало змогу отримати від одного до чотирьох балів. Наявність міжнародного аеропорту приносила додатковий бал.

Отже, в Одеській області у 2017 р. населення складало 2 382420 осіб, середня зарплата – 6540 гривень, найбільші роботодавці: Одеський морський торгівельний порт, Одеський кабельний завод «Одескабель», Одеський коньячний завод «Шустов», «Вітмарк Україна». Найприбутковішим активом Одеси було і залишається море. Особливо його рентабельність зросла після анексії Криму – місто придбало значну частину морського вантажопотоку півострова. Тільки у 2016 р. в порівнянні з попереднім експорт товарів в Одеській області збільшився на 41,6%.Виявлено, що Одеса стала одним з лідерів рейтингу привабливості міст, показавши високі результати за майже всіма параметрами.

Список використаних джерел

1. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз (колективна монографія) / За ред. Е.М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2007. – 367 с.

2. Портал «Forbes Україна» Лучшие города для бизнеса – [Електронний ресурс] http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1395318-luchshie-goroda-dlya-biznesa

3. Табанова, А. Особливості формування людського капіталу в Одеській області / А. Табанова, Я. Сало // Приазовський економічний вісник. – 2018. – Випуск 4 (09). – С. 101-105.

Танська Л.В., ст. викладач
Барна Н.В., док. філософ. наук, професор
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
м. Київ

ПАРАМЕТРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

В умовах сучасного стану ринку підтримка підприємством високого рівня конкурентоспроможності продукції досягається шляхом корегування чинників, які є

вирішальними для споживача при виборі товару та застосування їх у комплексі. Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показують міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку.

Науковці визначають параметри конкурентоспроможності товару − як кількісні характеристики властивостей товару, які враховують галузеві особливості оцінки його конкурентоспроможності. Розрізняють окремі групи параметрів конкурентоспроможності в загальному плані: технічні, економічні, нормативні (рис. 1).

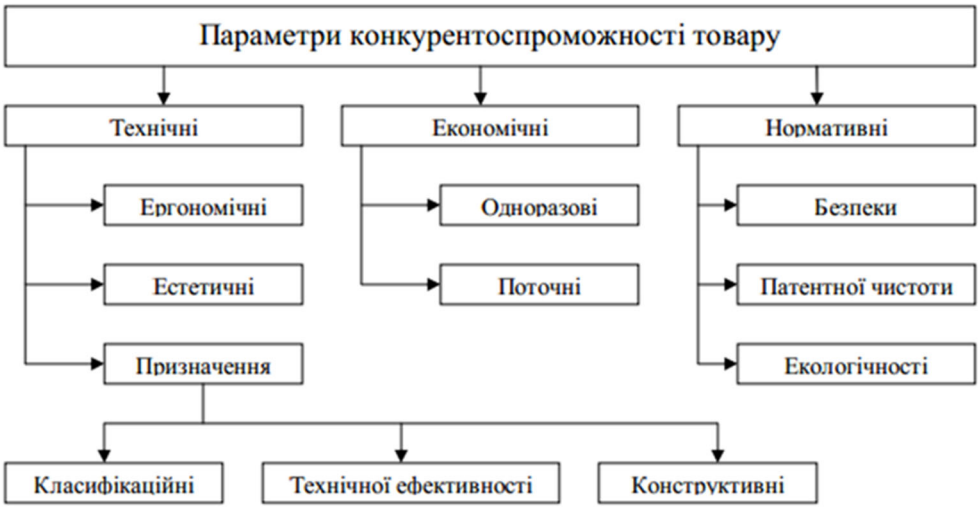


Рис. 1. Параметри конкурентоспроможності товару

Технічні параметри є характеристикою технічних і фізичних властивостей товару, що визначають особливості галузі та способи його використання, а також функції, які виконує товар у процесі його використання. Технічні параметри поділяються на параметри призначення, ергономічні та естетичні параметри.

Параметри призначення характеризують області використання продукції та функції, котрі вона покликана виконувати. По них можна судити про корисний ефект, що досягається за допомогою використання даної продукції в конкретних умовах споживання.

Параметри призначення можна розділити на: класифікаційні параметри, що характеризують належність продукції до певного класу і використовуються для оцінки лише на етапі вибору області застосування продукції та товарів-конкурентів; вони слугують базою для подальшого аналізу і в подальших розрахунках участі не беруть; параметри технічної ефективності, що характеризують прогресивність технічних рішень і використовуються при розробці та виготовленні продукції; конструктивні параметри, що характеризують основні проектноконструкторські рішення (склад виробу, його структура, розміри, вага).

Ергономічні параметри змальовують продукцію з точки зору її відповідності властивостям людського організму при виконанні трудових операцій або споживанні (гігієнічні, антропометричні, фізіологічні властивості людини, що проявляються у виробничих та життєвих процесах).

Естетичні параметри характеризують інформаційну виразність (раціональність форми, цілісність композиції, досконаліть виробничого виконання продукції та стабільність товарного вигляду).

Економічні параметри визначають рівень витрат на виробництво та ціни споживання через витрати на купівлю, обслуговування, споживання, утилізацію товару. Економічні параметри поділяються на одноразові та поточні:

Одноразові витрати являють собою витрати на придбання продукції (ціна продукції), транспортування, митні тарифи та витрати, витрати на наладку, пробний запуск, якщо вони не включені в ціну продукції.

Основними складовими конкурентоспроможності товару є: комплекс його властивостей, що приваблюють споживача: якість, технічний рівень, дизайн, тара і ін.; ціна товару і витрати споживача на його експлуатацію; стан даного ринку, його вимоги, переваги споживачів; відмінність товару за властивостями від аналогічного, що виробляють конкуренти; час і місце продажу.

Конкурентоспроможність продукції, на наш погляд, – це її переваги на ринку, що забезпечуються привабливими для споживача властивостями, низькою порівняно ціною та експлуатаційними витратами, оптимальним поєднанням параметрів ціна-якість, відповідністю умовам даного ринку, часу продаж і перевагам споживача.

Список використаних джерел

1. Портер, М. Международная конкуренция / Пер. с англ, под ред. В.Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 2003. - 869 с. – С. 33.

2. Шморгун, І.В. ,Блонська В. І. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління / І.В. Шморгун,, В.І. Блонська, // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 20. – С. 174-180.

Тарасюк А.В., канд. екон. наук, доцент
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-КУЛЬТУРИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Результатом аграрної реформи в Україні стали глибокі соціально-економічні перетворення, формуються нові організаційно-правові структури. Зміни в житті суспільства, які викликані прискоренням науково-технічного і соціального прогресу, посилюють інтерес до вивчення проблем і перспектив розвитку бізнес-культури в аграрній сфері України. Ці зміни знаменують собою початок нового етапу розвитку економічних відносин. Культура як самостійний чинник підвищення результативності бізнес-діяльнольності усвідомлена лише у вісімдесяті роки XX століття. Організаційна культура проявляється в ставленні фірми до своїх членів не тільки як до носіїв робочої сили але і як до особистостей з індивідуальними інтересами й проблемами, тому особливої актуальності набуває аналіз вказаної проблеми на даний час саме в аграрній сфері України.

Проблеми розвитку бізнес-культури в Україні висвітлено в роботах З.С. Варналій, Л.А. Колеснікова, М.М. Карамана, Д.Ф. Чухна. Дослідженням природи бізнесу в аграрній сфері присвячено роботи В.А. Підсолонко, Т.Л. Миронової, М.О. Савельєва. Разом з тим в економічній літературі ще недостатньо розроблені питання становлення нової бізнес-культури, не сформована державна політика підтримки підприємництва саме в аграрній сфері. Сьогодні виникла проблема в розробці та відпрацюванні нових підходів, котрі забезпечують ефективну діяльність агропромислового комплексу України.

Метою дослідження є аналіз особливостей розвитку бізнес-культури в аграрній сфері, пошук і вивчення резервів культурного і бізнесового потенціалу в аграрній

сфері, узагальнення і поглиблення методичних та організаційно-економічних засад розвитку бізнесу в аграрній сфері.

Подальший розвиток економіки України вимагає створення потужного агропромислового комплексу, удосконалення і соціальної переорієнтації всіх її складових. Розвиток культури ведення бізнесу – один із пріоритетних напрямків в економічній політиці будь-якої держави з розвинутою економікою в сучасному суспільстві.

Підприємництво в аграрній сфері стало важливим чинником розвитку нових галузей, дає навички ефективного менеджменту, формує творців нового бізнесу та нових ідей. Сприяючи якісному росту технологічного рівня в процесі трансформації соціально-економічних відносин на селі підприємництво зайняло провідне місце, ставши джерелом зайнятості для працівників, вивільнених під час реструктуризації економіки.

Функції організаційної культури які особливо важливі для застосування в аграрній сфері, мають широкий аспект дій:

– охоронна функція культури;
– інтегрувальна функція;
– регулювальна функція;
– функція заміщення;
– адаптивна функція;
– функція просвіти і розвитку;
– функція управління якістю;
– функція орієнтації на споживача;
– функція регулювання партнерських відносин;
– функція пристосування економічної організації до потреб суспільства.

В якості базових принципів організаційної культури доцільно застосовувати:

– сильне переконання;
– визнані етичні цінності;
– політику повної занятості;
– підвищення ступеня різноманітності роботи;
– прозоре і зрозуміле кожному стимулювання;
– широку спеціалізацію персоналу;
– застосувати методи неформального прийняття рішень;
– неявний контроль;
– сильну віру в індивідуалізм;
– поділ на велику кількість самостійних утворень;
– роботу з кадрами;
– єдиний статус для всіх працівників.

Оскільки культура підприємництва – це система правил і норм діяльності, звичаїв та традицій, ритуалів, церемоній, які складаються протягом тривалого часу.

Майстерність спілкування, стиль управління лідера, комунікаційні зв’язки як у середині бізнес-структури, так і у взаємозв’язку з іншими підприємницькими структурами.

Основними факторами, які впливають на культуру ведення бізнесу в окремих структурах являються:

– дерево цілей підприємницької діяльності;
– стандарти та етичні норми поведінки працівників, їх комунікаційні зв’язки;
– формування колективу з урахуванням співвідношення вікових, статевих і професійних показників в колективі;
– стиль роботи підприємця.

Формування організаційної культури підприємницької діяльності може здійснюватися природним шляхом, коли бізнес-структура на основі вивчення досвіду підтримує ті культурні традиції, які є найбільш результативними для досягнення поставлених цілей і може цілеспрямовано формуватися шляхом спеціального впровадження певних комплексів поведінки.

Для порівняння загальної бізнес-культури в різних бізнес структурах оцінюється рівень культури учасників, який визначається сукупністю показників:

– рівень культури праці;
– рівень культури управління;
– рівень культури діяльності.

Отже, становлення і розвиток бізнес-культури в аграрній сфері є одним із пріоритетних напрямків в економічній політиці держави з розвиненою економікою. Бізнесова діяльність в аграрній сфері тісно пов`язана з соціально-економічною активністю сільського населення і має багато переваг.

Список використаних джерел

1. Національна доктрина реформування та розвитку агропродовольчого комплексу України. Режим доступу: http: //minagro.gov.ua.
2. Варналій, З.С. Основи підприємництва: Навч. посіб./ З.С. Варналій. – к.: Знання-Прес, 2012. – 239.
3. Іванюта, С.М. Підприємництво та бізнес-культура, Навч. посіб./ С.М. Іванюта, В.Ф. Іванюта. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 288 с.
4. Підприємництво: Навч. посіб. / За ред. В.А. Подсолонко, Т.Л. Миронової. – к.: Центр навч. л-ри, 2016. – 616 с.
5. Хурса, М.М. Мале підприємництво: економіко-організаційний аспекти діяльності: монографія / М.М. Хурса. – Полтава:РВВ ПУСКУ, 2015 – 220 с.

Ткачук О.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ: РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ І РЕГІОНІВ

У сучасних умовах посилення тенденцій глобалізації та інтеграції у світі дедалі більше активізується конкурентна боротьба суб’єктів господарювання, країн та їх регіонів за ринки збуту, споживачів, ресурси тощо.

В цілому, до сучасного стратегічного інструментарію підвищення ефективності функціонування територій можуть бути віднесені форсайт-дослідження, територіальний брендинг, територіальний бенчмаркінг, програмно-цільовий метод, метод сценаріїв [4]. Дієвим інструментом забезпечення високих конкурентних позицій є застосування підходу, що одержав назву «територіальний брендинг», завдяки якому підвищується привабливість для споживачів товарів і послуг, туристів, інвесторів як конкретної території в цілому, так і, закономірно, підприємств, що розташовані на цій території й асоціюються з нею.

Брендинг територій – це цілеспрямована діяльність із формування бренду (образу), яка має на меті створення додаткової вартості й отримання прибутків від створення бренду [3]. Він може бути визначений як найбільш ефективний інструмент

активного позиціонування регіону, процес побудови, розвитку та управління брендом, мета якого – створення сильного і конкурентоспроможного регіону. Територіальний брендинг дозволяє підвищити інформованість про унікальні властивості території, створити привабливість зосереджених на території ресурсів, умов життєдіяльності та ділової активності. Головним завданням стає формування позитивного іміджу території на основі позитивних сторін території, що історично склалися або на основі створюваних в даний час привабливих рис території [2].

Виділяють наступні тенденції, які актуалізують питання брендування територій в Україні: по-перше, зростаюча конкуренція в умовах глобалізації світової економіки; по-друге, посилення конкуренції між регіонами; по-третє, розвиток сфери туризму, яка здатна приносити істотні і стійкі доходи в місцеві бюджети; по-четверте, активізація використання концепції брендингу територій в Україні в результаті історичного та культурного розвитку; по-п'яте, необхідність розвитку системи підтримки місцевих виробників товарів і послуг, особливо при експорті їх товарів за межі території та за кордон [1].

У той же час, існує низка проблемних аспектів у сфері практичного запровадження концепції територіального брендингу на місцях, зокрема, відсутність цілісного бачення щодо етапів, механізмів та інструментів його реалізації, оцінювання його економічної й соціальної ефективності, неузгодженість дій основних зацікавлених сторін – органів державної влади й місцевого самоврядування, бізнес-структур, освітніх і наукових установ, засобів масової інформації, громадських організацій та ін.

Достатньо вдалим прикладом щодо класифікації основних складових, за якими може бути оцінена результативність територіального брендингу, може слугувати підхід «CountryBrandIndex» (табл. 1).

Таблиця 1

Складові оцінювання результативності територіального брендингу згідно з підходом «CountryBrandIndex»

<table>
<tr><th colspan="3">Статус</th><th colspan="3">Досвід</th></tr>
<tr><td>Система цінностей</td><td>Якість життя</td><td>Потенціал бізнесу</td><td>Спадщина і культура</td><td>Туризм</td><td>«Зроблено в…»</td></tr>
<tr><td>Політична свобода</td><td>Здоров'я та освіта</td><td>Сприятливість для ведення бізнесу</td><td>Історичні пам'ятки</td><td>Співвідношення ціни та якості</td><td>Виготовлення продуктів, які є справжніми</td></tr>
<tr><td>Стандарти охорони навколишнього середовища</td><td>Стандарти життя</td><td>Високі технології</td><td>Спадщина, мистецтво і культура</td><td>Діапазон визначних пам'яток</td><td>Виготовлення продуктів високої якості</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Толерантність</td><td rowspan="2">Безпека і захищеність</td><td rowspan="3">Розвинена інфраструктура</td><td rowspan="3">Краса природи</td><td>Курорти та варіанти проживання</td><td>Створення унікальних продуктів</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Бажання відвідати територію під час відпустки</td><td rowspan="2">Бажання придбати продукти, виготовлені у цій країні</td></tr>
<tr><td>Бажання жити / навчатися на цій території</td></tr>
<tr><td colspan="5">Харчування</td></tr>
</table>

Джерело: складено на основі [5].

Отже, територіальний брендинг охоплює доволі широке коло різноманітних аспектів, включаючи наявні екологічні, політичні й загальнолюдські цінності, рівень та якість життя, розвиток бізнесу та інфраструктури, наявність культурних, історичних,

природних багатств, розвиток туристично-рекреаційної сфери, наявність висококласних продуктів, що асоціюються з даною територією.

За умови ефективного підходу до його реалізації, територіальний брендинг як чинник конкурентоспроможності здатний забезпечити низку вагомих позитивних результатів (рис. 1).Також слід відзначити, що в процесі реалізації концепції територіального брендингу місцева громада стає значно більш згуртованою, що сприяє досягненню цілей децентралізації влади й управління в державі, підвищується рівень соціальної відповідальності бізнес-структур, зростає ступінь задоволеності життям населення відповідної території, оскільки створення сприятливих умов для залучення зацікавлених осіб «із-зовні» нерозривно пов'язане із поліпшенням умов і якості життя осіб, що вже проживають чи навчаються у межах відповідної території.

Стосовно конкретного інструментарію територіального брендингу слід відзначити, що для його цілей можуть бути використані найрізноманітніші заходи, включаючи проведення спеціалізованих виставок, ярмарків, екскурсій, фестивалів, конференцій, диспутів, концертів, різних тематичних заходів, створення унікальних пам'яток, продуктів, послуг, які є доступними до відвідування, придбання чи використання лише у межах даної території.

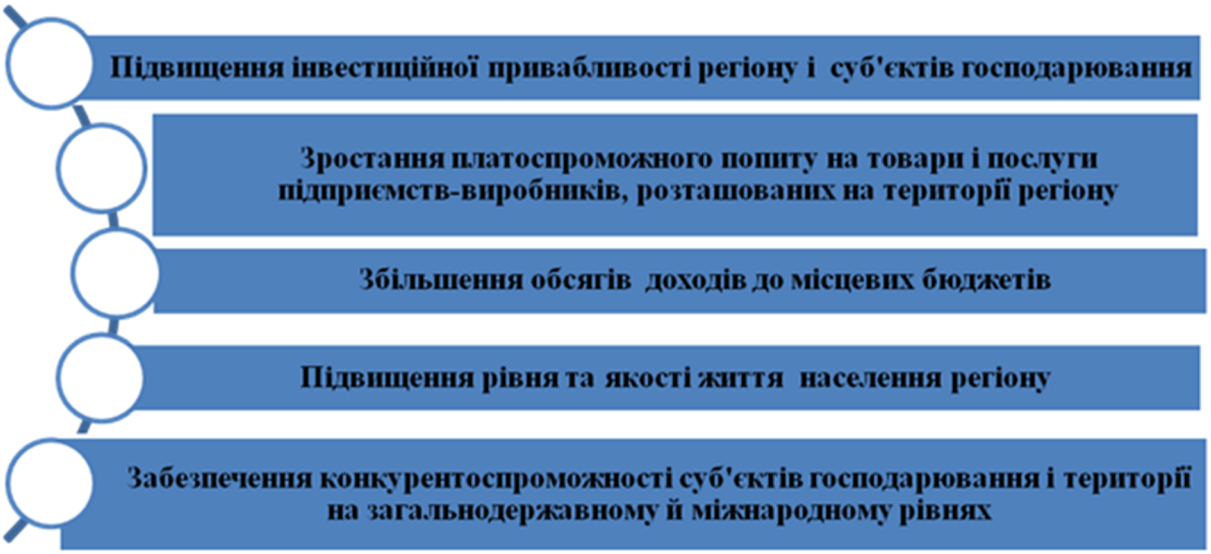


Рис. 1. Основні результати територіального брендингу
як чинника забезпечення конкурентоспроможності

Джерело: складено автором.

В цілому, у даний час територіальний брендинг є потужним інструментом підвищення конкурентоспроможності, потенціал застосування якого у довгостроковій перспективі лише зростатиме.

Список використаних джерел

1. Велещук, С.С. Територіальний брендинг як інструмент соціально-економічного розвитку регіону / С.С. Велещук // Сталий розвиток економіки. –2015. – №3. – С. 146-152.

2. Котова, Н.О. Територіальний маркетинг, територіальний брендинг: визначення сутності та особливості [Електронний ресурс] / Н.О. Котова. // Державне будівництво. – 2010. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_1_22.

3. Кузьмук, О. Територіальний брендинг як інструмент місцевого розвитку / О. Кузьмук // Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. – 2018. – Вип. 16. – С. 156-161.

4. Левченко, О.М. Стратегічні аспекти розвитку інноваційно-інтегрованих структур в Україні: основні складові та сучасний інструментарій / О.М. Левченко, О.В. Ткачук // Наукові праці

Кіровоградського національного технічного університету: Економічні науки. – Кропивницький: КНТУ, 2017. – Вип. 32. – С. 28-39.

5. CountryBrandIndex 2014-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.futurebrand.com/uploads/CBI2014-5.pdf.

Tomalia T.S., PhD in Economics, Associate Professor
Khmelnytsky National University
c. Khmelnitsky

DIRECTIONS OF GROWTH OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE

The current level of development of the agro-industrial complex is inadequate and characterized by a number of negative trends. The problem of quality and competitiveness of domestic agricultural products is one of the main problems of the civilized development of market relations in Ukraine. The success of the company, both in the domestic and foreign markets, depends on the competitiveness of the goods.

In a market economy and increasing competition on the market, the issue of increasing the competitiveness of products is becoming increasingly relevant. The problem of competitiveness is one of the leading places in the economic analysis of various subjects of economic activity, which is explained by the objective strengthening of international and domestic competition.

Domestic and foreign scientists: I. Gerchikova, J. Lamben, M. Porter, Yu Ivanov, I. Kishchak, V. Topiha, A. Yudanov and others made a significant contribution to the research of competition and study of the competitiveness of agricultural enterprises (APC) enterprises. However, many problems remain unresolved. In this connection, the competitiveness of domestic agricultural products is becoming increasingly important.

The purpose of the study is to determine the directions of strengthening the competitive positions of enterprises producing AIC products in Ukraine

The active participation of the country in international economic relations is a decisive factor in the development of the country's economy. According to the results of the global competitiveness assessment in 2017 Ukraine ranks 81 out of 137 countries, and in terms of the efficiency of the goods market101. Addressing the problem of increasing the competitiveness of Ukrainian agro industrial complex can give impetus to the development of the domestic and foreign markets, the intensification of foreign economic activity, the increase in agricultural production, improving the quality of food products.

Food manufacturers need to realize that the basis of their competitiveness in today's environment is the innovative development model, which, based on a deep update of the advanced requirements of technologies, products, management and marketing, allows us to effectively use our resources with the maximum satisfaction of the needs of the population in quality food products. It should be noted that increasing the competitiveness of domestic producers of food products can only be achieved through joint efforts at all levels: enterprise producers should systematically carry out active measures for the formation of competitive advantages and their maintenance on a strategic basis, and the subjects of the macro level - to provide favorable conditions for such changes.

Ukraine has a significant potential of agrarian and food production. In particular, today the territory of Ukraine is characterized by an extremely high rate of agricultural development, since agricultural land accounts for 71% of its territory. However, the evolutionary

transformation of the structure of foreign trade in agrarian products is extremely slow. More than half of the export earnings are attributed to only 3 groups of products: Grain Cultures, Fat and Vegetable Oil, and Seeds and Oils of Oilseeds. The combined share of the respective groups in export earnings in 2016 exceeded the level of 75%. Today, the proportion between raw materials, finished and processed products in the structure of domestic exports of agri-food products is respectively 52/37/11, which indicates the parity of raw materials and products with a different degree of processing.

The export of raw materials, as well as low-level products, continues to dominate the structure of Ukrainian exports. In particular, the main types of agricultural products currently dominant in the export structure are sunflower oil - 24% of agricultural exports (as of the end of 2016). By volume of production and export of this type of products, Ukraine is a world leader, and its growth can be one of the key drivers of agrarian export growth. Another 18% is for wheat and 17% for corn. Important export items are also soy beans, sunflower meal, barley and poultry.

At the same time, exports of groups of goods with a higher level of value added, though growing, but not fast enough. In general, along with significant volumes of production, the domestic agro-industrial sector needs more aggressive popularization of the existing wide range of food products, improvement of their recognition and recognition by the foreign consumer.

Under these conditions, there is a need to support the existing and development of potential levels of competitiveness in the foreign market. In general, for a country open to global competition, competitiveness on the external market is a universal requirement for sustainable development.

The European market is attractive to domestic producers, taking into account also the Association Agreement between Ukraine and the EU and the common free trade area. Only conditions offered by our manufacturer far do not always correspond to the real needs of the domestic economy.

For example, quotas on imports of wheat grains to the countries of the European Union are 65 thousand tons, corn - 625 thousand tons. This is despite the fact that in 2017, Ukraine, according to the Ministry of Agrarian Policy, exported 11.2 million tons of wheat and 5.8 million tons of corn. In this case, underestimated quotas demonstrate the desire of the EU countries to protect their own producers, and they are distributed, as a rule, to raw materials that are not produced there in sufficient quantities. After the purchase of materials, Ukraine will come to the EU from ready-made goods made from Ukrainian wheat, corn, tomatoes and other. In fact, we in ourselves buy the necessary goods instead of producing them in Ukraine.

One of the reasons for the problems of domestic agriculture is its imbalance. So despite the enormous potential, Ukrainian livestock and the food industry do not currently play such a significant role in the structure of the agrarian complex as crop production. Instead, in the developed countries of Europe this tendency is the opposite.

The purely raw material for agricultural exports should be gradually replaced by stimulating investment in livestock farming, and, with regard to oilseed crops, to deepen their processing for food (sunflower, soybean) and bioenergy (rape). Promising niche for domestic agriculture is organic products. However, for the development of this type of farming, it is necessary to develop a certification system.

But in Ukraine there are a number of factors that impede the strengthening of the competitiveness of agricultural products in foreign markets, the main ones are: low level of development of the financial and credit system, underdevelopment of the sphere of insurance against production and credit risks, underdeveloped infrastructure of agro industrial complex,

which increase the cost of production. Ukrainian agricultural products are of low quality, resulting in lower prices.

The main directions of strengthening the competitive positions of export of domestic agricultural products include: improvement of quality parameters; use of new technologies; increase of the level of business reputation; regulation of the price policy of the enterprise; constant market analysis for timely response to changes formation and implementation of state programs to stimulate the export of agricultural products, the development of organic production, the concept of bioeconomy development in Ukraine, the development of the system of insurance of agrarian risks, tax support, increase the share in exports of products with high added value, stimulation of cooperation, information support and monitoring of foreign trade operations, etc.

These groups of measures reflect the need for a systematic approach to increase competitiveness and stimulate the export of domestic agricultural products.

Consequently, strengthening of market positions in the agrarian sector of the Ukrainian economy is impossible without the implementation of appropriate economic reforms and the inclusion of the country in world integration processes. Special role in solving these problems belongs to foreign economic activity and improvement of mechanisms of its regulation.

Only in this way, enterprises of the agro-industrial complex of Ukraine will be able to take a competitive place in the world market of agrarian products and firmly establish their positions.

Фрадинський О.А., канд. екон. наук, доцент
Університет державної фіскальної служби України
м. Ірпінь

ПОНЯТТЯ МИТНИХ ДЕЛІКТІВ СФЕРИ МІЖНАРОДНОГО ПОШТОВОГО ОБМІНУ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Підвищення рівня ефективності управління у галузі державної митної справи в цілому та контролю за міжнародним поштовим обміном зокрема, напряму залежить від виявлення, оцінки та протидії деліктним проявам в цих сферах державної діяльності. Адже митні делікти складають вагому частку в тіньовій економічній активності суспільства, прямо впливаючи на стан економічної та національної безпеки держави.

Правовий термін «делікт» походить від латинського слова delictum, яке перекладається як «порушення», «проступок», «вина». В зв'язку із цим, його використання в юридичній теорії та практиці здійснюється у двох значеннях [3, с. 15]:

– широкому розуміння – для позначення будь-якого проступку або правопорушення. Прикладом такого правопорушення у сфері міжнародного поштового обігу може бути факт вчинення порушення митних правил, або ж контрабанди. Широке трактування цього поняття використовується нами в рамках нашого дослідження;

– вузькому значенні – усі діяння осіб, які суперечать законодавчим нормам та за які передбачено покарання в формі матеріальної (майнової) відповідальності. Для прикладу – пересилання через митний кордон України в міжнародних експрес-відправленнях товарів, заборонених до такого пересилання законодавством України, а також пересилання у міжнародних поштових відправленнях товарів, заборонених до пересилання актами Всесвітнього поштового союзу, – тягне за собою конфіскацію цих товарів.

Аналіз та узагальнення законодавчого на наукового матеріалу дає змогу зробити висновок що митні делікти сфери міжнародного поштового обміну – це відносно новий різновид митних правопорушень, який сформувався завдяки виникненню та розвитку міжнародного поштового зв'язку і полягає у здійсненні контрабандних дій та порушень митних правил із використанням засобів і можливостей поштового обміну та експрес-перевезень.

Для кращого розуміння сутності митних деліктів, доцільним є здійснення їх класифікації за найбільш яскраво вираженими ознаками:

– залежно від виду правопорушення – порушення митних правил, контрабанда;

– залежно від типу митного ризику – фіскальні (полягають у повному або частковому заниженні сум митних платежів, що автоматично означає недоотримання бюджетом податкових надходжень) та безпекові (формування яких становлять серйозну загрозу для державного устрою, життя і здоров'я громадян);

– залежно від способу вчинення митного делікта – переміщення через митний кордон України поза митним контролем або з приховуванням від митного контролю, порушення режиму зони митного контролю, пересилання через митний кордон товарів, заборонених до такого пересилання, переміщення товарів через митний кордон з порушенням прав інтелектуальної власності [2];

– залежно від типу міжнародного поштового відправлення – листи, поштові картки, бандеролі, спеціальні мішки з позначкою «М», дрібні пакети, відправлення з оголошеною цінністю, поштові посилки, згруповані поштові відправлення з позначкою «Консигнація», відправлення міжнародної прискореної пошти «EMS», експрес-відправлення – належним чином упаковані міжнародні відправлення з документами чи товарним вкладенням;

– за типом суб'єктів, що задіяні в міжнародному поштовому обміні – відправник, отримувач, експрес-перевізник, оператор поштового зв'язку, посадові особи органів доходів і зборів;

– за видами предметів контрабанди або порушень митних правил - радіоактивні матеріали, зброя або боєприпаси (крім гладкоствольної мисливської зброї або бойових припасів до неї), частини вогнепальної нарізної зброї, а також спеціальні технічні засоби негласного отримання інформації, наркотичні засоби, психотропні речовин, їх аналоги чи прекурсори або фальсифіковані лікарські засоби, культурні цінності, отруйні, сильнодіючі, вибухові речовини, товари, заборонені до пересилання через митний кордон [1];

– залежно від виду відповідальності – адміністративна (штраф, конфіскація товарів, транспортних засобів), кримінальна (позбавлення волі, конфіскація майна);

– залежно від резиденства суб'єктів міжнародного поштового обміну – делікти, вчинені резидентами (юридичні особи та їх відокремлені особи, які утворені та провадять свою діяльність відповідно до законодавства України з місцезнаходженням як на її території, так і за її межами; дипломатичні представництва, консульські установи та інші офіційні представництва України за кордоном, які мають дипломатичні привілеї та імунітет; фізичні особи - резиденти - фізичні особи, які мають місце проживання в Україні); делікти, вчинені, нерезидентами (іноземні компанії, організації, утворені відповідно до законодавства інших держав, їх зареєстровані (акредитовані або легалізовані) відповідно до законодавства України філії, представництва та інші відокремлені підрозділи з місцезнаходженням на території України; дипломатичні представництва, консульські установи та інші офіційні представництва інших держав і міжнародних організацій в Україні; фізичні особи, які не є резидентами України;

– залежно від ступеня соціальної організації суб'єктів міжнародного поштового обміну – індивідуальні та групові;

– за періодичністю вчинення – разові, епізодичні, постійні;

– в залежності від обсягів заподіяної шкоди – у значних обсягах (до 1000 розміру податкової соціальної пільги); у великих обсягах (від 1000 до 3000 розміру податкової соціальної пільги); в особливо великих розмірах (більше 5000 розміру податкової соціальної пільги).

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/print (дата звернення: 30.09.2018)
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17 (дата звернення: 25.09.2018).
3. Очеретный, И.С. Деликтная ответственность. / Отечественная юриспруденция. 2017. №1. С. 14-19.

Харченко І.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Україна є членом СОТ, її економіка ринкова і дуже мало захищена протекційними бар'єрами від товарів і послуг з інших країн. Закордонні виробники з будь-якої галузі без особливих проблем входять на вітчизняний ринок, сплачують мінімальне мито та вільно реалізують продукцію власного виробництва Це спричиняє величезний конкурентний тиск на вітчизняного виробника, адже закордонна продукція має значні конкурентні переваги над вітчизняною.

В стратегічному менеджменті комплекс переваг, завдяки яким завойовується прихильність споживачів, називається конкурентною стратегією [1, 2]. Всього відомо 5 конкурентних стратегій за класифікацією. [1, 2]

Український споживач не розуміється на конкурентних стратегіях. Тим не менше в переважній більшості випадків він вибирає закордонну продукцію. Чому так відбувається? На що треба орієнтуватись українським виробникам, щоб не програвати в конкурентній боротьбі хоч би за власного споживача.

Дуже просто. Незалежно від того, за якою стратегією спроектована та виготовлена продукція, вона в найбільшій мірі відповідає уподобанням українських споживачів. Ми зосередимо свою увагу на продукції промислового призначення – будівельній, дорожній та сільськогосподарській техніці. Вона також виробляється, орієнтуючись на конкретного споживача та відповідно має свої конкурентні переваги.

І ця закордонна продукція, на жаль, також виграє в конкурентній боротьбі у українського виробника, навіть незважаючи на те, що часто-густо українська продукція значно дешевша та простіша в обслуговуванні. Вибір споживача не на користь продукції українських виробників приводить до занепаду українських промислових підприємств, втрачаються робочі місця, промисловий потенціал, врешті, економіка країни. Чому так відбувається? Як необхідно скоригувати стратегію українських підприємств? Що треба зробити, щоб не втратити, навпаки, збільшити свою частку ринку? Пошуку відповіді на це питання присвячена дана стаття.

Даній проблемі присвячено багато публікацій. Так, О. Карпець констатує, що «йде активне витіснення з ринку вітчизняного виробника» [3]. Автор наводить цікавий висновок «Внаслідок наростаючих фінансових труднощів, аграрії прагнуть купувати як можна дешевшу техніку. Тому в сегменті ЗЗК попит змістився у бік вживаної техніки, а серед постачальників причіпного устаткування виросла доля вітчизняних виробників».

А. Сотніков також аналізує стан українського машинобудування. Він наводить дані про частку загального обсягу випуску промислової продукції машинобудівних підприємств у розвинених країнах – Німеччина – 53,6%, Японія –51,5%, Англія – 39,6%, Італія – 36,4%, Китай – 35,2%. При цьому частка продукції машинобудування у ВВП країн Євросоюзу складає 36-45%, у США – 40%, у Росії машинобудування забезпечує 18% ВВП [4, с. 138-150]. Робиться висновок, що частка машинобудівної галузі України у загальній структурі реалізованої продукції є досить невеликою і потребує збільшення.

Амоша О.І., Вишневський В.П., Збаразська Л.О. досліджували стан промисловості та промполітики України та співставляли головні тенденції зі світовими. [5, p. 138-150].

Вони звертають увагу на те, що розвиток виробничої промисловості стає важливим фактором світового лідерства, і втрата США і Європою промислових підприємств внаслідок їх перенесення на Схід може привести до його втрати. В [6] порівнюється економічна ефективність використання тракторів – JohnDeere, Case, Fendt, Case – при виконанні с-г робіт. Показово, що серед них немає жодної машини, виробленої на теренах СНД.

Виділення не розв’язаних раніше частин загальної проблеми Можна побачити, що попитом на внутрішньому ринку користується закордонна, і все менше вітчизняна або вироблена на теренах СНД техніка. Яку конкурентну стратегію реалізують українські машинобудівні підприємства? В чому її помилки ? Як треба її змінити?

Якщо проаналізувати постачання закордонної техніки в Україну і Росію, яка за рівнем технології дуже близька до України, а головне, до цих пір пов’язана виробничими коопераційними зв’язками, то ми побачимо, що ринки цих країн у переважній більшості галузей заповнені закордонною продукцією, і обсяги її реалізації дуже швидко зростають. Ми проаналізуємо виробництво і споживання перш за все сільськогосподарської та будівельно-дорожньої техніки. [8]

Таблиця 1

Комбайни зернозбиральні виробництво Росія

Вид/рік	2016 рік	2017 рік	Зміна, %
Комбайни зернозбиральні	711	611	85,9 %

Таблиця 2

Імпорт зернозбиральних комбайнів в Україну по торгових марках 4 квартал 2016 рік

Торгова марка	Б/в, шт.	Митна вартість $	Нові, шт.	Митна вартість $	Разом, шт.	Митна вартість $
Підсумок	101	4 429 677	106	18 987 344	207	23 417 021

Таблиця 3

Виробництво деяких видів техніки в Україні

Види техніки	2013	2014	2015	2016	2017
Зернозбиральні комбайни	68	0	100	0	0
Сівалки точного висіву	3589	3023	3511	4352	3365
Екскаватори	0	0	0	0	0

Таблиця 4

Імпорт тракторів в Україну 4 квартал 2016

К-ть	80-100 к.с.	100-200 к.с.	200-300 к.с..	> 300 к.с..	Митна Вартість, $
1 785	1 324	172	118	171	62 080 899

Як можна побачити з наведених таблиць, Україну заполоняє закордонна техніка.

Цього факту не змінює навіть та обставина, що Кабмін України компенсує 25% вартості с-г техніки на закупівлю, якщо вона українського виробництва[7]. Зазначимо, що коштує закордонна техніка значно дорожче . Трактор ХТА-300-03 з двигун Д 262 250 к.с. коштує 93 000 дол. США (новий, виробництва ХТЗ), аналогічний John Deere 7930 (2010 р. в.) – 194 000 євро. Вітчизняні аграрії керуються економічними мотивами. Економічно вигідно використовувати якісну дорогу закордонну техніку, а не дешеву вітчизняну.

Проте на виставці «Агро-2018» проявилися нові тенденції. В деяких країнах – Білорусії, Росії Казахстані виготовляють с-г техніку, яка комплектується виробниками з країн СНД, зокрема ПАТ «Гідросила». Виходячи з мінімальної ціни і якості даної продукції, можна зробити висновок, що дані підприємства реалізують стратегію лідерства за витратами, тому що ціна навіть техніки китайського виробництва с-г і будівельно-дорожньої в останні роки стала більшою і має вищу якість. Очевидно, що збут с-г техніки країн СНД катастрофічно падає і справа йде до закриття підприємств.. Про це говорять наступні факти – абсолютно згорнуто випуск українських комбайнів і екскаваторів, закрито чотири тракторобудівельні підприємства в Росії, для експлуатації в Росії аналізуються лише закордонні трактори [6]. Ілюстрацією до якості с-г техніки, виробленої в країнах СНД, може бути ресурс вузлів, яким комплектується ця техніка. Так, ПАТ «Гідросила» рекламує свої найкращі шестеренні насоси серії «Master», які мають ресурс 2000000 циклів.[9]. При середній швидкості шестеренного насосу 2500 об/хв. це складає всього 13,33 мото-годин, або приблизно 50 машино-годин, що є неймовірно низьким показником для нормальної роботи і всієї машини, і комплектуючих. Моторесурс закордонної гідравліки в декілька разів (а можливо і десятків) перевищує ці показники. Ще гірша ситуація з двигунами с-г машин, якщо вони не закордонні. На ринку вживаної с-г техніки в Україні, Казахстані, Росії успішно продаються трактори і комбайни з напрацюванням 5-7 тисяч мото-годин. Така ситуація відбивається на іміджі та обсягах реалізації техніки з СНД. При цьому треба пам’ятати, що, наприклад, ПАТ «Гідросила» є лідером у виробництві гідравлічних машин на теренах СНД. ПАТ «Гідросила» і інші виробники з країн СНД реалізують стратегію лідерства за витратами і цінами. Умовою успішності у споживачів цієї стратегії є мінімальна ціна і стандартна якість продукції. Підкреслюємо – якість стандартна. А зниження якості є грубою помилкою в реалізації цієї стратегії, за думкою класиків стратегічного менеджменту [1, 2]. В даному випадку ми бачимо саме таку ситуацію. Підтвердженням є те, що ПАТ «Гідросила» зараз постачає свою продукцію лише на вторинний ринок – для ремонту в основні країни-споживачі – Росію і Казахстан. Ті ж заводи, для яких ПАТ «Гідросила» постачає продукцію на конвеєр (наприклад «Гомсільмаш» Білорусія), дуже швидко втрачають свій ринок.

Висновок. Вітчизняним виробникам треба серйозно змінювати свою конкурентну стратегію, особливо в сфері якості, тому що рух в тому ж самому напрямку приведе до банкрутства підприємств. Також безумовно важливо аналізувати кроки по виходу з даної ситуації.

Список використаних джерел

1. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. – М. «ЮНИТИ», 2003. – 576 с.
2. Портер Майкл ЕП Стратегія конкуренції / Пер з англ.-К. Основи. 1998. – 390 с.
3. А Карпец «Коррупция в лизинг. Как добивают сельхозмашиностоение Украины» (https://fraza.ua/analytics/211396-korruptsija_v_lizing_kak_dobivajut_ selhozmashinostroenie_ukrainy)
4. Сотніков, А.С. Сучасний стан машинобудівної галузі України та перспективи впровадження професійних систем управління. / А.С. Сотніков / Економічний аналіз, 2013 випуск 12 частина 4 - irbis-nbuv.gov.ua. [2013. - Т. 12 (4). – р. 60-64. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan
5. Амоша О.І., Вишневський В.П., Збаразська Л.О. Промисловість і промислова політика України 2013: актуальні тренди, виклики, можливості: наук.-аналіт. доповідь: В.П. Вишневський (ред.) ; Донецьк: НАН України, Інститут економіки промисловості. 2014. – 200 с. Режим доступу : https://books.google.com.ua/books?id=l6xEBQAAQBAJ&pg=PA199&lpg
6. Результаты исследований импортных тракторов мощностью до 330 л. с. на основных почвообрабатывающих операциях – Агропромышленная газета юга России. Режим доступу https:// http://www.agropromyug.com/ nauka-apk/rastenievodstvo/28-mekhanizatsiya/5-rezultaty-issledovanij-importnykh-traktorov-na-osnovnykh-pochvoobrabatyvayushchikh-operatsiyakh-moshchnostyu-do-330-l-s.html
7. Постанова КМУ від 1 березня 2017 р. № 130 Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/130-2017-%D0%BF
8. Маркетинговые коммуникации 2012-2017 годы. Режим доступа: http://marcom.kiev.ua/
9. http://www. hydrosila.com/products /gear-pumps/

Цімошинська О.В., доцент
кафедри обліку і оподаткування
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»
м. Київ

ВЕКТОРИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ КОНЦЕСІЙНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА BROW NFIELD- ТА GREEN FIELD-ПРОЕКТАМИ КОНЦЕСІЇ АВТОДОРІГ

Забезпечення якості автомобільних доріг відповідно до міжнародних стандартів сьогодні є можливим лише за умови поєднання потенціалу державного та приватного секторів. За даними Мінекономрозвитку серед форм приватного інвестування останнім часом домінує концесійна форма, що певною мірою пояснюється розгалуженістю та прозорістю концесійного законодавства.

Концесія згідно ст. 1 Закону України «Про концесію» від 16 липня 1999 р. за №997-XIV (далі – Закон №№997-XIV) це надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику [1].

Порядок розрахунку концесійного платежу регламентується постановою КМУ від 04.02.2016 р. №130 «Про зміни, що вносяться до постанови КМУ від 12.04.2000 р за №639 «Методика розрахунку концесійних платежів» [2] (далі – Методика №130).

Варто наголосити, що Методикою №130 передбачається розмежування способів розрахунку концесійного платежу в залежності від виду концесійного договору (концесія на експлуатацію та/або реконструкцію існуючих об'єктів (brown-field), концесія на будівництво нових об'єктів (green-field).

Схематично розрахунок концесійного платежу за нині діючою методикою набуває наступного вигляду (рис. 1).

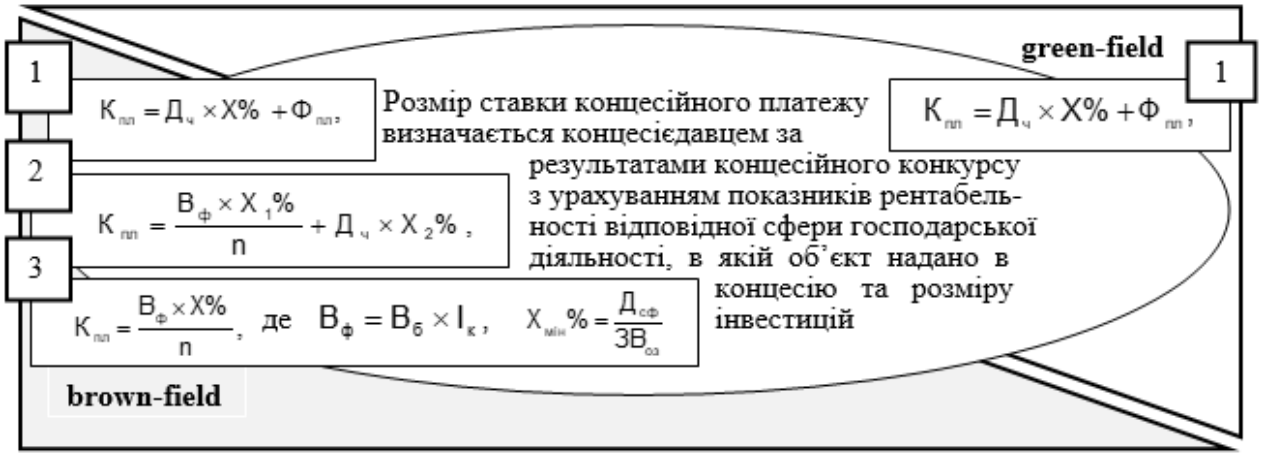


Рис. 1. Схема розрахунку концесійного платежу за Методикою розрахунку концесійних платежів, затвердженої постановою КМУ від 04.02.2016 р. №130

Оскільки основною метою концесії є залучення інвестицій, то концесійні відносини в першу чергу мають носити стимулюючий характер та формуватись з урахуванням інтересів зацікавлених сторін, тобто за ціннісно-орієнтованим підходом. До тепер же концесійні відносини позбавлені таких рис, що суттєво гальмує розвиток державно-приватних партнерських відносин, зокрема, у будівництві та експлуатації автодоріг. Причиною тому, як на наш погляд, в першу чергу слід визнати недосконаліть методики розрахунку концесійного платежу внаслідок:

– невизначеності на законодавчому рівні періодичності проведення експертної оцінки об'єкта концесії;

– відсутності чіткої методики визначення чистого доходу концесіонера;

– відсутності способу розрахунку фіксованої складової концесійного платежу та можливості її перегляду протягом терміну дії договору концесії;

– неврахування ступеня ризику випадкової загибелі або пошкодження об'єкта концесії, передбаченого п.1 ст. 22 ЗУ «Про концесії»;

– відсутності стимулів концесіонерів до збільшення доходів;

– відсутності обмежень щодо мінімального розмірі концесійного платежу;

– встановлення концесійного платежу перед визначенням переможця конкурсу, що суперечить міжнародній практиці.

З метою удосконалення діючої методики розрахунку концесійних платежів вважаємо за необхідне на законодавчому рівні визначити:

– по-перше, періодичність проведення експертної оцінки об'єкта концесії, оскільки термін передачі в концесію автодоріг достатньо великий (згідно з ЗУ «Про концесії» він складає від 10 до 50 років), а отже, і стан, і вартість майна протягом такого значного проміжку часу істотно змінюється;

– по-друге, чітку методику визначення чистого доходу концесіонера;

– по-третє, механізм стимулювання концесіонерів до збільшення доходів.

Запровадження на практиці поданих пропозицій сприятиме розбудові національної та європейської транспортної системи, а отже, і зміні позицій України у рейтингу Global Competitiveness Report.

Список використаних джерел

1. Методика розрахунку концесійних платежів. Постанови КМУ від 04.02.2016 р. за №130. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP160130.htm
2. Про концесії: Закон України від 16 липня 1999 р. № 997-XIV // Відомості Верховної ради України. – 1999. – № 41. – С. 372.

Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент
Горпинич М.А., студент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ГНУЧКИХ РЕЖИМІВ РОБОЧОГО ЧАСУ

Дана проблема дослідження, а саме умови ефективного застосування гнучких режимів робочого часу є актуальною, оскільки розумне та продуктивне застосування гнучких режимів праці забезпечує високу продуктивність праці і ефективність виробництва, тобто є одним із показників успішної діяльності підприємства.

Дослідженню сутності робочого часу, гнучких режимів робочого часу та умови їх ефективного застосування присвятили свої роботи такі науковці, як Д.П. Богиня, М.Д. Ведерніков, О.О. Чернушкіна, О.М. Віноградська, А.Д. Гальцов, О.А. Грішнова, В.М. Данюк та багато інших.

Метою дослідження полягає в теоретичному, методологічному обґрунтуванні та виявленні шляхів ефективного застосування гнучких режимів робочого часу. Методами дослідження є метод аналізу та синтезу у обробці теоретичної інформації, аналітичний метод у аналізуванні результатів дослідження.

Гнучкі форми зайнятості виступають характерними рисами нової стадії економіки, яка змінила індустріальну епоху жорсткої організації виробництва науковим підходом. Застосування та ефективність гнучких форм на ринку праці дають можливість вирішувати складні проблеми організації та управління виробництвом, щоб уникнути великих фінансових витрат через звільненням працівників та зберегти кваліфіковані кадри [1, с. 170].

Аналізуючи теоретико-методологічні підходи до характеристики гнучкої зайнятості та гнучкого ринку праці, виділяють кризову та трансформаційну моделі гнучкої зайнятості. На українському ринку праці доцільно впроваджувати кризової моделі, які спрямовані на кількісні зміни в зайнятості населення на макроекономічному рівні при:

– можливому зниженні продуктивності праці;

– низькому рівні реструктуризації зайнятості та недофінансування розвитку людського капіталу [2, с. 180].

Також доцільно впроваджувати трансформаційну модель, яка зорієнтована на зростаючу віддачу від використання трудових ресурсів на мікроекономічному рівні, вона дасть можливість:

– підвищувати продуктивність праці;

– зростання економічної та соціальної відповідальності за результати господарської діяльності.

Перехід до трансформаційної моделі передбачає не лише реформування інститутів ринку праці, але й зміни внутрішньовиробничих відносин, які визначають конфігурацію внутрішнього ринку праці.

Поряд з цим можна використовувати заходи макроекономічного рівня (рис. 1).

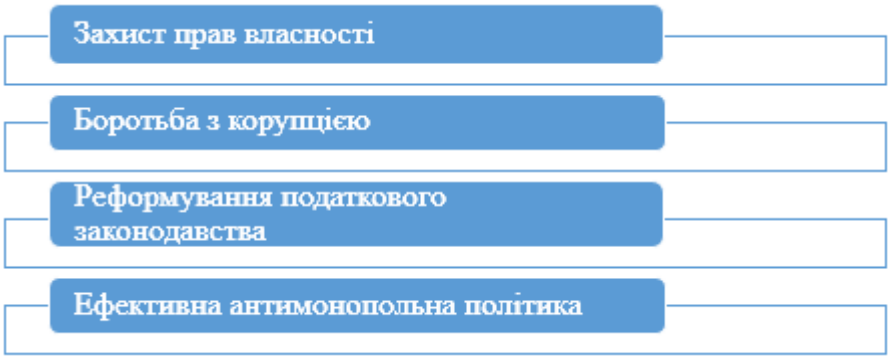


Рис. 1. Заходи макроекономічного рівня

Та необхідним є впроваджувати таких моделей гнучкої зайнятості, які пов'язані зі стабільністю нетипових трудових відносин, відповідністю інтересів роботодавців та робітників:

– індивідуальна гнучкість, яка базується на індивідуальних відносинах робітника та роботодавця;

– регульована гнучкість, яка характеризується впливом держави на функціонування нестандартних форм зайнятості;

– договірна гнучкість, в якій основне місце належить колективним договорам та угодам [2, с. 188].

Ще одними шляхами підвищення ефективності застосування гнучких форм зайнятості в «новій економіці» на сьогодні є впровадження інновацій у сфері зайнятості: лізингу, аутсорсингу, аутстафінгу персоналу; телероботу, або дистанційну зайнятість; віддалену роботу (фріланс) [3, с. 191].

Лізинг являє собою форму тимчасового залучення персоналу зі сторони.

Застосування роботодавцями лізингу персоналу надає можливість:

– набирати необхідну кількість персоналу певних якісних характеристик за короткий термін;

– скорочувати адміністративні витрат на ведення кадрового діловодства, бухгалтерського обліку;

– мінімізувати витрати, пов'язані з оподаткуванням фонду оплати праці;

– залучати потрібну кількість персоналу відповідно до сезонності виробництва [4, с. 193].

Організаційно-економічний механізм аутстафінгу є таким:

1) компанія-замовник виводить за межі штату частину своїх співробітників та передає їх кадровому агентству;

2) агентство формально виконує для працівників функції роботодавця, але фактично вони й далі працюють у тій самій компанії;

3) як роботодавець кадрове агентство виконує весь спектр притаманних функцій [5, с. 176].

На українському ринку праці доцільно застосовувати фрілансинг. Характерні риси фрілансингу зображені на рис. 2.

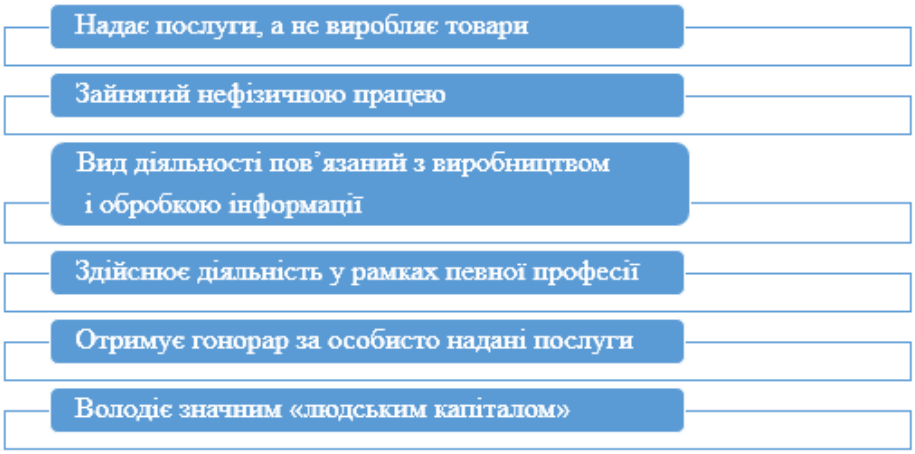


Рис. 2. Характерні риси фрілансенгу

Отже, використовуючи гнучкі форми зайнятості можна вирішити важливі проблеми ринкової економіки. По-перше, така форма зайнятості дає можливість працездатному населенню робити вибір щодо використання часу для роботи або відпочинку. По-друге, допомагає підприємцям маніпулювати кількістю та якістю робочої сили, яка використовується на підприємстві, відповідно до потреб розвитку виробництва та економічної ситуації, не створюючи соціальної напруженості при звільненні працівників. По-третє, дає змогу ефективно вирішувати проблеми щодо праці жінок, пенсіонерів, студентів, які працюють, емігрантів та ін. Це певною мірою врівноважує дисбаланс, який складається внаслідок впливу тенденцій щодо підвищення вікової межі молоді, яка стає робочою силою, скорочення зайнятості в суспільному виробництві осіб старшого віку, загального зменшення тривалості робочого часу, зниження престижу загальної та професійної освіти.

Список використаних джерел

1 Організація праці : навч. посіб. / В.М. Данюк, А.С. Тельнов, С.Л. Решміділова [та ін.]; за заг. ред. В.М. Данюка. – Київ : КНЕУ, 2009. – 230 с.

2 Гриньова, В.М. Організація виробництва : [підручник] / В.М. Гриньова, М.М. Салун. – Київ : Знання, 2009. – 582 с.

3 Богиня, Д.П. Основи економіки праці : [навч. посіб.] / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. – Київ : Знання-Прес, 2002. – 313 с.

4 Гриненко, А.М. Соціальна політика : [навч. посіб.] / А.М. Гриненко – Київ : КНЕУ, 2004. – 309 с.

5 Грішнова, О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : [підручник] / О.А. Грішнова. – Київ : Знання, 2007. – 559 с.

Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент
Модіна Д.В., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНУ ОРГАНІЗАЦІЮ ПРАЦІ У ДЕРЖАВНІЙ КАЗНАЧЕЙСЬКІЙ СЛУЖБІ УКРАЇНИ

У сучасних реаліях впровадження реформи державного управління починається формуватися нова культура та новий стиль роботи органів публічної влади, орієнтованих на підвищення відповідальності за свою діяльність, забезпечення її

підзвітності громадянам та суспільству, у тому числі й Державної казначейської служби України. Тому ефективність діяльності таких установ багато в чому залежить від рівня розвитку їх корпоративної культури та уміння керівництва організації донести усю важливість корпоративної культури до своїх підлеглих.

Тенденції, які сьогодні відбуваються державних службах України свідчать про необхідність формування відповідної корпоративної культури, яка дозволить забезпечити єдність дій шляхом розуміння усіма державними службовцями своїх соціальних ролей, усвідомлення та прийняття ними спільних цінностей і норм.

Також варто зауважити, що одночасно метою формування нової корпоративної культури в державному управлінні є розвиток у державних службовців розуміння ідеології відповідного органу влади, в якому вони проходять службу, систему цінностей, єдиних стандартів поведінки, спілкування з колегами та службовцями інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Вивченню проблем та позитивних моментів корпоративної культури організації присвячено чимало публікацій вітчизняних і зарубіжних науковців, в яких: обґрунтовано теоретичні засади формування корпоративної культури (Р. Акофф, М. Альберт, Е. Браун, М. Бурке, П. Забєлін, Р. Рюттінгер, С. Ханді, К. Штольц та ін.), визначено суть, структуру, зміст цього феномену (К. Кравченко, Т. Соломанідіна, В. Співак та інші), проаналізовано роль і особливості формування цієї культури у суб'єктів навчальному процесу в школі та виші (М. Арутянюн, Ю. Бугаєвська, Н. Галлімулліна, Г. Кондратенко, Ю. Палеха, Н. Піменова, Л. Столяренко, І. Халітова, О. Чижикова та ін.) [1].

Під корпоративною культурою державного органу у Методичних рекомендація розуміється унікальна система цінностей та переконань у державному органі, що безумовно підтримується всіма працівниками цього органу і пов'язана з кінцевою метою його діяльності, зумовлює поведінку всіх його працівників, способи прийняття рішень, шляхи об'єднання колективу та окремих працівників для досягнення поставлених перед ними цілей і завдань. Таким чином, метою корпоративної культури визначено забезпечення високої результативності діяльності державного органу за рахунок підвищення ефективності управління та якісного поліпшення діяльності державного органу (Державної казначейської служби України) [2].

Отже, одним з пріоритетних напрямів модернізації державного управління в Україні можна визначити питання забезпечення професійної компетентності державних службовців, посадових осіб органів місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад шляхом реформування системи підвищення кваліфікації та створення належних умов для їх безперервного професійного навчання упродовж проходження служби чи здійснення відповідних повноважень (з урахуванням кращих світових практик та вітчизняних традицій), а також наукових розробок і впровадження у вітчизняну практику механізмів професійного розвитку державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування.

Якісне надання послуг забезпечить такі результати:

1) зміну іміджу установ і керівників у державному секторі;

2) демонстрацію готовності до змін;

3) застосування досвіду діяльності на базі інтернет-технологій, нагромадженого в інших галузях;

4) розширення спектру послуг, що надаються.

Беручи до уваги усе вищевикладене можна зауважити, що метою формування нової корпоративної культури в державному управлінні Державної казначейської служби України є розвиток у державних службовців розуміння ідеології відповідного

органу влади, в якому вони проходять службу, систему цінностей, єдиних стандартів поведінки, спілкування з колегами та службовцями інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Корпоративна культура як сукупність основних професійно-етичних норм орієнтована визначити для державного службовця:

– моральні цінності, зобов'язання та принципи служби в органах місцевого самоврядування;

– професійно-етичні вимоги до службової, позаслужбової та антикорупційної поведінки;

– формування єдності переконань і поглядів у сфері професійної етики та службового етикету, орієнтованих на професійно-етичний еталон поведінки;

– регулювання професійно-етичних проблем взаємин працівників, що виникають у процесі їх спільної діяльності;

– виховання високоморальної особистості працівника, яка відповідає етичним нормам і принципам, загальнолюдській і професійній моралі;

– взаємодію з трудовими колективами, громадськими організаціями, населенням, з урахуванням норм і принципів професійної та службової етики [3].

Варто наголосити на тому, що наказом Нацдержслужби від 05.08.2016 р. № 158 вже затверджені Загальні правила етичної поведінки державних службовців.

Ці Правила є узагальненням стандартів етичної поведінки державних службовців, якими вони зобов'язані керуватися під час виконання своїх посадових обов'язків. Загальні правила ґрунтуються на положеннях Конституції України, законодавства про державну службу, у сфері запобігання корупції і спрямовані на зміцнення авторитету державної служби (Державної казначейської служби), репутації державних службовців, а також на забезпечення інформування громадян про норми поведінки державних службовців стосовно них [4].

Таким чином бачимо, що навіть на рівні держави забезпечено нормативне підґрунтя для створення корпоративної культури у Державній казначейській службі України.

На сьогодні виділяють такі складові корпоративної культури, які властиві будь-якому державному органу, а саме: цінності державної служби; правила етичної поведінки, дрес-код; ієрархічну систему лідерства; стиль управління; методи запобігання виникненню та вирішення конфліктів; усвідомлення себе і свого місця у державному органі; систему мотивації; розвиток і самореалізацію працівників державного органу [4].

Отже, корпоративну культуру потрібно розуміти як правила і норми поведінки, базовані на матеріальних і духовних цінностях, культурних, етичних та соціальних потребах працівників для досягнення цілей Державної казначейської служби України.

Список використаних джерел

1. Задихайло, Д.В. Корпоративне управління [Текст] : навч. посіб. [для вищ. навч. закл.] / Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова ; М-во освіти і науки України. – Х. : Еспада, 2003. – 687 с.

2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування корпоративної культури та Примірного кодексу корпоративної культури у державних оранах, органах влади Автономної Республіки Крим та їх апараті : наказ Національного агентства України з питань державної служби № 236 від 25.12.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://document.ua/pro-zatverdzennja-metodichnih-rekomendacii-shodo-formuvannj-doc175049.

3. Савчук, Л. Развитие корпоративной культуры в Украине / Л. Савчук, А. Бурлакова // Персонал [Текст]. – 2005. - № 5. – С. 86-89.

4. Перерва, А. Корпоративна культура і державна служба. Ціннісні орієнтири / А. Перерва, А. Мацокін // Держслужбовець [Текст]. – 2018.- № 11. – С. 24-26.

Чумаченко О.С., канд. тех. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Кобись А.Р., ст. гр. ЕП-17 м
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Виробничо-технологічний потенціал важливий для здатності підприємства випускати конкурентоздатну продукцію на основі використання наявних основних засобів і технологій. Завдання оцінки потенціалу підприємства представляється особливо актуальним для України. Наявність значних за масштабом виробничих потужностей, унікального обладнання і фахівців у сполученні зі слабким знанням ринку і жорстокістю конкуренції дозволяє говорити про те, що підприємства слабко використовують свій потенціал. Це виражається в скороченні обсягів продажів, масштабів діяльності, трудових колективів. У результаті підприємства не тільки не контролюють свою нішу на ринку, але і постійно погіршують ринкові позиції: скорочується ніша вільного проникнення, виникають і підсилюються труднощі з продовженням основної діяльності. Очевидно, що потрібен новий підхід до оцінки й управління потенціалом підприємства [1].

Щоб глибше розкрити ту або іншу сторону виробничо-господарської діяльності, зробити ефективнішим пошук резервів розвитку потенціалу на підприємствах, застосовують різні види аналізу, кожний з яких відрізняється своєрідністю мети, прийомів та інших особливостей.

Формування потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання.

Ефективність підприємства означає той баланс між усіма факторами виробництва (матеріальними, фінансовими, людськими, інформаційними та іншими), що дає найбільший випуск при найменших зусиллях.

В умовах ринку успіх підприємства визначається його мобільністю, умінням швидко переорієнтуватися в економічних умовах, що змінилися, що означає або часткову, або повну заміну цілей.

Сфера послуг займає важливе місце в розвитку національної економіки та в задоволенні різноманітних потреб населення. Такими є послуги побутового обслуговування населення, що мають виробничий характер, і, зокрема, індивідуальний пошив та ремонт взуття і виробів зі шкіри та її замінників.

Коли спостерігаються кризові явища все більше людей починають економити і купують менше речей, зокрема, взуття та частіше звертаються у ремонтні майстерні. За оцінками експертів «Укркожвзуттєпрома» попит на послуги ремонту взуття виріс останнім часом на 20-30%. При збереженні таких тенденцій цей бізнес може стати цікавим для розвитку взуттєвої галузі та залучення інвестицій. Послуги професійних взуттєвиків користуються попитом як у великих, так і малих містах. Цей вид бізнесу досить стабільний і може приносити власнику доходи впродовж року. Зазначений напрямок актуальний ще й тому, що за статистикою, кожна десята пара взуття потребує ремонту вже в перший рік користування. Обсяги взуттєвої промисловості великі, і

попит на ремонт буде зростати. В той же час до ризиків можна віднести коливання валютного курсу (при купівлі імпортних матеріалів), відсутність кваліфікованих спеціалістів та залежність від сезонності (зниження кількості замовлень влітку і взимку). В несезон можна надавати інші послуги, зокрема ремонту сумок та одягу, закуповувати імпортні комплектуючі.

Послуги не можна виробити заздалегідь та зберігати на складі до моменту споживання, що зумовлює розміщення підприємств безпосередньо в місцях проживання, роботи чи відпочинку споживачів.

Усі види бізнесу в рамках цієї сфери мають чітко виражений трудодомінаційний характер. Відповідно до цього найбільшою складовою потенціалу підприємств сфери послуг є його соціально-трудова складова, від якості та ефективності використання якої залежить довгострокова успішність цього бізнесу. Визначальними є оперативність та якість виконання робіт, що сприяє напрацюванню постійної бази клієнтів. Задачі на перспективу: розширення переліку послуг (ремонт інших виробів зі шкіри та замінників), збільшення майстерні, найм кваліфікованих співробітників.

Формат, в якому може працювати заклад (1) економ, 2) середній та 3) преміум), визначає конкурентні переваги підприємства, його цільовий сегмент ринку та обсяг необхідних капіталовкладень: 1) один майстер (частіше сам власник), робота виконується в маленькому кіоску; 2) декілька майстрів, професійне обладнання та широкий перелік послуг; 3) обслуговування брендового взуття, при розміщенні майстерні в районах міста, де населення має відповідні доходи.

Розташування майстерні найкраще в місцях, де перетинаються значні потоки людей або в спальному районі. Зайняти свою нішу дозволить висока якість роботи, широкий спектр послуг та помірні ціни.

Характерний набір послуг: експрес-ремонт, реставрація, розтяжка, хімчистка, фарбування взуття. Взуття клієнтам можна повернути у фірмовому пакеті та надати тижневу гарантію.

Важливими є:

– зручний для клієнтів графік (здати-отримати замовлення);

– сервіс, естетичність (майстерня має складатись із двох зон, де відбувається ремонт і видача-прийом замовлень);

– креатив (можливість оформлення замовлень онлайн, доставка кур’єром в майстерню та клієнту);

– налагодження партнерських відносин із швейними цехами, хімчистками, пральнями, на базі яких можна відкрити пункти прийому замовлень ремонту для майстерні, коли партнери можуть отримати відсотки від замовлень (починаючи з одного району міста поступово збільшити охоплення районів).

Щоб контролювати бізнес-процеси інвестувати в такі проекти доцільно підприємцям-професіоналам, добре знайомим із особливостями взуттєвої галузі: оскільки модельний ряд часто змінюється і поломки не повторюються, що вимагає відповідних знань і кваліфікації.

Професія взуттєвика на сьогодні є непрестижною, хоча майстерні тримаються на репутації висококваліфікованих спеціалістів, які навіть в кризу отримують в середньому 10-15 тис. грн. на місяць, оскільки багато і якісно працюють. Це може стати мотивацією для молодих спеціалістів.

Залежно від специфіки надання та споживання послуг можна виділити ще й інший чинник, що має, на перший погляд, другорядний характер, а саме: матеріально-технічне забезпечення.

Для облаштування майстерні необхідні: косметичний ремонт приміщення, установки витяжки, ламп освітлення, зміна схеми електропроводки (70 тис. грн.). Для безпеки кожному майстру необхідно до 7 кв. м., наявність витяжки для усунення пилу, запахів клею, фарб, розчинників. Майстер повинен користуватись маскою, окулярами, спецодягом.

Закупка обладнання до 30 найменувань: ручні, верстати, швейні машини, полиці для зберігання взуття, пара вентиляторів, спецодяг, верстак, швейна машина, дрелі, фени, ручний інструмент (європейська техніка коштує близько 200 тис. грн.).

Запаси витратних матеріалів для ремонту: профілактика, замки, каблуки, фарба, клей, набойки). 30 тис. грн.

Сайт-візитка майстерні та його підтримка впродовж року – 5 тис. грн.

Офісна техніка – ноутбук і принтер для оновлення сайту і ведення бухгалтерії. Меблі – робочі столи, стільці, полиці і шафа. 25 тис. грн.

Просування проекту можливе шляхом розміщення паперових рекламних оголошень та через інтернет: розміщення оголошень на онлайн біржах, створення сторінок в соцмережах, використання можливостей сайтів знижок, пропозиції акцій та знижки (наприклад, «Приведи друга і отримай 50% знижки») щоб створити базу постійних клієнтів.

Поступово доцільно розширити перелік послуг: заміна замків на сумках, застібок на куртках, продавати косметику для взуття.

Узагальнюючи досліджені фактори ефективного використання потенціалу підприємства, що надає побутові послуги населенню, можна зробити висновок, що в ситуації, коли підприємство має можливості для ширшого задоволення різних потреб групи споживачів (у межах одного ринкового сегмента) та розташоване на території з середнім рівнем доходів споживачів, воно може обрати стратегію «сегментованого зміцнення». Цей варіант поведінки дозволяє при зменшенні попиту на окремі групи товарів (чи послуг) задовольняти загальні потреби обраної групи споживачів та уникати залежності від одного різновиду товарної спеціалізації. Водночас має враховуватися ризик можливого звуження цільового сегмента, та важливо постійно докладати зусиль для формування і підтримки власного позитивного іміджу [2].

Список використаних джерел

1. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Лупак, Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

Юрик Я.І., канд. екон. наук
Інститут економіки та прогнозування НАН України
м. Київ

ГЕНДЕРНА АСИМЕТРІЯ РОЗПОДІЛУ ЗАЙНЯТИХ ЗА ПРОФЕСІЯМИ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Гендерна асиметрія (сегрегація) є однією із характеристик ринку праці та відображає дисбаланс соціальної структури, викликаний нерівномірним розподілом чоловіків та жінок за видами діяльності, професіями, посадами.

Високий ступінь гендерної сегрегації є значимим фактором диспропорцій у рівні оплати праці, у кар'єрних перспективах і як наслідок, – у нерівності можливостей чоловіків та жінок у сфері зайнятості в цілому. В той же час, сталий розвиток української економіки тісно пов'язаний із відтворенням робочої сили, і перш за все, із тенденціями у зайнятості. Відтак, аналіз гендерних аспектів сегрегації на ринку праці України важливий не лише з точки зору соціальної справедливості, а й з позицій підвищення ефективності використання трудових ресурсів країни.

У фокусі уваги цього дослідження перш за все професійна сегрегація, як основа для існування інших форм асиметричного розподілу чоловіків та жінок, – як то за видами діяльності, чи за посадами.

Аналіз професійної структури зайнятих України за гендерними групами дає підстави говорити про значимі відмінності в розподілі чоловіків та жінок за видами занять. Так, за допомогою статистичних критеріїв перевірялась гіпотеза про те, що між професією працівника і статтю відсутній зв'язок, а спостережувані відмінності є чисто випадковими. Отримані автором значення статистик вказують на те, що гіпотеза про незалежність змінних відкидається, а отже професія працівника та його стать пов'язані між собою. А це є свідченням того, що чоловіки та жінки знаходять для себе працю в різних професійних категоріях.

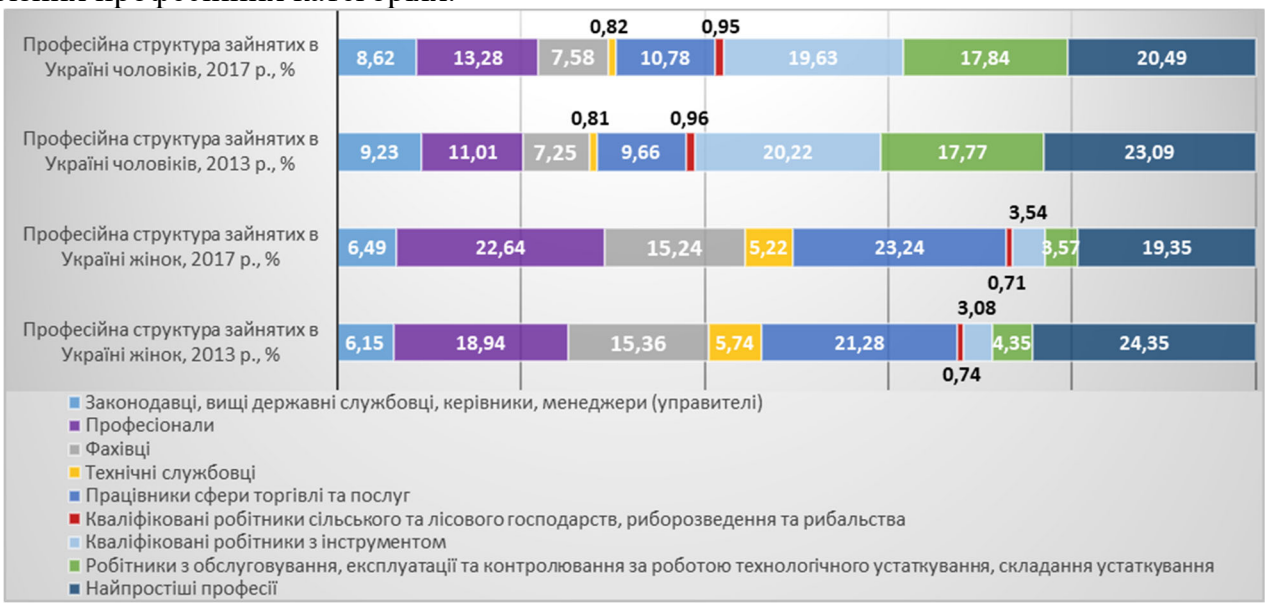


Рис. 1. Розподіл зайнятих в економіці України жінок та чоловіків за професійними групами, 2013-2017 рр., %

Джерело: Тут і далі розраховано автором за даними статистичних збірників «Економічна активність населення України» за 2013-2017 рр. – Доступно з: http://ukrstat.gov.ua

За даними рис. 1, жіноча праця в економіці України, як на початку, так і в кінці досліджуваного періоду, в значній мірі зосереджена серед професіоналів та працівників сфери торгівлі й послуг. Яскраво ж вираженими «полюсами» чоловічої зайнятості є професії кваліфікованих робітників з інструментом та робітників з обслуговування й експлуатації устаткування.

Аналіз концентрації представників різної статі в окремих професіях дозволив виділити так звані «жіночі» та «чоловічі» види занять (рис. 2).

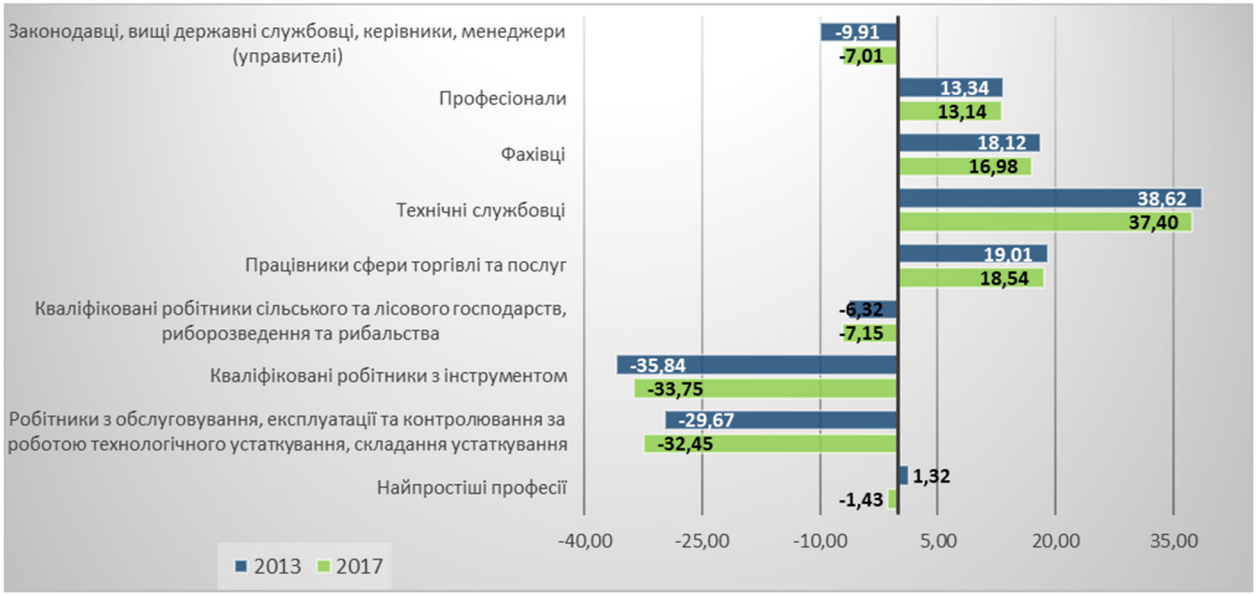


Рис. 2. Різниця між рівнем концентрації жінок у професії та їхньою часткою в загальній зайнятості в України, 2013-2017 рр., в. п.

Примітка: якщо рівень концентрації жінок у професії перевищує їхню частку у загальній зайнятості, професію відносимо до групи «жіночих», в протилежному випадку – «чоловічих».

За досліджуваний час лише група найпростіших професій змінила свою гендерну домінанту, перейшовши зі складу «жіночих» до «чоловічих». Були і залишаються яскраво вираженими «жіночими» професії технічних службовців, працівників сфери торгівлі й послуг, фахівців та професіоналів (хоч всіх їх і зачепив процес «маскулінізації», – концентрація чоловіків там дещо збільшилась). Серед «чоловічих» це перш за все кваліфіковані робітники з інструментом (відзначимо, що до кінця 2017 р. частка жінок у цій професії зросла) та робітники з обслуговування устаткування. Більш «жіночою» за п’ять років стала й «чоловіча» група керівників та менеджерів, в котрій представництво жінок збільшилось із 38,4 % в 2013 р. до 41,1 % в 2017 р.

Те, яким чином відстежувані тенденції серед зайнятих України проявилися у динаміці рівня сегрегації ринку праці можна виявити за допомогою індексів: дисиміляції Дункана (ID); індексу співвідношення статей (SR); жіночої зайнятості (WE); Кармела і Маклахлана (IP); граничної відповідності (MM). [1, 2, 3, 4]

Як бачимо, оцінені показники майже не змінилися (рис. 3), за виключенням індексу співвідношення статей. Останній продемонстрував найінтенсивнішу динаміку. Зауважимо, що індекс SR відображає ситуацію не із сегрегацією як такою, а з концентрацією працівників різних статей в окремих сферах зайнятості. Тут він покликаний виявити в якій мірі жінки надпредставлені в «жіночих» професіях та недопредставлені в «чоловічих». Зниження індексу відображає процес фемінізації «чоловічих» професій.

Особливість розрахунку індексу дисиміляції Дункана (ID) вказує на те, що його коливання можуть бути пов’язані зі змінами у загальній професійній структурі зайнятості та у внутрішньопрофесійній концентрації працівників. Метод декомпозиції, запропонований вченими в їхній праці дозволяє оцінити внесок кожної із цих складових у динаміку досліджуваного показника. [5]

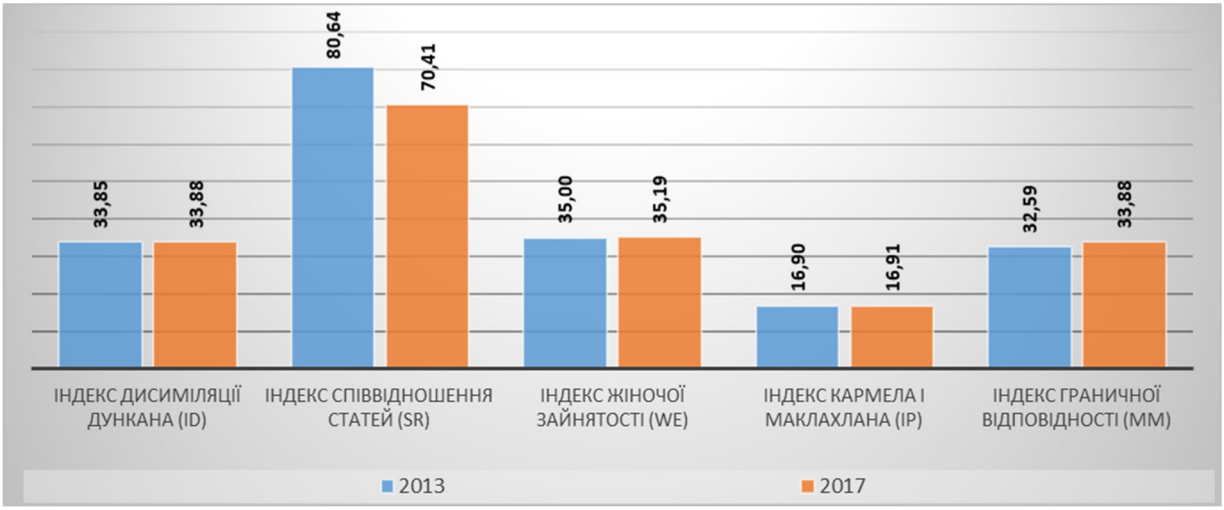


Рис. 3. Динаміка рівня професійної гендерної сегрегації на ринку праці України, 2013-2017 рр., %

Отже, згідно отриманих даних, зміна рівня сегрегації (ΔID = -0,03 в. п.) на ринку праці України зумовлена майже в рівних частинах, як заміщенням працівників однієї статі представниками іншої в межах професій (49,15 %), так і перерозподілом зайнятих між видами занять (50,85 %). Однак діяли ці фактори різнонаправлено. Зменшення концентрації чоловіків у «чоловічих» професіях на користь жінок (керівники, кваліфіковані робітники з інструментом) мало ефектом зниження індексу дисиміляції Дункана (-0,9 в. п.). Тоді як характер змін професійної структури зайнятості спричинив зростання асиметричності розподілу працівників за професіями (+0,93 в. п.). Тут найпомітніший ефект мало розширення зайнятих серед професіоналів (14,8 % до 17,8 %) та працівників сфери торгівлі й послуг (з 15,3 % до 16,8 %). Питома вага всіх працівників у цих «жіночих» професійних групах зросла і більше за рахунок жінок.

Список використаних джерел

1. Duncan, O.D., Duncan B. «A Methodological Analysis of Segregation Indexes» American Sociological Review, vol. 20, no. 2, 1955, p. 210.

2. Hakim, C. «Segregated and Integrated Occupations: A New Approach to Analyzing Social Change» European Sociological Review, vol. 9, no. 3, 1993, pp. 289-314.

3. Emerek, R., Figueiredo, H., González, M.P., Gonäs, L. and Rubery, J. «Indicators on Gender Segregation» in J. Rubery, C. Fagan, D. Grimshaw, H. Figueiredo and M. Smith (eds) Indicators on Gender Equality in the European Employment Strategy, 2001, pp. 34-70.

4. Blackburn, Robert M., et al. «The Analysis of Occupational Gender Segregation Over Time and Place: Considerations of Measurement and Some New Evidence» Work, Employment and Society, vol. 7, no. 3, 1993, pp. 335-362.

5. Blau, F.D., et al. «Continuing Progress? Trends in Occupational Segregation in the United States over the 1970s and 1980s» Feminist Economics, vol. 4, no. 3, 1998, pp. 29-71.

Журило І.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Кушинова Н.В., студ. гр. ЕП-17М
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОЮ ГНУЧКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Сучасний стан розвитку економіки України характеризується високою динамічністю середовища функціонування підприємств, що потребує їх швидкої та адекватної реакції на зовнішні та внутрішні зміни. Більшість вітчизняних підприємств не здатні оперативно та з мінімальними витратами реагувати на такі зміни, тому проблема управління гнучкістю підприємств як пріоритетного чинника їх конкурентних переваг нині набуває все більшої актуальності.

Аналіз проведених досліджень показав значну увагу вчених до застосування концепції стратегічного управління з використанням механізмів управління змінами. Водночас відчувається брак наукових розробок стосовно формування системи управління стратегічною гнучкістю суб'єктів господарювання. Відсутність одностайності серед науковців у питанні трактування поняття гнучкості ускладнює можливість створення дієвої системи управління нею. Потребують також розвитку питання особливостей формування стратегічної гнучкості підприємств різних галузей народного господарства, зокрема сільськогосподарських підприємств.

Аналіз літературних джерел виявив існування двох бачень гнучкості: реактивного (пасивного), яке дає змогу організації боротися з нестабільністю, та проактивного (активного), яке уможливлює створення конкурентної переваги для організації [3]. При вирішенні своїх стратегічних завдань організації можуть обирати будь-який із даних підходів, або застосовувати обидва як послідовно, так і одночасно.

Проаналізувавши визначення, наведені у табл. 1, ми виявили переваги підходу, за якого обидва втілення гнучкості діють одночасно. На нашу думку, гнучкість підприємства – це його здатність адекватно й оперативно реагувати на зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовищ, відповідно перебудовуючи параметри своєї діяльності та зберігаючи або підвищуючи, при цьому, власні конкурентні переваги та рівень своєї конкурентоспроможності.

Одним з основних аспектів стратегічного управління підприємством є оцінка рівня його стратегічної гнучкості, яка дозволить зробити висновки стосовно ступеню стратегічної вразливості підприємства під впливом потенційно несподіваних і небезпечних подій та його готовності адекватно відповісти на ці події.

На сьогоднішній день у літературних джерелах представлено лише один методичний підхід до оцінювання рівня стратегічної гнучкості підприємства, запропонований І. Ансоффом [1] та описаний у працях ряду науковців. Згідно з цим підходом, рівень стратегічної гнучкості підприємства можна визначити на основі розрахунку ступеня концентрації обсягів продажів і прибутків з подальшим проведенням «аналізу впливу».

Такий методичний підхід має, на нашу думку, загальний характер і не враховує специфічні особливості прояву гнучкості на підприємствах різних галузей народного господарства, зокрема підприємств АПК, дозволяє охарактеризувати лише зовнішню «оборонну» гнучкість, визначає її рівень через оцінювання нестабільності довкілля, а не здатностей підприємства.

Слушною є позиція науковців [3; 4], які вважають, що достовірну оцінку стратегічної гнучкості підприємства можна провести за допомогою комплексного інтегрального показника, визначеного на основі системи часткових показників з урахуванням ступеня їхнього впливу.

Таблиця 1

Аналіз існуючих підходів до визначення поняття «гнучкість підприємства»

Автор, джерело	Визначення	Аналітичні висновки щодо визначення
Грачов О.В.	Гнучкість підприємства – спроможність суб'єкта господарювання оновлювати номенклатуру продукції через організаційно-технологічні зміни у виробництві й управлінні підприємством, для забезпечення прибутковості й конкурентоспроможності своєї діяльності	*Звуження поняття гнучкості* підприємства. Вона проявляється не лише у спроможності оновлювати номенклатуру продукції або оптимізувати власну структуру. Певні зміни можуть не потребувати структурних зрушень. Крім того, в період економічної кризи підприємство може цілеспрямовано зменшувати прибуток чи створювану додану вартість. Але такі дії не свідчать про зменшення рівня його гнучкості
Гармаш В.В.	Гнучкість підприємства – це можливість відкритої соціально-економічної системи оптимізувати власну структуру у відповідь на швидкі й неочікувані зміни, забезпечуючи при цьому прибутковість, конкурентоспроможність і постійне збільшення доданої вартості	
Глаголєв С.М.	Гнучкість підприємства – це його спроможність своєчасно і з найменшими витратами реагувати на зміни середовища, головними серед яких в умовах конкуренції необхідно визнати зміни вимог і вподобань споживачів	*Складність визанчення* того, чи є витрати, пов'язані з реагуванням на зміни середовища, найменшими з можливих. Якщо такі витрати не є найменшими, це не може бути приводом вважати аналізоване підприємство негнучким
Жуков Б.М.	Гнучкість підприємства – це його спроможність сприймати нововведення й адаптуватися до нових умов функціонування без порушення власної цілісності, а також перебудовувати параметри діяльності підприємства під впливом змін зовнішніх або внутрішніх умов з метою конкурентоспроможного розвитку та створення максимальної доданої вартості на базі використання сучасного інноваційного інструментарію. Автор відзначає реакційний характер гнучкості підприємства	*Погоджуємося* з тим, що гнучкість підприємства: 1) проявляється у реакції на зміни не лише зовнішніх, але й внутрішніх умов; 2) має реакційний характер і пов'язана із впливом певних зовнішніх та (або) внутрішніх сил і є реакцією на їхню дію.
Шматько Н.М.	Гнучкість підприємства – це його спроможність оперативно реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі шляхом оборотного переходу у відповідний стан для забезпечення реалізації цілей його діяльності	

До основних чинників, які впливають на рівень стратегічної гнучкості підприємства вчені відносять: фінансові, технічні, оперативні, технологічні, інноваційні, управлінські, інформаційні. Оцінювання пропонується проводити на

основі порівняння потенціалу підприємства за векторами різновидів внутрішньої гнучкості підприємства, за допомогою побудови багатокутника профілю гнучкості підприємства, а також SPACE-матриці [3].

Враховуючи результати досліджень згаданих вище науковців, пропонуємо власну модель оцінювання стратегічної гнучкості сільськогосподарського підприємства.

На першому етапі проводиться визначення чинників, що впливають на рівень стратегічної гнучкості сільськогосподарського підприємства. Зокрема, на даному етапі оцінюються такі чинники: фінансові, оперативно-кадрові, виробничі (техніко-технологічні, інноваційно-івестиційні, управлінські, маркетингові. Вважаємо, що інформаційний чинник є складовою усіх названих основних чинників.

Запропонований у [3] багатокутник стратегічної гнучкості підприємства за 7 критеріями, являє собою, по-суті, не багатокутник, а ламану, яка дає інформацію лише про рівень часткових показників. Замість багатокутника пропонуємо побудову радара стратегічної гнучкості (рис. 1), площа якого дасть уявлення про рівень інтегрального показника. За допомогою побудови таких радарів можна відстежувати рівень стратегічної гнучкості підприємства у динаміці або порівнювати радари конкуруючих підприємств.

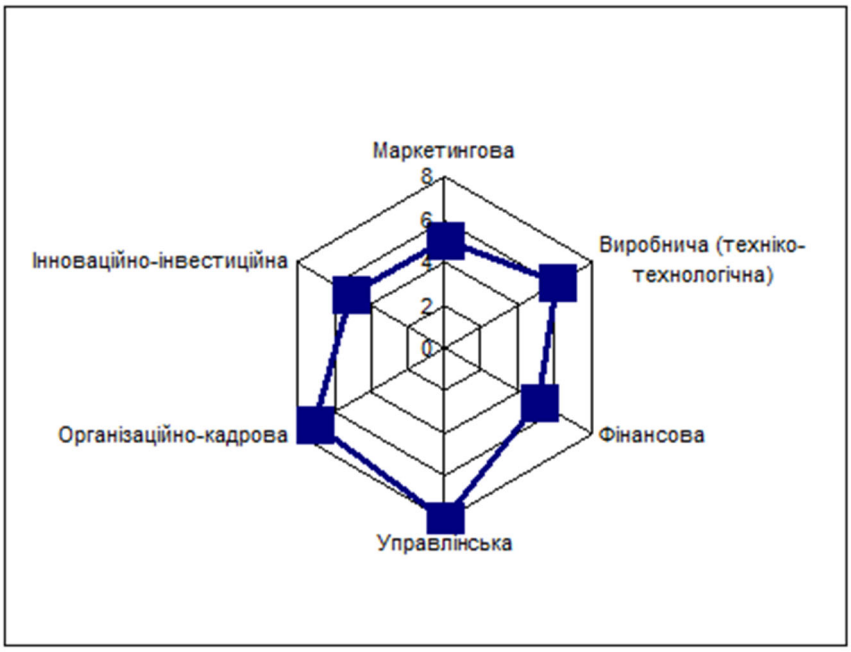


Рис. 1. Радар стратегічної гнучкості

Узагальнюючи вищевикладене, зазначимо, що запропонований методичний підхід має універсальний характер і може бути застосований для розрахунку рівня стратегічної гнучкості підприємства будь-якої галузі народного господарства.

Список використаних джерел

1. Ансофф, И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / И. Ансофф: науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика. – 1989. – 519 с.

2. Ігнатьєва І.А., Хлістунова Н.В. Методичні підходи до оцінювання рівня стратегічної гнучкості підприємств сфери послуг // Актуальні проблеми економіки 2013. №4 С. 128-135.

3. Комаринець С.О. Зміст поняття гнучкості організації та її класифікація // Вісник НУ «Львівська політехніка». Логістика. – Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка». – 2017. – №594. – С.87-93.

4. Шатілова О.В. Оцінка рівня стратегічної гнучкості підприємства // Формування ринкової економіки: Збірник наук. праць. – Спец. вип.: Економіка підприємства: теорія і практика: У 2 ч. – К.: КНЕУ, 2010. – Ч. 2. – С. 195-203.

ЧАСТИНА ІІ

Тези аспірантів, магістрантів та студентів

Бажан В.Г., магістрант
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Проблема ефективності сільськогосподарської діяльності завжди була актуальною за умов обмеження виробничих ресурсів, високої їх вартості й низької платоспроможності. Ефективна робота підприємства, зміцнення його конкурентних позицій на ринку потребують систематичного контролю показників ефективності виробництва і реалізації продукції, глибокого аналізу і оцінки впливу факторів макро- і мікросередовища. Дослідження ефективності є досить складним питанням через існування різноманітних видів та типів підприємств, відповідних цілей їх функціонування та взаємозв'язків з іншими системами. Це визначає множину підходів оцінки ефективності, які мають відображати цілі діяльності відповідних підприємств і свідчить про багатогранність даної категорії та одночасно складність її обчислення.

Водночас складність та багатогранність питань, пов'язаних із визначенням економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств, вивчення впливу чинників на ефективність їх діяльності, удосконалення механізму господарювання підприємств зумовлює актуальність дослідження.

Необхідність визначення ефективності полягає в тому, що на різних підприємствах одна і та ж кількість ресурсів забезпечує отримання далеко не однакових результатів, що, в кінцевому результаті, відбивається на ефективності діяльності підприємства.

Тому, поняття «ефективність діяльності аграрного підприємства» передбачає максимально продуктивне використання виробничого потенціалу підприємства.

Особливість категорії ефективності в економіці полягає в тому, що при її вимірюванні зіставляється ефект від економічної діяльності суб'єктів господарювання (економічний ефект) з витраченими на його одержання економічними ресурсами.

Оскільки сфери економічної діяльності суб'єктів господарювання різноманітні, а їх діяльність може охоплювати різні стадії виробництва та просування продукції, то відповідно можуть існувати різні ефекти і показники ефективності. Крім того, аграрні підприємства можуть ставити перед собою різні цілі їх діяльності – отримання максимального прибутку від виробництва продукції, надання необхідних послуг за собівартістю, що потребує оцінки ефективності такої діяльності.

Отже, досягти комплексної оцінки ефективності діяльності можна шляхом оцінки вкладених у виробництво ресурсів й одержаного ефекту.

Для оцінки економічної ефективності аграрних підприємств використовують відповідні критерії і систему взаємозалежних показників.

Слід розрізняти критерій, що визначає економічну ефективність усього сільськогосподарського виробництва, і показники, що визначають окремі сторони ефективності.

Методологічне розмежування між ними полягає в тому, що критерій являє собою внутрішню сутність процесів, а показник є конкретною формою відображення даного критерію.

Ефективним називається таке виробництво, яке за наявного обсягу ресурсів і доступних технологій забезпечує максимально можливий обсяг виробництва. А коли так, то можна припустити, що оцінку ефективності виробництва потрібно проводити шляхом порівняння досягнутого обсягу виробництва (досягнутих показників) з теоретичним (або найкращими в галузі), таким чином можна отримати необхідну інформацію про ефективність господарювання як національної економіки і її галузей, так і окремих суб'єктів господарювання.

Для визначення економічної ефективності виробництва в цілому по сільськогосподарських підприємствах використовується система показників, які доцільно обчислювати в такій послідовності:

– вартість валової продукції (грн.) на 1 га сільськогосподарських угідь, на середньорічного працівника, на 100 грн. виробничих витрат;

– розмір валового і чистого доходу та прибутку на 1 га сільськогосподарських угідь, на 1 середньорічного працівника, на 1 люд-год, на 100 грн. витрат виробництва, на 1000 грн. виробничих фондів;

– рівень рентабельності і норма прибутку сільськогосподарського виробництва.

В умовах конкуренції між підприємствами-товаровиробниками ставиться питання про ефективність функціонування у процесі виробництва всіх виробничих фондів (капіталу), про швидкість обороту капіталу. Тому, основним вартісним показником економічної ефективності доцільно вважати прибуток на весь авансований протягом певного періоду капітал, незалежно від джерел його формування.

Виходячи з вище викладеного, система показників ефективності повинна:

– відображати витрати всіх видів ресурсів, що споживаються на підприємстві;

– створювати передумови для виявлення резервів підвищення ефективності виробництва;

– стимулювати використання всіх резервів, наявних на підприємстві;

– забезпечувати інформацією щодо ефективності виробництва всі ланки управлінської ієрархії;

– виконувати критеріальну функцію, тобто для кожного з показників мають бути визначені правила інтерпретації її значень.

Сільськогосподарське підприємство буде ефективним за умов, коли: по-перше – виробництво будь-якої продукції не може збільшуватись без збільшення одного чи декількох факторів виробництва або зменшення виробництва інших продуктів; по-друге – жоден з факторів виробництва не може зменшитись без зниження виробництва одного або декількох продуктів або збільшення інших факторів.

Показники економічної ефективності сільськогосподарських підприємств у своїй суті узагальнюють кількісні і якісні зміни їх розвитку. Величина даних показників залежить від рівня розвитку аграрного сектору економіки країни, і є критеріям для формування стратегії підприємств.

Практично не існує єдиного узагальнюючого показника для визначення економічної ефективності роботи аграрного підприємства. Ця оцінка ґрунтується на використанні системи взаємопов'язаних показників натурального та вартісного обчислення, які відображають дію і форми вияву об'єктивних економічних законів у матеріальному виробництві аграрної сфери економіки, з урахуванням її особливостей, вплив різних чинників на процес виробництва.

Очевидно можна вважати, що альтернативним підходом щодо оцінки економічної ефективності аграрних підприємств буде оцінка ефективності використання їх виробничого потенціалу.

Економічну ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств слід визначати як добуток технічної та аллокативної ефективності. За допомогою показників технічної ефективності визначається продуктивність використання виробничих ресурсів, а аллокативної – ефективність їх розміщення за критерієм мінімізації витрат. В сучасних умовах низькі показники технічної ефективності сільгосппідприємств обумовлені нераціональним використанням виробничого потенціалу.

Отже, категорія ефективності покликана характеризувати ступінь продуктивного використання ресурсів підприємства. Проте традиційні способи розрахунку (відношення результату до понесених витрат) не забезпечують достатньо повного уявлення про ефективність використання виробничих ресурсів. З цією метою доцільно застосовувати альтернативний підхід до оцінки ефективності функціонування аграрних підприємств, який дає можливість комплексно, в одному показнику, відобразити продуктивність функціонування виробничої системи.

Бичкова С.О., студентка
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ОПЛАТА ПРАЦІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ

У період розвитку ринкової економіки, значну увагу привертає проблема неналежного рівня заробітної плати та недосконаліть підходів до її регулювання. Слід зазначити, що рівень заробітку кожного працюючого громадянина впливає на сукупний дохід населення, що сприяє формуванню попиту на товари, роботи і послуги. Тобто, наразі, питання стосовно надання заробітної плати є найбільш вагомим в сфері економіки. В процесі розвитку економічної сфери, оплата праці залишається найвагомішим кроком підвищення рівня ефективності працівників та значним мотиваційним елементом трудової діяльності. Раціонально організована система оплати праці здійснює вплив як на ефективність трудової організації, так і на добробут населення.

Проблема організації оплати праці є однією з найбільш гострих. Актуальність проблеми зростає на фоні соціально-економічної кризи в країні. Для більшості населення заробітна плата втратила свою відтворювальну та стимулюючу функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов’язаних з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами. При цьому її рівень у нашій країні значно нижчий порівняно з розвиненими державами світу. Праця та її оплата як ціннісні орієнтири втрачають своє соціально-економічне призначення, що руйнує основи економічного й соціального розвитку суспільства. Це потребує всебічного моніторингу, аналізу і контролю за цим процесом в Україні [1, с. 7].

Питання стосовно оплати праці викликало зацікавленість у багатьох вчених. Даною проблемою займалися такі вчені як Б.М. Генкін, О.А. Гришнова, А.В. Мерзляка та ін. Зокрема, такі дослідження засвідчили, що проблема оплати праці вимагає безперестанного покращення і вдосконалення, а також пристосування до сучасних вимог економіки. Слід зазначити, що дослідники вивчали різні аспекти, що стосуються оплати праці, як теоретичні, так і практичні. Так, В. Бабич приділяє значну увагу у своїх роботах різним формам заробітної плати з позиції їх доцільності та раціональності,

М. Федотова висвітлює у своїх працях проблеми нарахування та виплати заробітної плати, які характерні для ринкових відносин. В свою чергу, І. Сердюк акцентує свою увагу на аспектах державного регулювання механізму заробітної плати [1, с. 9].

Під оплатою праці розуміють «винагороду, як правило, у грошовому еквіваленті, яку власник або вповноважений ним орган виплачує робітнику за виконану їм роботу». Згідно з міжнародними трудовими нормами, а саме Конвенції МОП № 95 поняття «заробітна плата» сформульоване наступним чином: «будь-яка винагорода або заробіток, який розраховується у грошах, що їх виплачує підприємець за роботу, яка була виконана, або повинна бути виконаною, або за послуги, які або надані, або повинні бути наданими». Тобто, під заробітною платнею розуміють винагороду у натуральній або грошовій формі, яку отримують працівники за виконану роботу та за періоди, які входять у робочий час [2, с. 10].

Заробітна плата покликана виконувати основні її функції. Функція оплати праці – це її призначення, роль, складова сфери практичної діяльності в узгодженні і реалізації інтересів головних суб‘єктів соціально-трудових відносин. До основних функцій оплати праці відносять такі: відтворювальна функція заробітної плати – полягає у забезпеченні працівників необхідними життєвими благами для відтворення робочої сили; стимулююча або мотивуюча функція заробітної плати – полягає у встановленні залежності її розміру від кількості й якості праці конкретного працівника, його трудового внеску в результати роботи підприємства; регулююча функція заробітної плати – полягає в оптимізації розміщення робочої сили за регіонами, галузями господарства з урахуванням ринкової кон’юнктури; соціальна функція заробітної плати – відображає міру живої праці при розподілі фонду споживання між найманим працівником і власником засобів виробництва; функція формування платоспроможного попиту населення – її призначення полягає в узгодженні платоспроможного попиту, під яким прийнято розуміти форму виявлення потреб, забезпечених грошовими коштами покупців, з одного боку, і виробництва споживчих товарів – з іншого [3, с. 15].

Наведені функції заробітної плати тісно взаємопов’язані між собою, і лише за їхньої сукупної наявності досягається ефективність заробітної плати. Проте, в сучасних умовах становлення ринку в Україні заробітна плата не спроможна виконувати ці функції. Нині заробітна плата виконує зовсім інші функції, зокрема: збереження зайнятості, запобігання безробіттю ціною заниження заробітної плати; забезпечення соціальних гарантій; збереження попереднього статусу, пов‘язаного з попереднім робочим місцем; перерозподіл зайнятих за галузями і сферами економіки; поширення нелегальної діяльності та вторинної зайнятості; посилення мобільності робочої сили [3, с. 17].

Значний вплив на ефективність формування та використання коштів на оплату праці здійснює, саме організація праці, яка є складним процесом з ефективним поєднанням робочої сили із предметами праці, що спрямовує до раціонального використання і досягнення якісних результатів. Покращення організації регулювання питань пов’язаних з оплатою праці сприяє зростанню рівня продуктивності праці, трудової мотивації та впливає на кінцеві результати роботи. Але проблема вдосконалення полягає у тому, що зміна підходів до нарахування та виплати заробітної плати повинна базуватися на основі наукової організації праці шляхом запровадження науково обґрунтованих норм та нормативів праці. Нормування праці вважається об’єктивним інструментом управління та одним із найвагоміших інструментів організації оплати праці. Відновлення ролі такого значного елементу як нормування праці, набуває серйозного значення з приводу того, що він відіграє вирішальну роль у розв’язанні соціальних проблем, сприяє збільшенню можливостей для задоволення

працівників роботою, та забезпечує найбільш повне й доцільне використання інтелектуального потенціалу підприємств.

Нажаль, нині, в Україні, питанню нормуванню праці приділяється незначна увага, оскільки доволі поширеною є думка про застарілість даного елемента. Таке ставлення призводить до негативних наслідків, оскільки ефективність виробництва знижується, через втрату контролю за живою працею – одним із найголовніших факторів [4, с. 10].

Основними причинами загострення питання щодо регулювання державою оплати праці є: відсутність належного контролю за політикою видачі заробітних плат з боку держави; недосконалість науково-методологічного забезпечення процесу регулювання оплати праці; недотримання вимог чинного законодавства [5, с. 15].

Система оплати праці вміщає у собі ряд недоліків, які необхідно усунути, оскільки ігнорування проблем у найбільш важливій для суспільства сфері, може призвести до доволі негативних наслідків, які буде дуже важко врегулювати. Таким чином, нагальними проблемами оплати праці є: виплата заробітку на неналежному рівні окремим категоріям працівників, що не відповідає реальному прожитковому мінімуму; відсутність в деяких випадках нормування праці, що є причиною невідповідності між витратами праці та винагородженням за неї; відсутність чіткості визначення стратегії формування оплати праці; невідповідність заробітної плати всім притаманним їй функціям (відтворювальній, соціальній, мотиваційній тощо); відсутність зв'язку між оплатою праці і результатами роботи та професійними характеристиками працівників. [5, с. 20]

Таким чином, напрямками вдосконалення системи оплати праці мають стати: узгодження використовуваних систем оплати праці зі стратегією розвитку підприємств; усунення диспропорцій в оплаті праці у межах одного суб'єкта господарювання; запровадження системи збалансованих показників результатів діяльності підприємств із ключовими показниками ефективності діяльності працівників; запровадження сучасних підходів до регулювання оплати праці персоналу на основі підходів управління винагородою за працю; забезпечення залежності між рівнем оплати праці її якістю та кількістю.

Список використаних джерел

1. Андрущенко, Л.О. Організація обліку розрахунків з персоналом з оплати праці / Л.О. Андрущенко // Довідник економіста. – 2012. – № 1. – С. 21.
2. Бондарчук, К. Заробітна плата в контексті соціально – економічного захисту найманих працівників / К. Бондарчук // Україна: аспекти праці. – 2012. – № 1. – С. 15.
3. Бурачек, І.В. Удосконалення організації оплати праці на підприємствах / І.В. Бурачек // Україна: аспекти праці. – 2011. – № 1. – С. 35.
4. Завіновська, Г.Т. Економіка праці : навч. посібник / Г.Т. Завіновська. – К. : КНЕУ, 2003. – 148 с.
5. Костенко, А.К. Удосконалення оцінки праці у контексті реформування оплати праці / А.К. Костенко // Україна. – 2013. – № 2. – С. 29.

Біловодська І.М., студентка
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

СУЧАСНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ І СУСПІЛЬСТВО

Інтернет-технології – це технології створення та підтримки різних інформаційних ресурсів в комп'ютерній мережі Інтернет: блогів, сайтів, чатів, форумів, електронних бібліотек та енциклопедій.

Завдяки інтернет-технологіям люди отримали нові можливості в спілкуванні, трудовій діяльності, проведенні дозвілля. Кордони, що існували раніше, зникають. Зараз люди, що проживають в різних частинах світу, без проблем можуть спілкуватися в мережі і обмінюватися інформаційними ресурсами.

Мережеві технології дозволили об'єднати результати роботи багатьох автономних користувачів та надали доступ до цих результатів всім, хто в них зацікавлений. Тому напрями розвитку мережевих технологій визначатимуть напрями розвитку інформаційних технологій в цілому [1].

Існують такі сучасні інтернет-технології:

– веб-сервера;
– гіпертексти і сайти;
– електронна пошта;
– форуми і блоги;
– чат і ICQ;
– теле-і відеоконференції;
– вікі-енциклопедії [2].

В сучасних умовах жодне підприємство не може обійтися без інтернет-технологій. Розповсюдження інформації про свою продукцію та запрошення до співпраці – це перша можливість Інтернету, якою скористалась більшість підприємств.

Значна кількість підприємств не зупинилась на досягнутому, почавши використовувати можливості, що дає електронна комерція. Електронна комерція – це термін, що відноситься до використання Інтернету для проведення комерційних операцій між підприємствами або між підприємством та споживачами. Електронна комерція дозволяє замовляти продукцію та послуги прямо на сайті, а потім отримувати їх традиційним шляхом: за допомогою транспортної організації, або для інформаційних продуктів, пересилкою каналами Інтернету [3].

У майбутньому, з розвитком віртуального ринку, принципи електронної комерції будуть використовуватися для дослідження та зміни переваг корпоративних клієнтів, а також для створення та просунення нових марок. З кожним роком Інтернет все більше проникає у життя суспільства та сферу бізнесу. Вже помітно, що Інтернет стає атрибутом ділового життя. Перспективою подальших досліджень у даному напрямку можуть бути розробка детальних методик застосування Інтернет-технологій для вирішення конкретних маркетингових, організаційних та інших завдань розвитку підприємства.

Щоб досягти більшого успіху та збільшити сегмент ринку багато підприємств створюють власні сайти, на яких розміщена інформація про їх діяльність та, власне товари чи послуги, які може придбати кожен охочий користувач мережі Інтернет. Щоб залучити більше покупців, власники сайтів користуються інтернет-рекламою. «Якщо вашого бізнесу немає в інтернеті, значить вас немає в бізнесі», – золоті слова Білла Гейтса.

Ефективність інтернет-реклами оцінюється за кількома показниками, що відображають вплив інтернет-реклами на цільову аудиторію. До основних таких показників відносять кількість хітів і хостів на рекламованому сайті, відносні показники CTR, CTB, CTI.

Хост в інтернет-маркетингу – це користувач, який переглядає сторінки сайту, шо рекламується. Унікальний хост – користувач з унікальною IP-адресою. Користувачі під час відвідування сайту роблять хіти – тобто перегляди сторінок. Один користувач може зробити безліч хітів.

Кількість хостів за певний проміжок часу дозволяє оцінити ефективність реклами в інтернеті з точки зору відвідуваності сайту, який рекламується. Чим більше хостів, тим вища ймовірність здійснення покупки або замовлення на рекламованому сайті.

Реклама в інтернеті містить у собі практично всі наявні види реклами. Велика перевага інтернет-реклами – чіткий таргетинг – рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка відповідає певним критеріям (цільову аудиторію), і показати рекламу саме їй. Це означає, що ви можете підбирати свою аудиторію за будь-якою ознакою: географічною, віковою, статевою, професійною, хобі та рівнем статків. Ще однією перевагою реклами в інтернеті є оперативність, тобто можливість швидко замінити чи змінити рекламне оголошення. Ви відслідковуєте реакцію аудиторії на вашу рекламу і, якщо вона не задовільна, в будь-який час замінюєте рекламне оголошення на більш ефективне. І, звичайно ж, серед плюсів інтернет-реклами – її інтерактивність, тобто взаємодія зі споживачем.

Хоч Інтернет і полегшує наше життя, він також може спровокувати і деякі проблеми. Такі як, наприклад викрадення особистих даних, поширення вірусів, порнографії. У мережі майже кожен може стати мішенню для різного роду шахраїв. У мережі головне – обережність, тоді ви зможете сміливо користуватися усіма її можливостями.

Список використаних джерел

1. Каймін, В.А. Інформатика. Підручник для студентів. 6-е видання. М. : ИНФРА-М, 1998-2009.
2. Каймін В. А., Касаєв Б. С. Інформатика. Практикум на ЕОМ. М.: ИНФРА-М, 2003.
3. Бойко А.Д., Бойко Д.А., Мельник О.В. Електронна комерція в Україні: напрямки розвитку і динаміка [електронний ресурс] / А.Д. Бойко, Д.А. Бойко, О.В. Мельник – режим доступу: http://www.confcontact.com/apl/6_Bojko.php

Бойко В.М., стедентка
Гальків Л.І., докт. екон. наук, професор
НУ «Львівська політехніка»
м. Львів

ЗМІСТОВНА СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасною наукою та практикою менеджменту рентабельність розглядається не просто як статистичний, розрахунковий параметр, а позиціонується як ключовий, комплексний, соціально-економічний критерій результативності господарювання. На відміну від прибутку рентабельність віддзеркалює факторне середовище формування фінансових результатів суб'єкта господарювання, слугує параметром оцінювання його системи управління, використовується як інструмент інвестиційної політики ціноутворення. На основі аналізу середніх рівнів рентабельності можна діагностувати стан прибутковості різних видів продукції, бізнес-процесів, організацій, регіонів, окремих країн і міждержавних утворень. Відзначена риса надає рентабельності, з одного боку, форму економічної категорії, котра виражає економічні відносини між економічними суб'єктами з приводу результативності використання чинників капіталу, а з іншого – характер інструменту фінансового менеджменту.

Опрацювання літературних джерел дозволило виявити варіативність підходів до визначення поняття «рентабельності», окреслити їх зміст та подати трактування сутності характеристики окремими авторами (табл.1).

Узагальнюючи, можна стверджувати, що рентабельність являє собою показник співвідношення прибутку з певними ресурсами, понесеними витратами, доходами,

який комплексно і багатогранно характеризує ефективність роботи підприємства, дає уявлення про його потенціал розвитку.

Таблиця 1

Підходи до трактування поняття рентабельність

Підходи	Зміст підходу	Що характеризує	Автор, джерело
Етимологічний	Похідне поняття від німецького «rentabel», що перекладається як «рентабельний», «прибутковий», «вигідний», «самоокупний», або від слова «рента», що в означає «дохід».	Використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів	О. Коваленко, А. Шевченко; [1]
Індикативний	Індикатор, який відображає адекватність системи управління та доцільність управлінських заходів у процесі функціонування підприємства	Ефективність фінансово-економічного механізму в умовах жорсткої конкуренції	І. Бержанір, Н. Гвоздєй, Ю. Уляніч; [2]
Діагностичний	Відносний показник дохідності	Рівень вигоди, міра прибутковості бізнесу	І. Тарасенко,
	Якісний, вартісний показник ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції	Рівень віддачі витрат або ступінь використання ресурсів	М. Яркіна; [4]
Процесний	Процес, пов'язаний з підприємницьким середовищем авансованої вартості капіталу, в якому затрати підприємства покриваються його доходами	Ступінь вигідності роботи підприємства, величину самозростання капіталу, як результату бізнес-процесу	Л. Дзюбенко; [5]

Укладено авторами на основі аналізу літературних джерел

Систему чинників впливу на рентабельність розглянемо у розрізі двох груп: внутрішні (безпосередньо пов'язані з діяльністю організації, якими вона може управляти у відповідності до поставлених перед собою цілей) і зовнішні. До останніх відносять три групи: 1 – ринкові (організація ефективної реклами нових видів товарів, підвищення конкурентоспроможності у наданні послуг; 2 – адміністративні (податкові важелі, правові акти, постанови і положення, що регламентують діяльність організації, державні регуляторні механізми); 3 – зовнішньоекономічні (глобальні тренди цінової та кон'юнктурної політики. До групи внутрішніх чинників рентабельності підприємства можна віднести п'ять підгруп: 1 – матеріально-технічні (модернізація, реконструкція обладнання, інноватизація технологічних процесів); 2 – фінансові (податкове і фінансове планування, оптимізація фінансових потоків); 3 – кадрові (якість трудового потенціалу, умови праці, система стимулів); 4 – організаційно-управлінські (стратегія і тактика діяльності та системи менеджменту); 5 – виробничі (збільшення обсягів виготовлення та реалізації товарів і послуг).

Міру прибутковості функціонування підприємства найбільш точно визначають показники рентабельності, які характеризують рівень віддачі витрат або міру

використання наявних ресурсів. Збільшення показників рентабельності підприємства значною мірою залежить від зростання чистого прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків.

Тому, для підвищення рентабельності підприємства потрібно збільшувати прибуток. Цього можна досягти наступними методами:

– нарощувати обсяги виробництва та реалізації товарів, робіт, послуг;

– зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;

– з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси;

– вміти найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту.

Таким чином, рентабельність, як показник дає уявлення про достатність чи недостатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, які впливають на виробництво та реалізацію та взагалі на фінансово – господарську діяльність підприємства. При визначенні показників рентабельності, прибуток співвідноситься з чинниками, які мають найбільший вплив на його отримання. До таких чинників належать інвестиції, активи, витрати. Тому підприємства повинні активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, це і буде сприяти зростанню рентабельності підприємства.

Список використаних джерел

1. Рентабельність виробництва та шляхи її підвищення / О.В. Коваленко, А.В. Шевченко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 5(1). – С. 144-148.
2. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І.А. Бержанір, Н.І. Гвоздєй, Ю.В. Уляніч // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – № 1(2). – С. 58-62.
3. Фінанси підприємств: підручник / Тарасенко І.О., Любенко Н.М. – К. : КНУТД, 2015. – 360 с.
4. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н.М. Яркіна – Київ : Ліра-К, 2015. – 498 с.
5. Прибутковість як основа стабільного розвитку акціонерного товариства / Л.М. Дзюбенко // Ринок цінних паперів України. – 2015. – № 11-12. – С. 45-51.

Бурик Ю.І, аспірант
кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Харчова промисловість є однією із провідних галузей господарства України, від ефективності функціонування якої залежить не лише добробут населення, але і економічна безпека країни. Зважаючи на вищевказане, актуалізується необхідність підвищення результативності господарської діяльності підприємств харчової промисловості як передумови подолання кризових явищ у вітчизняній економіці і досягнення сталого економічного зростання.

Проблемам підвищення економічної ефективності харчової промисловості присвячені праці таких науковців, як В. Вудвуд, А. Гончарук, О. Семененко, Л. Пашнюк, О. Терещенко тощо. Однак у сучасних умовах ефективний розвиток

підприємств галузі потребує кваліфікованого обґрунтування напрямів удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування та визначення перспектив.

Метою дослідження є визначення та обґрунтування організаційно-економічних напрямів покращення господарської діяльності підприємств харчової галузі.

Ефективність функціонування підприємств харчової промисловості зазнає впливу комплексу взаємопов'язаних чинників, який формує її рівень і визначає організаційно-економічні засади розвитку (рис. 1).

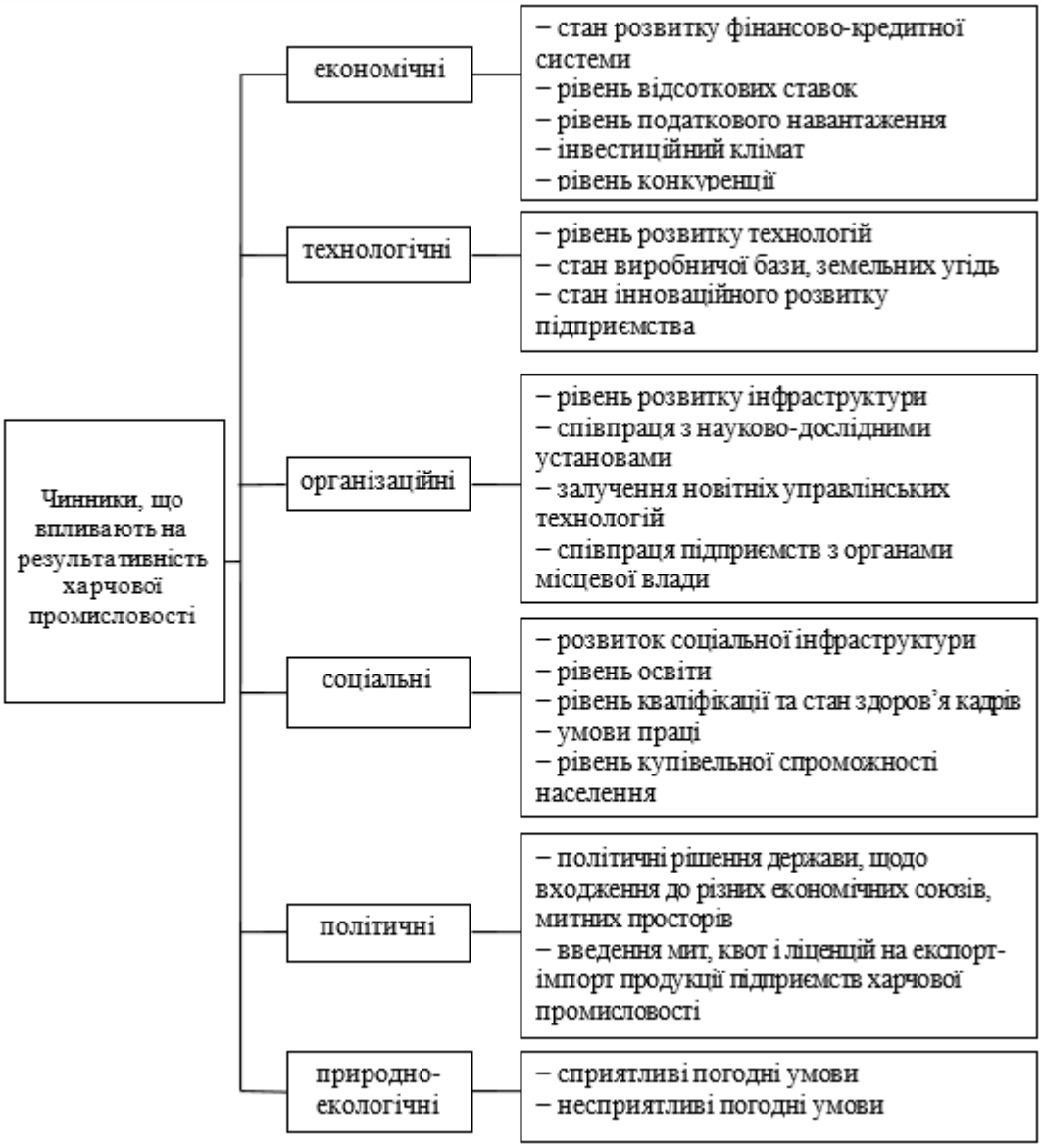


Рис. 1. Систематизація чинників ефективного функціонування підприємств харчової галузі

З-поміж окресленого кола чинників виняткового значення необхідно надати технологічним, зокрема інноваційному розвитку, що є невід'ємною складовою підвищення ефективності промислового виробництва. Однією з ефективних форм розвитку науково-технічного прогресу у сфері харчового виробництва має стати застосування системи державних, галузевих і регіональних програм, які передбачали б здійснення науково-дослідних розробок, створення інноваційної продукції, організацію інноваційної діяльності та впровадження науково-технічних досягнень у виробництво.

У сучасних умовах без розвиненого власного інноваційного потенціалу вітчизняні виробники неспроможні задовольнити вимоги ринку і конкурувати з більш інноваційно озброєними конкурентами. Постійне удосконалення устаткування і технологій є вкрай необхідною умовою становлення високоефективної, конкурентоспроможної харчової промисловості України.

Обов'язкова трансформація сфери кадрового забезпечення та пріоритетність проблеми насиченості галузі висококваліфікованими кадрами сприятиме забезпеченню стабільного функціонування харчопромислових підприємств і ведення ними ефективної діяльності.

Суттєво може покращити ситуацію зміна системи оподаткування, оптимізація митних зборів тощо.

Отже, ефективне функціонування і, як наслідок, надалі успішний розвиток підприємств харчової галузі передбачає наявність сукупності взаємозалежних організаційно-економічних чинників впливу на їх діяльність, що повинна забезпечити суспільні та особисті інтереси, орієнтуватися на досягнення максимальних результатів і формувати структуру обсягів виробництва відповідно до потреб споживачів.

Список використаних джерел

1. Вудвуд, В.В. Проблеми виробництва харчової промисловості України в сучасних умовах господарювання / В.В. Вудвуд, Т.М. Шуткевич // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). – С. 17-20.

2. Гончарук, А.Г. О природе экономической эффективности предприятий пищевой промышленности / А.Г. Гончарук // Економіка промисловості. – № 1. – 2008. – 288 с.

3. Держстат України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

4. Семененко, О.Г. Аналіз розвитку харчової промисловості України / О.Г. Семененко // Економічний вісник університету. – 2017. – Вип. 33 (1). – С. 168-182.

5. Пашнюк, Л.О. Харчова промисловість України: стан, тенденції та перспективи розвитку / Пашнюк Л.О // Економічний часопис XXI. Економіка та управління підприємством. – 2012. – №9 – 10. – С.60-63.

Вакуленко Д.О., ст. гр. АГ-16-1
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ФАКТОРИ, ЯКІ СПРИЯЮТЬ ПІДВИЩЕННЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Питання дослідження конкурентоспроможності підприємств є важливими й актуальними як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників. Висока конкурентоздатність підприємств є запорукою отримання високого та стабільного прибутку [1].

Конкурентоспроможність підприємства – це синтетичний відносний просторово-часовий параметр, який відображає характеристики продукції та ефективність функціонування підприємства, що дають йому змогу посісти відповідні позиції на ринку певного рівня сконцентрованості [2].

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства можливе тільки за умови створення ефективної структури управління. Така структура, з одного боку, враховує особливості діяльності підприємства, а з іншого – його місце на ринку,

стан зовнішнього середовища. Успіх у будь-якій підприємницькій діяльності залежить від правильно обраної стратегії управління підприємством, що є складовим елементом менеджменту. В основу забезпечення конкурентоспроможності підприємства покладено економічний механізм, який виступає сукупністю взаємопов'язаних структурних елементів, що регулюють процес розроблення і реалізації управлінських рішень у сфері господарської діяльності підприємства [3].

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств набагато складніше і трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкривають поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік та О. Нужна. На їх думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юктури [4]. Проте забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств не обмежується використанням тільки земельних ресурсів. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалим циклом виробництва, та ін.

Необхідність підвищення конкурентоспроможності сільського господарства визначена на державному рівні як найважливіше завдання економічної політики. Впродовж останніх років реформування економіки країни носило розрізнений, необґрунтований характер, що привело до різкого спаду виробництва сільськогосподарської продукції і продовольства, втраті конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на зовнішньому і внутрішньому ринках. В умовах збільшення долі імпорту продовольства, враховуючи найважливішу соціальну і економічну значущість сільського господарства, проблеми підвищення його конкурентоспроможності набувають особливої значущості.

Конкурентоспроможність аграрних підприємств – це не тільки можливість ефективного використання стратегічного потенціалу, а також здатність підприємства швидко реагувати на зміни потреб споживачів, здатність до адекватних дій на нововведення конкурентів, чого можна досягти лише шляхом створення механізму стратегічного управління конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність підприємства можна також охарактеризувати як його потенційну якість, яка включає:

1. Здатність підприємства отримувати реальну оцінку очікувань цільової групи споживачів, а також прослідкувати тенденції споживчої поведінки. Іншими словами, підприємство має бути спроможне своєчасно, об'єктивно і точно оцінювати споживчий попит як в даний час, так і прогнозувати його динаміку на майбутнє. Така оцінка можлива лише на базі наукової моделі цільової споживчої групи, що враховує її економічні, соціально-культурні і психологічні чинники, розробленої методами сучасної соціології і маркетингу.

2. Здатність організовувати виробництво, результати якого відповідатимуть очікуванням цільової групи споживачів як найбільш корисного товару по відношенню ціна – якість.

3. Здатність проводити ефективну поточну маркетингову політику.

4. Здатність знаходити і створювати умови для зниження витрат на забезпечення факторами виробництва капіталом, робочою силою, сировиною і матеріалами, енергією на одиницю продукції, що продається.

5. Здібність до створення і утримання технологічного виробництва над іншими членами галузевого співтовариства, що вимагає своєчасного оновлення технологій що використовуються. Це може відноситися до виробництва, збуту, управління.

6. Здатність планувати, організовувати і проводити ефективну стратегію в сферах виробництва і маркетингу на основі інновацій.

7. Створення і розвиток високого кадрового потенціалу як на виконавчому, так і на управлінському рівнях [5]. Якість виконавчого персоналу виявляється в його здатності ефективно використовувати виробничі технології, що існують на підприємстві, і готовності до освоєння перспективніших технологій. Якість фахівців виявляється в їх здатності ставити і вирішувати функціональні завдання, пов'язуючи їх із стратегічними цілями підприємства, які здатні забезпечити йому ключові компетенції в технічних, технологічних, дизайнерських і інших областях для посилення ринкових позицій підприємства. Якість управлінського персоналу виявляється в його здатності виявляти і ефективно використовувати ринкові можливості для захисту і розвитку конкурентних позицій підприємства на галузевих ринках в тактичному і стратегічному планах.

Отже, конкурентоспроможність підприємства є складним і багатоплановим поняттям, яке необхідно розглядати як з технічних, так і з економічних позицій. Категорія конкурентоспроможності підприємства є однієї із важливих економічних характеристик і вагомим чинником рівня міцності економічного стану підприємства. Від успішного її розв'язання залежить рівень економічного та соціального розвитку держави. На конкурентоспроможність як показник впливають внутрішні та зовнішні фактори.

Список використаних джерел

1. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : моногр. / за заг. ред. О.Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Мельник, О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій. – Л. Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.
3. Лупак Р.Л., Дідич А.М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин //Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 248-252.
4. Малік, М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія.] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 270 с.
5. Донських А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають.

Ванельчук Д.В., ст. гр. ЕП-16
Центральноукраїнський національно технічний університет
м. Кропивницький

КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ ТА ШАХРАЙСТВА В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Однією з найбільш актуальних проблем сьогодення є кіберзлочинність. В XXI з цією проблемою довелося зіштовхнутися всім країнам світу. Адже кіберзлочинність з кожним роком набуває все більших масштабів і завдає великою шкоди. Кіберзлочинність є загрозою не тільки на національному, але й на глобальному рівні. Вона являє собою сукупність різних видів злочинів, що здійснюються за допомогою комп'ютера і в мережі Інтернет.

Об'єктами кіберзлочинності можуть бути персональні данні, банківські рахунки, паролі та інша особиста інформація як фізичних осіб, так і бізнесу та державного сектору.

Попри значний комплекс заходів, до котрих вдаються держава, окремі фізичні та юридичні особи, кіберзлочинці успішно продовжують свою діяльність у кіберпросторі. Зазнати шкоди від кіберзлочину може будь-який користувач Інтернету. Серед найпоширеніших видів кіберзлочину є такі: кардинг, фішинг, вішинг, піратство, онлайн-шахрайство, кард-шарінг, соціальна інженерія, мальваре, рейфалінг.

Кардинґ (англ. carding) рід шахрайства, при якому проводиться операція з використанням банківської картки або її реквізитів, яка не ініційована або не підтверджена її власником.

Фішинг це схема, за якої хакери змушують користувачів передавати конфіденційну інформацію, наприклад паролі та номери соціального страхування. Вона зазвичай передбачає надсилання повідомлення спаму, яке справляє враження, ніби походить із довіреного джерела, наприклад із банку (це наживка).

Онлайн-шахрайство – несправжні інтернет-аукціони, інтернет-магазини, сайти та телекомунікаційні засоби зв'язку.

Соціальна інженерія – технологія управління людьми в Інтернет-просторі.

Мальваре – вірус, шкідливий програмний засіб або програмне забезпечення.

Рейфалінг – незаконна підміна інтернет трафіку.

Щодо України, то найбільшої популярності здобули саме вішинг, кард-шарінг та піратство. Серед шахрайств пов'язаних з банківськими картками найпоширенішими є ті, коли злочинці під приводом служби безпеки банку телефонують до клієнтів. Вони представляються, зазвичай, представниками служби безпеки та розповідають людям, що на картку їх банківську картку намагалися зламати та зняти гроші. Ці «представники» радять замінити пін-коди та заблокувати картку. Ці махінації робляться для того, щоб виманити у людини cvv2-код, який знаходиться на зворотній стороні банківської картки. Коли шахрай буде володіти номером банківської картки, терміном її дії і cvv2-кодом, він може зняти кошти з банкомату того ж банку. Як з цим боротися? В першу чергу потрібно завжди не втрачати свою пильність та пам'ятати, що справжні співробітники банку не мають права вимагати у своїх клієнтів конфіденційну інформацію щодо їх банківських карток. Тому ні в якому не разі не потрібно нікому надавати свої персональні данні, паролі cvv2-коди і коди підтвердження з смс для операцій з картками. А також завжди перевіряти інформацію за офіційним номером банку.

Кадр-шарінг останнім часом став дуже популярним через політичну ситуацію з Росією, наслідком якої стала заборона майже всіх російських каналів на території України, а отже з'явився попит на те, щоб у різний спосіб обійти блокування. Але існують окремі недоліки цього піратства, через те що ці сервери дуже не стабільні та недовговічні, що часто затрудняє швидке користування забороненими каналами, або тими, що не транслюються на території України. Для боротьби з цим видом Інтернет-піратства, потрібно покращувати системи захисту супутникових операторів, залучати для цього справжніх спеціалістів, а також залучатися підтримкою представників іншого оператора для того, щоб спільними зусиллями побороти або зменшити такий вид піратства.

Порушення авторських прав – незаконне використання об'єктів інтелектуальної власності, що належать іншим особам, відомо вчинені особою, яка розуміє протиправний характер цих дій, для отримання прибутку.

Хоча й законодавство України намагається врегулювати цю сферу, навіть введені штрафи за порушення авторських прав. Але все ж таки, в порівняні зі стрімким розвитком врегулювання цієї сфери за кордоном, в Україні вона не достатньо

розвинута, адже перегляд піратських фільмів, копіювання чужих інтелектуальних здобутків залишається дуже актуальною проблемою на сьогодні.

Говорячи про наслідки від кіберзлочинності, потрібно зазначити втрату коштів банківськими установами та їх розкриття конфіденційної інформації, у тому числі банківської таємниці та персональних даних, недовіра клієнтів до банківської системи в цілому, та систем ДБО зокрема, що тягне за собою зменшення обсягу безготівкових операцій, позови клієнтів, а також для забезпечення більш надійної роботи інформаційних, комп'ютерних та телекомунікаційних систем потрібно створювати (або купувати) більш складні, дорожчі та менш зручні у використані засоби захисту.

Виходячи с вищесказаного, можна зробити такі висновки: кіберзлочинність набула такої популярності саме в двадцять першому столітті у зв'язку зі швидкою модернізацією технологій, через це кількість кіберзлочинів, які наносять все більше шкоди та поглинають кошти, зростає. Хоча й вживаються заходи, щодо протидії такому виду злочинності, але їх недостатньо, тому потрібно розробляти нові методи боротьби, що будуть набагато більш ефективними, а також покращити систему захисту. Сьогодні кібербезпека в Україні на дуже низькому рівні, не варто нехтувати таким важливим чинником, як безпека в Інтернет-просторі, оскільки в передових країнах світу цей напрям є пріоритетним у внутрішній і зовнішній політиці країни.

Вуяхевич Д.С., магістрант
Кібальник Л.О., докт. екон. наук, професор
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
м. Черкаси

ВЕЙВЛЕТ-АПРОКСИМАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ВАРТОСТІ АКЦІЙ ПРОДОВОЛЬЧИХ КОМПАНІЙ

При обранні найбільш доцільного методу для аналізу стану функціонування продовольчого ринку з метою розкриття його стабільності, чи нестабільності, пропонуємо зупинитися на методології вейвлет-аналізу, яка передбачає застосування вейвлет-перетворення досліджуваних часових рядів.

Обґрунтованість такого вибору визначається наступним: по-перше, метод вейвлет-аналізу надає можливість розкрити локальні особливості досліджуваних часових рядів за рахунок декомпозиції вхідних даних на два ряди, один з яких визначається набором апроксимуючих коефіцієнтів, а інший – деталізуючих коефіцієнтів [1].

Вейвлет-перетворення забезпечує визначення ієрархічної структури вхідного досліджуваного часового ряду, що розширює можливості проведення аналізу. Відтак вейвлет-перетворення доповнює характеристики вхідних часових рядів, які досліджуються.

По-друге, вейвлет-аналіз знайшов широке застосування при розкритті динаміки часових рядів, які визначають різноманітні економічні дані.

Але, нерідко на практиці так буває, що не можна обмежитись використанням лише одного методу для дослідження того чи іншого часового ряду, оскільки в одному ряді випадків буває достатньо отримати лише опис характерних особливостей ряду, а в іншому – потрібно передбачити майбутні значення часового ряду. Саме тому, нами було удосконалено механізм вейвлет-перетворення часового ряду апроксимацією,

тобто наближеним вираженням одних математичних об'єктів іншими, близькими за значенням. У своєму досліджені ми здійснили прогноз отриманих результатів після вейвлет-перетворення за допомогою нейронної мережі (НМ).

Останнім часом використання штучних нейронних мереж для розв'язання широкого кола задач (прогнозування, класифікації, управління та ін.) стає дедалі популярнішим. Важливим є використання таких методів у фінансовій сфері, що викликане складністю та важливістю задач, що вирішуються.

Нейронні мережі – інтелектуальні системи, побудовані на потужному математичному апараті, який може використовуватись як універсальний відтворювач складних нелінійних функціональних залежностей. У нашому випадку нейронна мережа дозволить виявити тенденції у змінах доходів від цінних паперів на основі даних попередніх періодів та робити прогноз на визначену кількість кроків у майбутньому.

У науковій літературі існує багато праць, що стосуються застосування нейронних мереж в економіці. Порівняння ефективності НМ з іншими методами аналізу часових рядів здійснили Е. Ондер та ін. [2]. Спираючись на емпіричні дані, автори дійшли висновку, що НМ є універсальним методом для моделювання будь-яких неперервних та нелінійних функцій, які не передбачають жодних умов до вхідної інформації.

Головною перевагою нейронних мереж є їх здатність до навчання. Вона реалізується за допомогою спеціально розроблених алгоритмів. Також, до переваг варто віднести ту особливість, що навчання нейронної мережі не вимагає ніякої апріорної інформації про структуру функціональної залежності, яку шукають, а потрібна лише навчальна вибірка у вигляді експериментальних пар «входи – виходи».

Як уже було зазначено вище, нами була реалізована повнозв'язна нейронна мережа, що навчається за алгоритмом зворотного розповсюдження помилки, описана в праці [3] у програмному середовищі Matlab. Та здійснений на її основі прогноз для вартості акцій продовольчих компаній «General Mills» (GIS - американська корпорація – виробник харчових продуктів, товарів народного споживання) та «The Kraft Heinz Company» (KHC – американський продовольчий концерн, третій за величиною серед компаній з виробництва харчових продуктів та напоїв в Північній Америці і п'ятий в цьому сегменті в усьому світі) за період з 01.01.2009 року по 26.10.2018 року. Результати розрахунку відображені на рисунку 1, де чорним позначений досліджуваний ряд, а червоним – прогноз, здійснений нейронною мережею на 50 кроків.

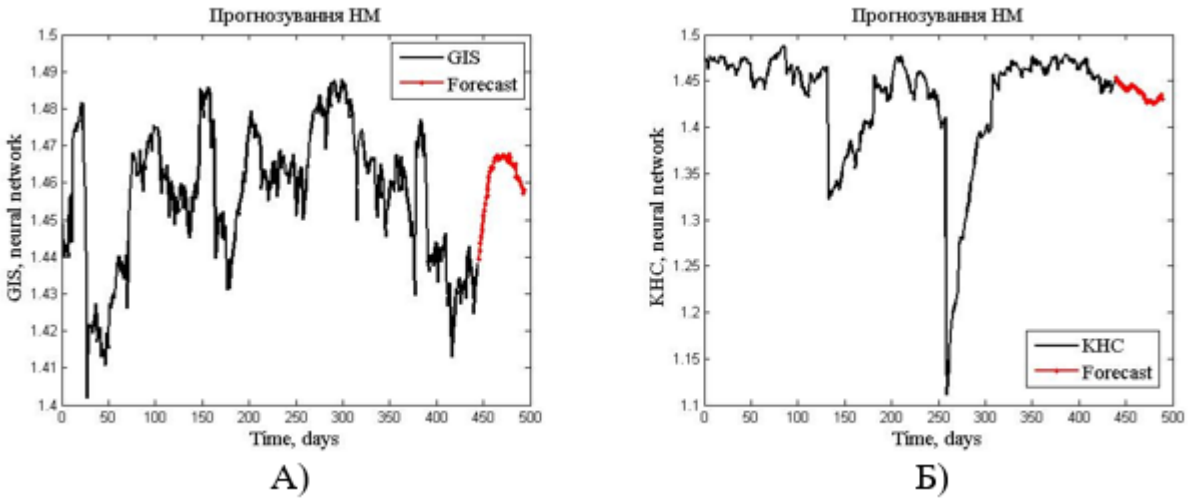


Рис. 1. Прогноз динаміки вартості акцій GIS (А), KHC (Б) здійснений за допомогою нейронної мережі

Джерело: розраховано авторами за [4]

Отримані результати свідчать про те, що для вартості акцій General Mills найближчим часом спостерігається значне зростання, чого не можна сказати про The Kraft Heinz Company, вартість акцій якої деякий час буде знижуватися, але потім все ж дещо збільшиться.

Для того, щоб переконатися в адекватності отриманого прогнозу, здійснимо апроксимацію досліджуваних рядів за допомогою всім добре відомого методу найменших квадратів (МНК). Результати розрахунків відображені на рис. 2.

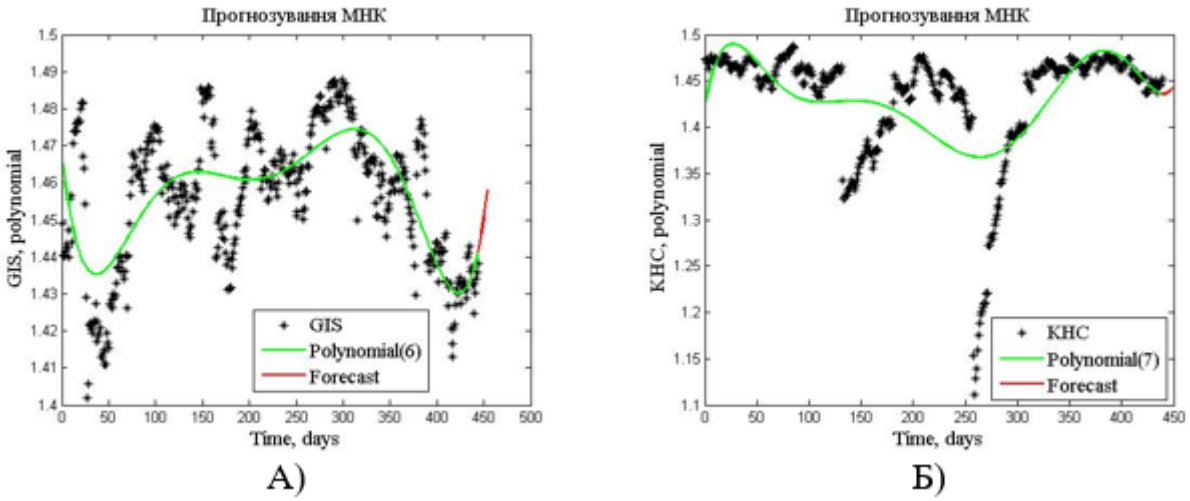


Рис. 2. Прогноз динаміки вартості акцій GIS (А), КНС (Б) здійснений за допомогою МНК

Джерело: розраховано авторами за [4]

Дані рис. 2 засвідчують, що прогноз здійснений за допомогою нейронної мережі та методу найменших квадратів відображають схожу динаміку, а саме обидва прогнози для вартості акцій GIS демонструють значне зростання, а для КНС – деякий час незначний спад, а потім підвищення вартості акцій.

Отже, здійснений вейвлет-апроксимаційний аналіз вартості акцій продовольчих компаній за допомого нейронної мережі дає підстави зробити висновок про ефективність його використання для прогнозування динаміки часових рядів. Отримані данні засвідчують, що цей метод може бути використаний як передвісник кризових явищ. Подальша робота буде спрямована на застосування нового методу прогнозування для інших складних соціально-економічних систем (фінансових, зокрема фондових та валютних ринків тощо).

Список використаних джерел

1. Соловйов, В.М. Використання вейвлет-ентропії для аналізу складних економічних систем / В.М. Соловйов, О.Д. Шарапов // Міжвідомчий наук. Збірник «Моделювання та інформаційні системи в економіці» – Київ: КНЕУ, 2008. Вип.78. – С. 170-182.

2. Зайченко Ю.П. Сравнительный анализ эффективности нечетких нейронных сетей в задачах прогнозирования в экономике и финансовой сфере / Ю.П. Зайченко, Ф. Севаее, Ю.В. Колестин // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2006. – № 1. – С. 56-71.

3. Каллан Р. Основные концепции нейронных сетей / Р. Каллан. – Москва: Вильямс, 2001. – 291 с.

4. Провайдер фінансової інформації «Investing» [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.investing.com- Назва з екрану.

Гладкий В.В., аспірант
Навчально-науковий інститут права ім. князя В. Великого
м. Київ

ПРАЦІВНИКИ-ШАХРАЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Починаючи з 1996 р. Асоціація сертифікованих експертів з шахрайства (Association of Certified Fraud Examiners, ACFE) – найбільша у світі організація по боротьбі з т. зв. «професійним шахрайством» (occupational fraud), у своїх доповідях звертає увагу на те, що все в більшій мірі економічний ризик для компаній приватного і публічного секторів обумовлюють «професійні шахраї». Означене підтверджується результатами проведеного ACFE дослідження 2410 випадків «професійного шахрайства», розслідуваних у період між січнем 2014 р. та жовтнем 2015 р. У той же час, значна частина цієї загрози, як зазначається в Доповіді про професійне шахрайство та зловживання 2016 р. [1, с. 6], обумовлена саме тими особами, котрі «були найняті для здійснення діяльності організації». З огляду на це, не виникає сумнівів, що ефективна діяльність підприємств є неможливою у тому разі, коли працівники цього підприємства будуть зловживати своїми можливостями, вчиняючи шахрайські та, зокрема, корупційні дії, «приватизуючи» таким чином активи підприємства (адже, «якщо диктатор може підкорити лише зовнішню свободу людини, корупція здатна проникнути набагато глибше, підкоряючи внутрішню свободу людини, а тобто – встановлюючи безумовну владу» на цією особою [2, с. 36]; відтак, особа, воля якої підкорена корупції, вже не здатна належним чином виконувати покладені на неї трудові, службові обов'язки).

Між тим, звернемо увагу на те, що концепція шахрайства співвідноситься з будь-якою навмисною діяльністю, здійснюваною однією особою (або групою осіб) з метою обману інших осіб [3, с. 499]. Зважаючи на це, можна погодитися з тим, що шахрайство необхідно охарактеризувати наступним чином: це отримання певного блага, що має цінність, особою шляхом умисного зловживання чи неправильного використання ресурсів або активів, що належать іншим особам [4, с. 76].

У цьому контексті, аналізуючи шахрайство, скоєне працівниками, вчені та експерти виокремлюють такий феномен, як «професійне шахрайство» (occupational fraud) [це поняття доцільніше перевести, наприклад, як «заняттєве шахрайство», проте, ми зупинилися на варіанті перекладу «професійне шахрайство» з тієї причини, що цей переклад є найбільш поширеним в українській науковій літературі, а будь-які інші варіанти перекладу поняття occupational fraud не здатні змінити концептуальну недосконаліть цього поняття]. Під вказаним терміном розуміється використання особою своєї трудової зайнятості «для особистого збагачення шляхом навмисного зловживання або неправильного використання ресурсів або активів організації-роботодавця [1, с. 6]. Однак з цим підходом не можна погодитися в повній мірі щонайменше з двох причин:

1) саме поняття occupational fraud, що широко поширене в англомовній економічній та правничій літературі [див., напр.: 5; 6; 7], виявляється надміру «широким», що дозволяє зв'язати відповідну злочинну діяльність з більш широким колом осіб – з окремою категорією злочинців, віднесених до професійної злочинності (occupational crime, Berufskriminalität). Тобто, в цьому випадку йдеться про тих професійних злочинців, які у своєму злочинному промислі кваліфікуються на шахрайстві, будучи по суті тими, хто здійснює «професійне шахрайство». У той же час, слід звернути увагу на те, що «професійне шахрайство» в спеціальній економічній та правничій літературі

вченими також замінюється «шахрайством за участю працівника» (employee fraud) [8; 9; 10; 11], «шахрайством за участю інсайдера» (insider fraud) [12], «внутрішнім шахрайством» (internal fraud) [13]. Незважаючи на це, поняття «професійне шахрайство» знаходить своє відображення в дослідженнях українських вчених [див., напр.: 14, с. 195; 15, с. 148-151];

2) вважаємо, що мова в окресленому контексті повинна йти не лише про власність компанії, але і про власність будь-яких інших суб'єктів, за збереження якої (в повній мірі або частково) відповідає роботодавець відповідного працівника-шахрая (зокрема, це: речі працівників, що знаходяться в їх робочий час на території роботодавця; предмети, залишені клієнтами компанії на збереження тощо).

З огляду на викладене, доцільним є використання замість поняття «професійне шахрайство» терміну «шахрайство працівників». У той же час, з огляду на трудоправовой статус т. зв. «професійного шахрая», особливості розуміння його як суб'єкта відповідного злочину, а також специфіку особистості цього злочинця, вважаємо допустимим замінити поширену назва означених суб'єктів більш точним, а саме – «працівник-шахрай» («службовець-шахрай»).

Список використаних джерел

1. Report to the Nations on Occupational Fraud and Abuse, 2016 / Association of Certified Fraud Examiners. Austin, TX: ACFE, 2017. 91 p.
2. Гладкий, В.В. Концептуалізація інформатизації про стан корупції у державних органах України. Правові засади організації та здійснення публічної влади: збірник тез Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Хмельницький, 23-30 квітня 2018 р.). Хмельницький: Вид-во Хмельн. ун-ту управл. та права, 2018. С. 35–38 DOI:10.5281/zenodo.1205237.
3. N'Guilla Sow A., Basiruddin R., Mohammad J., Rasid S.Z.A. Fraud prevention in Malaysian small and medium enterprises (SMEs). Journal of Financial Crime. 2018. Vol. 25(2). P. 499-517. DOI: 10.1108/JFC-05-2017-0049.
4. Behling S., Floyd K., Smith T., Koohang A., Behling R. Managers' perspectives on employee information technology fraud issues within companies/organizations. Issues in Information System. 2009. Vol. X, No.2. P. 76-81.
5. Holtfreter K. Is occupational fraud «typical» white-collar crime? A comparison of individual and organizational characteristics. Journal of Criminal Justice. 2005. Vol. 33 (4). P. 353-365. DOI:10.1016/j.jcrimjus.2005.04.005.
6. Peltier-Rivest D., Lanoue N. Thieves from within: occupational fraud in Canada. Journal of Financial Crime. 2011. Vol. 19(1). P. 54-64 DOI:10.1108/13590791211190722.
7. Shepherd D., Button M. Organizational Inhibitions to Addressing Occupational Fraud: A Theory of Differential Rationalization. Deviant Behavior. 2018. P. 1-21. DOI:10.1080/01639625.2018.1453009.
8. Albrecht W.S. Employee fraud: internal auditors must train themselves to recognize fraud symptoms and pursue the truth. Internal Auditor. 1996. Vol. 53(5). P. 26-36.
9. Bonny P., Goode S., Lacey D. Revisiting employee fraud: gender, investigation outcomes and offender motivation. Journal of Financial Crime. 2015. Vol. 22(4). P. 447-467. DOI:10.1108/JFC-04-2014-0018.
10. Omar M., Nawawi A., Salin A.S.A.P. The causes, impact and prevention of employee fraud : A case study of an automotive company. Journal of Financial Crime. 2016. Vol. 23(4). P. 1012–1027. DOI:10.1108/JFC-04-2015-0020.
11. Nawawi A., Salin A.S.A.P. Employee fraud and misconduct: empirical evidence from a telecommunication company. Information & Computer Security. 2018. DOI:10.1108/ICS-07-2017-0046.
12. Pontell H.N. White-collar crime or just risky business? The role of fraud in major financial debacles. Crime, Law and Social Change. 2005. Vol. 42(4-5). P. 309–324. DOI:10.1007/s10611-005-1934-1.
13. Gunduz M., Önder O. Corruption and internal fraud in the Turkish construction industryю Science and Engineering Ethics. 2013. Vol. 19(2). P. 505–528 DOI:10.1007/s11948-012-9356-9.
14. Зубок М.І., Яременко С.М. Протидія шахрайству в системі економічної безпеки банку. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Економічна. 2011. Вип. 2. С. 191-202.
15. Мігус І.П., Міненко М.В. Особливості виявлення та протидії шахрайству: зарубіжний досвід. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Економічна. 2015. Вип. 1. С. 145-152.

Євтушенко Т.О., студентка
Хмурова В.В., канд. екон. наук, доцент
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ

ЦІННОСТІ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Актуальним питанням сьогоденного підприємництва є особливості корпоративної культури та їх вплив на діяльність як малих, так і великих компаній. Однак значення та важливість корпоративної культури часто недооцінюється організаціями, деякі з них не приділяють достатньої уваги її розвитку та модернізації. Дослідження має на меті визначити основні цінності та принципи корпоративної культури та їх значення для сучасного підприємництва.

Для подальшого розгляду цього питання, перш за все потрібно розібратися з самим поняттям корпоративної культури. Перша згадка такого терміну, як «корпоративна культура» датується XIX сторіччям і належить німецькому фельдмаршалу Мольтке, який використав його для визначення відносин в офіцерському середовищі [1]. І тільки у другій половині XX сторіччя поняття «корпоративної культури» знайшло більш-менш чітке визначення, яке стосувалося вже середовища організацій. На даний час існує багато визначень цього поняття. Розглянемо основні з них.

Зокрема, Є. Жак визначає корпоративну культуру як образ мислення, що став звичним та традиційним, а також спосіб діяльності, який поділяють всі працівники організації і який має бути засвоєний та прийнятий працівниками, що тільки приступають до роботи в цьому підприємстві.

За Г. Морганом, корпоративна культура предстає одним із засобів здійснення організаційної діяльності, що передбачає використання мови, традицій та інших способів передачі основних цінностей, ідеологій, переконань, які спрямовують діяльність організацій.

В.А. Погребняк наводить таке визначення корпоративної культури: «корпоративна культура – це особлива сфера організаційної реальності, яка складається з комплексів спеціалізованих і певним чином впорядкованих матеріальних і віртуальних ресурсів і результатів праці працівників, що включають систему міжособових стосунків, об'єднує сукупності взаємозв'язаних організаційних явищ і процесів, в надрах яких завдяки цілеспрямованим діям персоналу відбувається перетворення вищеназваних ресурсів і часткових результатів в кінцеві продукти діяльності системи в цілому».

Р. Кричевський наводить наступне визначення корпоративної культури: «система, що охоплює велику частину явищ духовного і матеріального життя колективу: домінуючі в ньому моральні норми і цінності, прийнятий кодекс поведінки й укорінені ритуали, манеру персоналу одягатися і встановлені стандарти якості продукту, що випускається і т.д».

Є.А. Смірнов визначає корпоративну культуру як «систему суспільно-прогресивних формальних і неформальних правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і групових інтересів, особливостей поведінки персоналу даної організаційної структури, стилю керівництва, показників задоволеності працівників умовами праці, рівня взаємної співпраці і сумісності організації працівників між собою і з організацією, перспектив розвитку».

За Т.Ю. Базаровим, «корпоративна культура - це складний комплекс припущень, що бездоказово приймаються всіма членами конкретної організації і задають загальні рамки поведінки, що приймаються переважною більшістю організації».

К. Шольц вважає під корпоративною культурою «неявну, невидиму і неформальну свідомість організації, яка управляє поведінкою людей і, у свою чергу, сама формується під впливом їх поведінки» [1].

Чітка корпоративна культура є важливим показником зокрема для клієнтів, що хочуть скористатися послугами організації, або потенційних партнерів, які мають намір встановити певні відносини з даною компанією. Корпоративна культура впливає на поведінку працівників, виражає основні принципи та правила функціонування організації. Вона включає в себе систему цінностей, що дотримуються усі співробітники, єдність поглядів та цілей, дає змогу краще абстрагуватись від впливу негативних зовнішніх факторів та підтримує здорову атмосферу в колективі, що є дуже важливим для досягнення головної мети організації.

Корпоративна культура включає у собі певні елементи, які доцільніше виражають її основні сторони та цілі. До елементів корпоративної культури належать цінності, бачення, девізи, лозунги, традиції, дрес-код та культура ділового спілкування [2].

Цінностями організації є ідеї, норми поведінки, спілкування та особливості ієрархії, що втілюють узагальнені ідеали та дотримання яких є обов'язковою умовою функціонування підприємства. Цінності є основою культури організації, адже на їх основі розробляються норми поведінки та форми відносин між співробітниками, керівництвом та підлеглими. Усі працівники повинні дотримуватися цінностей, визначених організацією, а керівництво, в свою чергу, повинно бути впевненим, що кожний підлеглий розуміє істотне значення цінностей для організації. При визначенні своїх цінностей, компанія має враховувати суспільні ідеали, традиції країни, у якій вона здійснює свою діяльність, та бізнес-традиції тієї сфери, у якій вона проводить свою діяльність.

Кожна корпоративна культура починається з бачення чи місії організацій. Саме вони керують цінностями компанії та забезпечують досягнення їх цілей. У сукупності вони є орієнтуючим фактором для прийняття працівниками та керівництвом повсякденних або стратегічних рішень. Чітко встановленні місії та цілі можуть навіть допомогти в орієнтуванні на компанію клієнтів, постачальників або можливих партнерів.

Жодна компанія не в змозі побудувати цілісну культуру без людей, які поділяють її основні цінності або які готові до цього. Не дивно, що більшість організацій проводять жорстку політику відбору кадрів. Адже важливо створити таку команду фахівців, які усвідомлюють цінності організації та основні мотиви її корпоративної культури.

Як приклад, розглянемо принципи компанії Google, які були сформульовані ще на початку їх діяльності. Першим принципом є піднесення інтересів користувачів над усім іншим. Компанія розділяє інтереси користувачів своїх сервісів як основну цінність своєї діяльності. Google ніколи не перестає оновлювати та створювати нові сервіси, прагнучи зробити їх більш простими та зручними у користуванні. Також вони орієнтовані на те, щоб їх пошук інформації (як їх основне призначення) був швидким та якісним для користувачів та задовольняв їх основні потреби. Як визначає сама компанія Google: основною метою їх діяльності є упорядкування та доступність всієї світової інформації кожному користувачеві. І, здається, компанія дотримується поставленої мети.

Щодо корпоративної культури співробітників компанії Google, то її можна охарактеризувати наступним гаслом: «Вважайте, що ваша робота - це заклик до виконання важливої місії». Взагалі, корпоративну культуру Google вважають запорукою їх успіху, а співробітникам за щастя працювати в цьому IT-гіганті. Працівники мають можливість діяти в основному на свій розсуд, а деякі повноваження менеджерів (зокрема щодо рішення про прийняття на роботу/звільнення/преміювання працівників) делегуються на користь спільної оцінки результатів роботи спеціально обраною або незалежною групою працівників. Адже для компанії Google найбільша цінність – це в першу чергу люди, що працюють в цій компанії, адже саме вони формують, змінюють та підтримують внутрішню культуру організації [3].

Отже, корпоративна культура має вирішальне значення для розвитку будь-якої організації. Вона визначає організаційну цілісність колективу, усвідомлення ролі кожного працівника у спільній діяльності, затверджує основні положення організації робочого процесу в компанії та стимулює високий рівень відповідальності та відчуття значущості у працівників.

Кожна компанія, що прагне до досягнення успіху, має усвідомити, що корпоративна культура впливає як на працівників, так і на імідж компанії серед потенційних клієнтів та партнерів. Тому можна з впевненістю сказати, що чітка та продумана корпоративна культура та зрозумілі цінності, на яких вона базується, є одними з найважливіших факторів успіху організації.

Список використаних джерел

1. Ігнатьєва, І.А. Корпоративне управління [Текст] : підручник / Ігнатьєва І.А., Гарафонова О.І. ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 600 с.
2. Корпоративна культура організації [Текст] : навч. посіб. / Юрченко В.В. [та ін.] ; за ред. В.В. Юрченко, Мельник Ю.В, Богданова Н.В. – К.: Центр учбової літератури, 2014 – 144 с.
3. Компанія Google. URL: https://www.google.com/intl/ru/about.html

Іващенко С.В., аспірант
відділу соціальних проблем ринку праці
Інститут демографії та соціальних
досліджень ім. М.В. Птухи НАН України
м. Київ

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК РОБОЧОЇ СИЛИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ

В умовах посилення глобалізаційних тенденцій розвитку важливою передумовою ефективного функціонування національної економіки є підвищення рівня конкурентоспроможності робочої сили країни. При цьому саме забезпечення професійного розвитку робочої сили на макро-, мезо- мікро- та індивідуальному рівнях стимулює підвищення її конкурентоспроможності. Водночас реалізація можливостей професійного розвитку робочої сили залежить від якості системи формальної та неформальної освіти, мотивації працівників і роботодавців до систематичного поліпшення якісних параметрів праці.

Формування базових передумов професійного розвитку робочої сили передбачає можливість отримання працівниками знань, навичок та кваліфікацій, необхідних для

виконання функціональних обов'язків на робочому місці. Разом з тим, роботодавці відзначають, що у переважній більшості отримані у системі формальної освіти знання та навички недостатньо відповідають потребам бізнесу. Тобто, наявність відповідного освітнього рівня та професійного досвіду в сучасних умовах не гарантує збереження конкурентоспроможності працівника у довготривалому періоді, що змушує його до постійного підвищення якості власного трудового потенціалу [2].

Мотивація працівників до професійного розвитку, з одного боку, залежить від взаємозв'язку між рівнями кваліфікації та оплати праці. З іншого боку, працівники намагаються поліпшити власні якісні характеристики (освітньо-професійні та особистісно-мотиваційні) для забезпечення можливостей отримання та реалізації конкурентних переваг на ринку праці [3, с. 279].

Мотивація роботодавців до професійного розвитку працівників залежить не тільки від особистих мотивів та інтересів, але й існуючої структури економіки, розвиненості інституційного середовища. За умов збереження значної частки технологічно застарілих робочих місць роботодавці намагаються економити на операційних витратах саме за рахунок утримання невисокої частки витрат на робочу силу. Зокрема, за даними Державної служби статистики частка витрат на оплату праціу загальних витратах на виробництво продукції (товарів, послуг) в середньому по Україні залишаються практично незмінними (коливалися у діапазоні від 13,2 % у 2012 році до 13,4 % у 2017 році) та, відповідно, не забезпечують можливостей для професійного саморозвитку працівників [1].

Разом з тим, технологічний прогрес, впровадження інноваційних технологій, необхідних для виграшу у конкурентній боротьбі, потребує від роботодавців підготовки та найму якісної, конкурентоспроможної робочої сили, здатної обслуговувати новітнє устаткування [3, с. 280]. Це обумовлює різноспрямований вплив на процес забезпечення професійного розвитку працівників на підприємствах.

Загалом, професійний розвиток працівників передбачає оновлення та удосконалення вже існуючих знань, умінь та навичок працівників з метою реалізації професійного потенціалу, забезпечення умов для підвищення конкурентоспроможності робочої сили.

У сучасних умовах ринкової економіки усе більшого значення набувають практичні навики та компетенції, отримані працівником, ніж рівень сформованих у нього теоретичних знань. Саме тому забезпечення професійного розвитку робочої сили передбачає посилення значимості практичного компоненту навчальних програм, створення умов для безперервного навчання, оновлення знань та навиків протягом трудового життя. Не менш важливим для сприяння професійному розвитку робочої сили є залучення роботодавців до процесу розробки та затвердження освітніх та професійних стандартів, підготовки навчальних програм, оновлення навчально-матеріальної бази, стимулювання організації стажування учнів та студентів на виробництві, підвищення кваліфікації педагогічних кадрів навчальних закладів [4].

Таким чином, професійний розвиток робочої сили є одним з найважливіших чинників підвищення конкурентоспроможності як працівників, так і підприємств та країни у цілому. Пріоритетного значення для забезпечення ефективної діяльності підприємств, підвищення продуктивності та результативності праці набуває залучення інвестицій у професійний розвиток працівників на рівні підприємства, регіону, державному рівні, а також посилення мотивації як роботодавців, так і працівників до покращення якості параметрів робочої сили.

Список використаних джерел

1. Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності (2012-2017) [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/pdp/pdp_u/vvp_ek_2012_2017_u.xlsx
2. Донцова, А.Ю. Професійний розвиток як умова зростання конкурентоспроможності персоналу / А.Ю. Донцова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Економічна. – 2014. – № 5. – С. 71-78.
3. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред.В.М. Гейця та ін. ; НАН України. –К., 2015. – 336 с.
4. Орлова, А.А. Підвищення ефективності професійного навчання робітничих кадрів у контексті завдань модернізації економіки України / А.А. Орлова. // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1. – С. 354-361.

Калинюк В., магістрант
Національний Авіаційний Університет
м. Київ

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ОСНОВНІ ФОРМИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНИЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТЕЙ В УКРАЇНІ

Роль інновацій у будь-якій сфері діяльності зростає з кожним днем. Інвестиційна діяльність не є виключенням, адже економічний ріст країни прямо пов'язаний із рівнем впроваджень досягнень науково-технічного прогресу у виробництві. Цей рівень також не опосередковано впливає і на конгломерацію, інтеграцію, автоматизацію та на багато інших процесів у сучасному світі. Наразі поняття «інновація» – це не лише наукова категорія, яка потребує детальнішого вивчення, а й категорія підприємницької діяльності.

Так, згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. [1]

Проте, на думку В.И. Плаксина, інновація – це система, що виникла в процесі створення, використання та реалізації результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення технічних, організаційних, економічних, соціальних і правових відносин в галузі науки, виробництва, культури, освіти та інших сферах діяльності суспільства. [2, с. 14]

Також існує думка, що інновації, як вид діяльності – це діяльність, що охоплює всі заходи (наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні, включаючи інвестиції в нові знання), які фактично або за задумом ведуть до появи технологічно нових або вдосконалених продуктів або процесів. [3]

Інвестиціями, в свою чергу є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект. [4]

Також, існує думка, що інвестиції – це Один із ключових факторів економічного зростання, довгострокові та короткострокові вкладення капіталу, які складаються з капітальних затрат (капітальних вкладень), затрат, пов'язаних з приростом оборотного капіталу (при розширенні виробництва) або оборотним капіталом в повному обсязі, який є необхідним для запуску виробництва (при створенні нового виробництва), а також витрат, яка необхідні для підготовки інвестиційного проекту. [5, с. 217]

Як бачимо, обидва поняття є принципово різними в своєму значенні, проте це дві нерозривно пов'язані сфери економічної діяльності, що найбільшою мірою були і залишаються уражені кризою.

Інвестиції в об’єкти підприємницької діяльності здійснюються у різних формах. Однією з таких форм є інноваційні інвестиції. Інноваційні інвестиції – це вкладення коштів у нематеріальні активи, пов’язані з впровадженням досягнень науково-технічного прогресу (НТП). Інноваційні інвестиції (вкладення в інновації) забезпечують кількісні та якісні поліпшення виробничої діяльності підприємств завдяки впровадженню досягнень НТП і здійснюються з метою отримання прибутку, скорочення витрат на виробництво, успішної протидії конкурентам на товарних ринках, або досягнення соціального ефекту, наприклад, поліпшення екології, охорони здоров’я та умов життя населення, освіти. Інноваційні інвестиції складаються переважно з інтелектуальних інвестицій – вкладень в об’єкти інтелектуальної власності, що випливають з авторського, винахідницького та патентного права, права на промислові зразки і корисні моделі (так звані «права користування») [6].

Незважаючи, на щорічний стрімкий ріст показників частки інновацій у господарському процесі, варто вказати на те, що негативно на розвиток інноваційних інвестицій в Україні впливає наукоємність процесу інвестування в інновації, що зазвичай, складається з шести стадій (передідентифікація та ідентифікація проекту, розробка проекту, експертиза, прийняття проекту, здійснення проекту) і потребує інколи додаткових витрат. Він також стосується різних аспектів життя населення (соціального, економічного, організаційного, фінансового). Але як було зазначено вище, результат часто перевищує очікування. Крім того, основну частину інвестицій в інновації складають інтелектуальні інвестиції, стосовно яких в Україні не існує чітко визначеного законодавства. Іншими проблемами перед українськими підприємствами постають ресурсна забезпеченість інвестування, і, як похідна із попередньої, проблема неспроможності вистояти в конкурентній боротьбі із іноземним капіталом. Інвестування потребує завжди грошових коштів, тому проблема фінансової забезпеченості для вітчизняних підприємств є найголовнішою. Основним джерелом покриття збитків залишається бюджет. У розвинутих країнах світу намагаються уникати бюджетного фінансування інноваційних інвестицій, адже невдача тоді не так сильно відобразиться на внутрішній фінансовій стабільності підприємства. Саме тому всі інноваційні інвестиції є коротко строковими проектами задля отримання прибутку за найменших термінів. Інвестиції спрямовуються не у найперспективнішу галузь, а в ту, де найменші ризики. [7, с. 239]

Для прикладу еталону можна брати США, де 14,6% обсягу питомої ваги інноваційних інвестицій становлять фінансові ресурси фізичних осіб. Ризикове інвестування посідає передове місце у частці капіталовкладень. Так, нараховується близько 800 фондів ризикового капіталу. Як результат від 1% вкладених коштів фонд отримує, як правило, 30% прибутку. Сприяє цьому механізм регулювання інноваційних інвестицій, який покликаний мінімізувати збитки шляхом кооперації, залучення коштів великих інвестиційних компаній, котрі виступають гарантом фінансового успіху. Цьому також сприяє виважена ліберальна політика уряду, який шляхом субсидіювання та дотацій, а також через розробку конкретної інвестиційної політики, завжди підтримає фонд інвестування, що призведе до зменшення того ж таки ризику [8].

Виходячи з наведеного можна зробити висновок, щоб побудувати ефективну інноваційну модель в Україні слід насамперед, залучати більше іноземних інвестицій,

особливо в економіку регіонів, чітко встановити інноваційні пріоритети, інвестиційну привабливість кожної галузі, відтворити науково-технічні зв'язки різних підприємств та організацій, створити контрольовану державну політику в сфері інноваційних інвестицій, розробити національну інноваційну стратегію, створити фінансові інструменти підтримки інноваційної діяльності підприємств, оновити нормативно-правову базу в країні.

Список використаних джерел

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.02.2002 № 40-IV / Відомості Верховної Ради України. – 2002. – N 36, С. 266.
2. Плаксин, В.И. Основы системы инновационной деятельности предприятия: монография / В.И. Плаксин, О.В. Горбачева. – Симферополь: ДиАйПи, 2009. – 333 с.
3. ProposedGuidelinesforCollectingandInterpretingTechnologicalInnovationData: OsloManual. Paris: OECD, Eurostat. [Електронний ресурс] – 1997. – 92 с. – С. 31 Режим доступу: http://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf
4. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII / Відомості Верховної Ради України. – 1991. – N 47, С. 646.
5. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономический науки. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2003. – 520с.
6. Черваньов, Д.М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2003. – 235 с.
7. Ксьондз, С.М. Проблеми інноваційного інвестування в Україні та шляхи його покращення / С.М. Ксьондз, О. В. Матющенко, В.О. Ревякін. – Наукові записки. Серія «Економіка». – 2009. – Випуск 12. – с. 236-240.
8. Митсос А. Европейская стратегия движения к экономике и обществу, основанных на знании // Наука и наукознавство. – 2005 – № 4. – С. 5–10.

Ковальчук Г.Р., студентка
Літинська В.А., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ

Економічний розвиток країни, соціальна стабільність у значній мірі залежить від рівня зайнятості населення. Тому у зв'язку з цим формування сучасного механізму забезпечення зайнятості населення є вкрай актуальною. На сучасному етапі розвитку України відсутні механізми формування ефективної державної політики зайнятості, яка забезпечує узгодженість інтересів усіх верств населення та збалансованість суспільного розвитку.

Сучасний етап розвитку економіки України передбачає в якості одного з шляхів економічного зростання перебудову управління різними структурами, підприємствами, організаціями й зайнятістю населення.

Зайнятість населення країни та її регіонів є важливим параметром розвитку економіки, суспільства та рівня життя населення країни. Відображаючи стан розвитку ринку праці, зайнятість є чинником який виражає міру інтеграції населення в економічне життя держави, рівень і ступінь задоволення суспільних та особистих потреб.

Дослідженню теоретичних засад та розробці практичних заходів формування сучасних підходів забезпечення зайнятості населення присвятили свої праці українські вчені В. Геєць, О. Амоша, Ю. Бажал, Д. Богиня, О. Грішнова, Т. Заяць, Е. Лібанова, У. Садова, Л. Семів, О. Волкова та ін.

Метою даного дослідження є науково-теоретичне обґрунтування механізмів та інструментів регулювання зайнятості населення як складової державного регулювання суспільного розвитку України.

Державне регулювання ринку праці – система правових та організаційно-економічних заходів держави щодо забезпечення ефективної зайнятості, нормальних умов праці та раціонального використання робочої сили [1]. Для здійснення цих заходів держава використовує механізм.

Сучасний механізм регулювання досить складний, органічно поєднує ринковий механізм саморегулювання економічних процесів і систему заходів державного сприяння зайнятості.

Механізм регулювання зайнятості населення включає сукупність правових, адміністративних та економічних важелів, що реалізуються на рівні держави, регіону та господарюючого суб'єкта для досягнення цілей, визначених державними програмами зайнятості.

Державне регулювання зайнятості є різноплановим за своїми наслідками процесом. Його об'єктом є людина, яка завжди і безпосередньо перебуває в ролі суб'єкта всього спектра суспільних відносин.

Тому цільові орієнтири механізму регулювання зайнятості повинні виходити з багатьох засад, основними з яких є:

– економічна доцільність досягнення певного рівня зайнятості та вибору відповідних регулюючих заходів;

– достатня і стабільна ефективність розподілу ресурсів праці;

– утвердження гуманістичних і демократичних рис суспільства.

Механізм державного регулювання зайнятості має такі складові:

– система вивчення і прогнозування стану загальнонаціонального та локального ринків праці;

– розробка загальної стратегії та конкретних науково обґрунтованих програм регулювання зайнятості;

– система професійної підготовки та перепідготовки;

– розгалужена система органів працевлаштування;

– централізовані й місцеві банки даних попиту на робочу силу та її пропозицію.

Нині в науковій літературі більшість авторів стверджують, що механізм державного регулювання необхідно розглядати як сукупність організаційно-економічних методів та інструментів, за допомогою яких виконуються взаємопов’язані функції для забезпечення безперервної, ефективної дії відповідної системи (держави) на підвищення функціонування економіки [2].

На сьогодні проблемним є питання класифікації механізмів державного регулювання, виходячи з методів, засобів, важелів та інструментів, причому проблема полягає у їх достатньому науково-практичному обґрунтуванні. Так, Н.І. Єсінова вважає, що механізмами регулювання ринку робочої сили є сукупність заходів і спеціальних інститутів, за допомогою яких держава здійснює свій вплив [3]. Таким чином, дивлячись на вище вказане, можна науково обґрунтовано визначити основні механізми регулювання ринку праці (рис. 1).

Рис. 1. Формування механізму регулювання ринку праці

Дослідження ринку праці, механізму його регулювання, включаючи його особливості, визначається роллю праці в будь-якій соціально-економічній системі як цілісного інституту, і так само тим, що в центрі цього процесу знаходиться людина з її особливостями, а праця стає об'єктом купівлі-продажу. В зв'язку з цим встає питання про ціну праці, зайнятість населення і т. п. В даний час ціна праці така, що вона не завжди забезпечує нормальне відтворення робочої сили. Одночасно ціна праці робить вплив на споживацький попит, тобто низька ціна праці виступає стримуючим чинником економічного зростання. Загострення проблем безробіття виражене в її диференціації, і в плані матеріальної допомоги, підготовки кадрів, їх подальшого трудовлаштування.

Висновки. Проведене дослідження дає можливість зробити висновок, що Державній службі зайнятості відводиться першорядна роль у вирішенні проблем безробіття, трудовлаштування і зайнятості населення. За роки роботи були вироблені наступні шляхи рішення проблем, що виникають на ринку праці: професійне навчання; працевлаштування. Разом з цими, що стали вже на сьогоднішній день традиційними шляхами, існує абсолютно новий – інформаційна підтримка безробітних. До системи державного регулювання ринку праці необхідно застосовувати комплексний методологічний підхід, який включає визначення попиту державного регулювання ринку праці; розкриття його основних характеристик; визначення суб'єктів, об'єктів, принципів, завдань, видів, методів державного регулювання ринку праці. Ефективність державних механізмів регулювання ринку праці значною мірою буде визначатися тим, наскільки на державному рівні будуть враховані типові загальноєвропейські орієнтири соціальноекономічної політики наддержавних організаційних утворень при ослабленні впливу на ці процеси національної держави.

Список використаних джерел

1. 1 Дружиніна, В.В. Механізм державного регулювання ринку праці : теоретичний аспект / В.В. Дружиніна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – Т. 4. – С. 67-71.

2. Качний, О.С. Механізми регулювання ринку праці в Україні / О.С. Качний, Д.Е. Шапоренко // Теорія та практика державного управління. – 2012. – №2(33). – С. 1-6.

3. Єсінова, Н.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини : [навч. посіб.] / Єсінова Н.І. – К. : Кондор, 2004. – 432 с.

Ковальчук Г.Р., студентка
Чернушкіна О.О., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ФОРМА ПОДІЛУ ПРАЦІ

Ефективне функціонування складної системи відносин керівника і підлеглих йому працівників виключає одноосібне виконання керівником управлінських функцій. Одному керівникові важко вирішувати всі управлінські завдання і навіть найдосвідченіший, енергійний, талановитий керівник не в змозі один впоратися з вирішенням численних управлінських завдань, що стоять перед керованим ним колективом. Виходом із цього становища може стати делегування повноважень, у цьому і полягає актуалізація даного дослідження.

Серед останніх досліджень і публікацій вітчизняних науковців, які розглядають аспекти делегування повноважень, варто виділити напрацювання А. Рачинського, Г. Одінцової, О.Є. Кузьміна [1], Г.Ф. Азаренкова [3], Ю.О. Барабаша [4] та ін. Серед зарубіжних авторів з означеної проблематики цікавими є розробки С. Моріса і Г. Вілкокса [5], О.Ю. Амосова [2] та ін.

Мета даної роботи полягає в дослідженні особливостей делегування повноважень на підприємстві як форми поділу праці.

У теорії і практиці управління існують два підходи до реалізації управлінських рішень: як краще досягти кінцевих результатів і як краще готувати ці рішення.

Обидва вони важко узгоджуються, але якщо домінує другий, то кінцевих результатів досягти легше, а якщо перший, то це свідчить про те, що прийняттю управлінських рішень приділяється мало уваги.

Методом, який може поєднати обидва підходи, є делегування повноважень працівникам.

Делегування – це передавання підлеглому на виконання завдань або діяльності із сфери дій керівника [1, с. 71].

Делегування необхідне, оскільки менеджеру не вистачає часу для ефективного виконання покладених на нього завдань. Тому невипадково вміння делегувати розглядають як одну з найважливіших якостей менеджера.

Метод делегування повноважень формує організаційний діапазон виконання управлінських рішень (табл. 1) повноваження виконавцям, він ефективно керує. Чим більше і частіше менеджер застосовує цей метод, тим більш оптимальною виявляється і організація виконання загалом.

Існує думка, що менеджер разом із рішенням, делегує працівникам і свою відповідальність. Але це не так. Він наділяє їх відповідальністю, формуючи її у них, але ні в якому разі не передає їм свою. Якщо ж він так вчиняє, то перестає бути повноцінним менеджером, бо у разі невдач всю провину перекладає на працівників [2, с. 83].

Таблиця 1

Переваги та недоліки методу делегування повноважень з точки зору менеджера

Недоліки	Переваги
Працівники не будуть працювати з повною віддачею	Отримавши самостійність, працівники будуть працювати з повною віддачею.
Працівники ще не готові до такої роботи («Їх ще вчити і вчити»).	Відразу буде видно, хто хоче і може підвищувати свою майстерність, а хто ні.
Працівники не захочуть брати на себе зайву відповідальність (вони працюють «від» і «до»).	Розшириться коло обов'язків працівників у вияві їх ініціативи.
Потрібен час, щоб привчити працівників до роботи таким методом («Важко розмовляти, переконувати»).	Психологічні бар'єри долаються в самому процесі делегування.

Таким чином, за керівником у будь-якому випадку залишається управлінська відповідальність, яка не може бути делегована (принцип фіксованої відповідальності). У свою чергу, особи, яким делегували повноваження, відповідальні перед своїм безпосереднім керівником.

А менеджер-професіонал при невдачах працівників всю відповідальність бере на себе і захищає їх перед вище назначеним керівництвом, якщо до них є претензії. До того ж, прийняття на себе відповідальності за працівників морально виправдовує прийняття управлінських рішень за них. Якщо, наприклад, працівник не належним чином виконав доручену справу, що спричинило фінансові втрати для підприємства, то він відповідає тільки перед своїм безпосереднім начальником, який цю діяльність делегував. Менеджер у цій ситуації несе повну відповідальність перед вищим керівництвом, власником (акціонерами) [3, с. 75].

Свої обов'язки і права менеджер може делегувати не тільки безпосередньо підлеглим йому особам. Так, для виконання або вирішення будь-якого завдання може бути організована тимчасова група, менеджер якої відповідно до своєї посади менеджерові підприємства безпосередньо не підпорядкований. Разом з тим на період виконання завдання він може надати йому певні повноваження, у тому числі і такі, що передбачають дії від його імені.

Делегуванню підлягають не усі обов'язки і права, а лише та їх частина, яка не є прерогативою (винятковим правом) менеджера (наприклад, видання наказів, підпис деяких звітних документів та ін.). Діючими законодавчими і нормативними актами визначено перелік обов'язків і прав, які не можна делегувати.

Обов'язки працівника на підприємствах при керівництві з делегуванням відповідальності можуть бути сформульовані у таких вимогах:

1. Працівник зобов'язаний в межах діапазону, що делегується, діяти і вирішувати самостійно з власної ініціативи. Самостійно діяти і вирішувати – прямий обов'язок працівника. Він повинен свідомо брати на себе ризик.

2. Про усі випадки, для регулювання яких повноважень працівника недостатньо, докладається начальнику для прийняття рішення, причому працівник зобов'язаний надати начальнику необхідну інформацію [4, с. 121-122].

3. Працівник зобов'язаний інтенсифікувати діяльність на своїй дільниці, тобто завжди думати про те, як можна завтра поліпшити те, що є сьогодні.

4. Працівник зобов'язаний без запрошення інформувати свого менеджера про діапазон, що делегується йому, щоб менеджер мав про нього загальне уявлення і міг орієнтуватися у стані і розвитку цієї дільниці.

5. Працівник зобов'язаний без особливих вказівок свого менеджера інформувати інших працівників підприємства безпосередньо про усі факти, що стосуються діапазону, який делегується. Це означає, що певна посадова особа одного підрозділу безпосередньо (а не через своїх менеджерів) зв'язується з посадовою особою іншого підрозділу для оптимального здійснення своїх функцій. [5].

Разом з тим, працівник може підвищувати кваліфікацію у власних інтересах поза робочим часом. Працівник повинен прагнути максимально використати свої можливості у всіх аспектах діяльності і не знижувати своєї продуктивності.

Менеджер зобов'язаний постійно оцінювати своїх підлеглих з точки зору їх відповідності вимогам, які до них ставляться. Якщо ж є які-небудь недоліки, то вони повинні бути усунені за допомогою навчання або підвищення рівня освіти.

Отже, техніка делегування повноважень має бути важливою складовою управлінської діяльності керівника на підприємствах, що сприятиме розвитку творчого потенціалу, зростання рівня відповідальності, професіоналізму як самого керівника, так і його підлеглих, що в результаті приведе до якісного виконання поставлених завдань.

На даному етапі розвитку системи управління на підприємствах, на наш погляд, насамперед потребує подальших досліджень ефективність різних технік делегування повноважень з огляду на посилення організаційної спроможності підлеглих вирішувати нестандартні завдання, які ставить перед ними керівництво.

Список використаних джерел

1. Кузьмін, О.Є. Антисипативне управління підприємствами: процесно-структурований підхід / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, М.Є. Адамів // Економіка: реалії часу. – 2012. – № 2. – С. 71-77.
2. Амосов, О.Ю. Контролінгові механізми в системі управління підприємством / О.Ю. Амосов // Економіка та управління. – 2012. – № 1. – С. 82-86.
3. Азаренков, Г.Ф. Можливості контролінгу в системі управління інноваційним розвитком підприємства / Г.Ф. Азаренков, О.Г. Зима, О.В. Писарчук // Проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 74-78.
4. Барабаш, Ю.О. Методи та етапи прийняття управлінських рішень / Ю.О. Барабаш // Економічний вісник Донбасу. – 2008. – № 4. – С. 121-123.
5. Моріс, С. Як досягти успіху в делегуванні повноважень : [пер. з англ.] / Стів Моріс, Грехем Вілкокс. – К. : Британ. Рада в Україні, 2000. – [Серія «Менеджмент за тиждень»].

Коломієць І.В., студент
Черкаський національний університет
ім. Богдана Хмельницького
м. Черкаси

СУЧАСНИЙ СТАН ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Діловий туризм – це один із найперспективніших напрямів сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Він є найбільш прибутковим і має величезне значення для економіки будь-якої країни. Сьогодні тема дослідження розвитку ділового туризму в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для

поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг. Створення інфраструктури ділового туризму в Україні сприятиме всебічному розвитку міст зокрема і держави загалом. Діловий туризм – це поїздки співробітників компаній з діловими цілями, або організація корпоративних заходів. Діловий туризм включає власне ділові поїздки бізнесменів і підприємців, конгресово-виставковий та інсентив-туризм, проведення подієвих заходів.

Проблемам розвитку ділового туризму в Україні й світі присвятили свої праці такі вчені, як: С.І. Нікітенко , М.П. Мальська, В.К. Федорченко, В.А. Квартальнов, А.Ю. Александрова, С.П. Кузик, М. Гасієв та ін. Водночас фундаментальні дослідження з проблем розвитку ділового туризму в Україні не здійснювалися. Проблеми розвитку туристичної сфери України, економічні засади Здійснення туристичної діяльності, державне регулювання туристичної галузі були предметом наукових пошуків Безнесюка В.А., Агафонової Л.Г., Агафонової О.Є, Балабанова І.Т, Балабанова А.І., Роїної О.М. та ін.

Мета статті – проаналізувати сучасний стан та висвітлити основні проблеми розвитку бізнес-туризму в Україні як найбільш перспективного та пріоритетного виду туризму; запропонувати шляхи їхнього вирішення з метою перетворення ділового туризму у високоприбуткову галузь вітчизняної економіки.

Діловий туризм – комплексний та багатогранний. Понад 73% його обсягу становлять корпоративні поїздки (так званий corporatetravel) – індивідуальні ділові поїздки та з метою участі в заходах, які організовують промислові й торговельні корпорації. Сюди ж належить інсентив-туризм (MICE-tourism) – 8%, що покликаний деформалізовувати рутину бізнесу, поєднуючи справи та розваги, і слугувати мотивацією-винагородою для кращих працівників. Поїздки, пов’язані з участю у з’їздах, конференціях, семінарах під егідою політичних, економічних, наукових, культурних, релігійних та інших організацій, становлять близько 16% ринку ділового туризму. Близько 11% обсягу ділового туризму займають поїздки з метою відвідування торговельно-промислових виставок, ярмарків та участі в їхній роботі.

До основних цілей здійснення ділових подорожей відноситься:

– проведення зустрічей і переговорів з партнерами;

– проведення нарад з керівництвом і колегами, представників філій і дочірніх структур;

– інспекція роботи представництв і філій;

– встановлення і налагодження ділових контактів;

– відвідини професійних заходів (виставок, конференцій і т. ін.);

– навчання співробітників;

– звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів і т. ін. [2].

Діловий туризм дуже прибутковий, оскільки людина, що поїхала в ділову поїздку, може витратити не лише свої фінанси, але і гроші компанії, яка його відрядила. Завдяки цьому бізнестурист має можливість витратити більше грошей, ніж звичайний турист.

Типовий турист, що подорожує зі службовими цілями, – це чоловік середнього віку з вищою освітою, кваліфікований спеціаліст чи керівник, власник бізнесу. Бізнесмени все частіше шукають і знаходять ділових партнерів за кордоном. Але, рушаючи в подібну подорож, вони хочуть не просто побувати на виставці, семінарі, конференції – вони їдуть за новими можливостями для свого бізнесу. Ділові люди, що працюють у різних сферах, зокрема і в науці, чекають від ділових поїздок не тільки

укладення нових вигідних контрактів, а й підвищення творчої активності в результаті зміни обстановки і набуття нових незабутніх вражень про країну перебування, які можуть бути забезпечені лише національною специфікою.

Однією з тенденцій у діловому туризмі є формування спеціалізованих туристичних компаній на різних видах туризму, і, зокрема, поява фірм, що займаються винятково бізнес-поїздками і проведенням виставок, семінарів і конференцій за кордоном, а також фірм, що спеціалізуються на інтенсив-програмах (інтенсив-тури використовуються керівниками компаній для заохочення своїх кращих працівників та стимулювання їх на нові досягнення).

Ділова людина, особливо іноземний бізнесмен, хотіла б поселитися в Україні не просто в першокласному готелі, а у спеціалізованому бізнес-готелі, обов'язковою складовою якого є диверсифікований бізнес-центр, що має надавати безліч ділових послуг з обов'язковою розважально-ознайомлювальною програмою.

Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій, столиця й інші місця України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту [4].

Послуги українських бізнес-центрів мають відповідати найвищим міжнародним вимогам, створювати комфортну звичну обстановку іноземним бізнес-туристам, не створювати в них почуття дискомфорту. Адже, головне для бізнесменів, які знаходяться далеко від рідних пенатів, – тримати руку на пульсі свого бізнесу. Це означає, що в номері для такого туриста має бути створений свого роду міні-офіс: просторий стіл з хорошим освітленням, комп'ютер із виходом в Інтернет, багатофункціональний телефон прямого зв'язку, необхідно передбачити можливість встановлення в номері факсу з індивідуальним номером. Потребує особливої уваги і побут ділових постояльців. Зайнята людина повинна повноцінно відпочивати, мати гарний вигляд і не відволікатися на побутові дрібниці. Дослідження показують, що якість обслуговування в готелях ділові туристи оцінюють в 4 рази вище, ніж адекватність і поміркованість ціни, і в 1,2 разу вище, ніж якість самого турпродукту [5].

Комплекс проблем, пов'язаних із прийманням ділових туристів у наших готелях, може бути вирішений, передусім, за допомогою створення крупних національних готельних ланцюгів, а згодом і міжнародних ланцюгів, включаючи готелі високих категорій. Враховуючи, що в даний час українські готелі знаходяться в різних формах власності й управління, широке застосування має знайти франчайзинг, який не потребує зміни форми власності. Організація, здатна виконати функції консолідації готелів у ланцюзі, не обов'язково повинна мати свої власні підприємства розміщення. Звісно, в цьому випадку центральною проблемою стає пошук інвестицій. Очевидно, що здійснення подібної акції вимагає великої організаційної підготовки та розробки відповідного проекту. Об'єднання готелів під єдиним управлінням дасть колосальну вигоду як власникам об'єктів, так і їхнім операторам. Головна перевага, яку одержує готель, що входить у ланцюг – зниження загальних витрат. Крім того, це дозволить ланцюгам проникнути і на міжнародні ринки, розширюючи сферу свого впливу [3].

В умовах ринкової економіки при обмеженості фінансових ресурсів українських підприємств туристичного комплексу, особливої актуальності набуває питання пошуку джерел їхнього фінансування. Перспектива розвитку цього комплексу визначається, насамперед, характером інвестиційної політики в країні. Управління інвестиційною привабливістю та податкове стимулювання є важливими чинниками, що впливають на залучення як іноземних, так і внутрішніх інвестицій у туристичну галузь.

Великий дефіцит у нашій країні і відповідних кадрів організації ділового туризму. Необхідна підготовка висококваліфікованих працівників відділів конференц-сервісу готелів, які були б здатні на відповідному рівні обслуговувати не лише форуми, конференції, семінари, конгреси, презентації тощо, а й організовувати корпоративні заходи культурно-розважального напряму, тобто «дні компанії», свята, вечірки, поїздки містом тощо. Співробітники готелів повинні поважати індивідуальні відмінності ділових туристів, тому в кожному конкретному випадку орієнтуватися на специфіку цільової групи, враховуючи потреби, побажання і фінансові можливості.

Ефективне управління та створення в регіонах і в Україні в цілому сучасної та високоефективної туристичної та курортно-рекреаційної індустрії сприятиме економічному та соціальному розвитку багатьох регіонів, забезпечить створення нових робочих місць і комплексне залучення інвестицій, сприятиме відродженню та збереженню пам'яток культурної спадщини, відповідальному ставленню до навколишнього середовища, корінним чином змінить стиль та якість життя наших громадян. Комплексний підхід до управління рекреаційно-туристичною сферою може забезпечити необхідну охорону, збереження і використання історико-культурного та природного середовища та перетворення рекреаційно-туристичної сфери в один із пріоритетних напрямів регіонального розвитку та структурної розбудови національної економіки [4].

Поміж тим, Україні вкрай необхідне підвищення іміджу та авторитету в туристському співтоваристві, залучення до світового інформаційного простору. За кордоном бракує інформації як про Україну взагалі, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. Для цього потрібно спрямувати зусилля на розвиток інформаційно-рекламної та виставкової діяльності, організацію міжнародних і регіональних туристських салонів, ярмарків, бірж в Україні, а також рекламу України – туристичної по всьому світі.

Входження нашої держави до дедалі більшої кількості міжнародних організацій, проведення тут європейських і світових форумів, спортивних змагань і чемпіонатів дають змогу швидко змінити ситуацію на краще. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

Сучасний український готель повинен об'єднувати в собі можливості інфраструктури бізнес-центру, центру дозвілля, а також підприємств торгівлі та сфери послуг. Зразковий перелік послуг для ділових туристів включає і телекомунікаційні послуги, тобто можливість отримання та передачі інформації, спілкування і хорошу технічну оснащеність місця тимчасового мешкання. Технічні рішення надання телекомунікаційних послуг повинні враховувати всі найновітніші та популярні способи обміну інформацією.

Список використаних джерел

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 185 с.

2. Гасиев, М. Основы делового туризма и индустрии MICE в России и за рубежом: сравнение и тенденции / М. Гасиев. – М., 2004. – 145 с.

3. Мальська, М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.

4. Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. – К.: Логос, 1999. – 76с.

5. Нікітенко, С.І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / С.І. Нікітенко // Наукові праці. – Том 52. Вип. 39. – С.139-143.

Котельбан С.В., аспірант
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича
м. Чернівці

РОЛЬ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційний розвиток економіки є надзвичайно складним процесом. З одного боку, це результуючий вимірник сприятливого ринкового середовища комерційної та креативної діяльності. З іншого боку, це потужний чинник прогресивних змін, обов'язковий у сучасних глобалізаційних умовах. Інноваційний розвиток спричиняється впливом науково-технічних досягнень на розвиток економіки та суспільство; від результатів науково-технічної та інноваційної діяльності значною мірою залежить оновлення основних фондів, рівень технічної оснащеності підприємств, рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції та економіки [1, с. 115]. Його дослідження є вкрай актуальними для розвитку підприємництва в Україні.

Мета публікації визначити роль механізму державного регулювання інновацій в розвитку підприємств.

Забезпечення інноваційного розвитку економіки потребує чітких регулюючих впливів. У даному контексті актуально визначити, через який механізм такий вплив можна здійснювати. Провідну роль у цьому має відігравати держава, незважаючи на посилювані впливи ринкових умов. Питання державного регулювання інноваційного розвитку економіки потребує постійних наукових досліджень з урахуванням викликів сьогодення. У публікаціях українських авторів висвітлюються окремі аспекти регулюючого впливу на інноваційний розвиток економіки з вивченням практик більш розвинутих держав. Узагальнення таких напрацювань дозволяє виокремити інструменти державного регулювання інноваційного розвитку економіки. Розгляд їх застосування у методології наукового дослідження потребує побудови відповідного механізму.

Механізм державного регулювання інноваційного розвитку економіки – це цілісна система, яка відображає способи застосування інструментів регулюючого впливу на сфери інноваційного розвитку на основі функціонуючих органів державної влади та їх взаємодій з недержавним сектором через інноваційну інфраструктуру. Ефективне функціонування такого механізму має бути спрямованим на досягнення мети. На наш погляд, такою метою є становлення інноваційної економіки, що забезпечує високий рівень добробуту населення та конкурентоспроможність країни в глобальному просторі. Забезпечення добробуту відображає соціальний аспект наслідків інноваційного розвитку, а конкурентоспроможності – більшою мірою економічний, надаючи країні (регіону) довгострокові переваги для залучення інвесторів, різних ресурсів, збуту продукції.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» визначається мета державної інноваційної політики – створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції [2].

Основна змістовна частина механізму державного регулювання інноваційного розвитку економіки (див. рис.1) проявляється в описі системи регулюючих

інструментів. Їх окреме та комбінаторне застосування залежить від цілей регулювання інноваційного розвитку. У наукових працях автори часто виділяють найбільш пріоритетні з них. Зокрема, багато обґрунтувань, з чим слід погодитись, щодо вагомості впливу прямого державного фінансування (в першу чергу шляхом виділення грантів, кредитів, субсидій тощо), створення інфраструктури для інноваційної діяльності, податкових стимулів, спеціальних схем підтримки ризикового фінансування, надання державних гарантій [3, с. 16; 4, с. 33]. Також дієвими є інструменти регулювання, що широко практикуються в країнах Європейського Союзу. Це такі, як: усунення бюрократичних перепон для започаткування бізнесу; надання прямої фінансової підтримки; полегшення доступу до джерел фінансування; зменшення податкового тягаря; підготовка кваліфікованих кадрів для потреб бізнесу [5; 6, с. 357].

Рис. 1. Механізм державного регулювання інноваційного розвитку економіки

Джерело: побудовано автором

Реалізація механізму державного регулювання інноваційного розвитку економіки первинно має бути орієнтована на економічну функціональність. Разом з тим, слід більш широко розглядати наслідки застосування інструментів державного регулювання.

Виконання завдань та досягнення цілей механізму державного регулювання інноваційного розвитку економіки спрямовані на єдину мету, в основі якої – становлення інноваційної економіки. Дана модель економічного розвитку рекомендує себе як найбільш прийнятна в умовах динамічного технологічного розвитку світової цивілізації. Вона найбільш ситуативна й адаптивна.

Основою становлення інноваційної економіки має бути інноваційне підприємництво. Даний тип підприємництва представляє бізнес, який для одержання

прибутків застосовує якісно нові підходи, сировину, ідеї, продукцію з метою задоволення попиту споживачів.

Отже, роль держави у забезпеченні інноваційного розвитку економіки та підприємств зокрема залишається провідною. В умовах періодичних політичних криз та макроекономічної нестабільності, регулюючі впливи держави набувають несистемних та неефективних ознак з обмеженим бюджетним фінансуванням. У результаті економіка країна втрачає конкурентні позиції в динамічно прогресуючому глобальному середовищі. Особливо це актуально нині для України. За таких умов актуально посилювати інституційні позиції недержавних структур, зокрема суб'єктів малого і середнього бізнесу, представників ІТ галузей, які формують попит на інноваційну продукцію. Розвиток новітніх форм інноваційної кооперації за галузевими інтересами дозволить мобілізувати інтелектуальний потенціал населення та утвердити креативний клас у соціальній структурі українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Олексюк, В.М. Інноваційний розвиток як складова економічної безпеки держави / В.М. Олексюк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 3. – С. 111-116. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2012_3_20

2. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4.07.2002 року, № 40-IV / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15

3. Інноваційна політика: європейський досвід та рекомендації для України / Г. Авігдор, В. Архангельський, Е. Бойто та ін. – К. : Фенікс, 2015. – 76 с.

4. Лопатинський, Ю.М. Державне регулювання інноваційної діяльності: зарубіжний досвід / Ю.М. Лопатинський, Л.Д. Водянка // Економіка та управління національним господарством. – 2018. – Вип. 16. – С. 31-39.

5. Лебедева, Л.В. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування [Електронний ресурс] / Л.В. Лебедева // Ефективна економіка. – 2014. – № 1. – Режим доступу : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664

6. Дрожжин, Д.Ю. Державна інноваційна політика України в умовах євроінтеграції / Д.Ю. Дрожжин // Теорія та практика державного управління. – 2014. – Вип. 4. – С. 352-360.

Лігульчак В.В., студент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

МАТЕРІАЛЬНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Підприємства в умовах ринкової економіки використовують зростання продуктивності праці як складову підвищення ефективності виробництва на підприємстві. Оскільки зростання продуктивності праці означає такі зміни у процесі праці, котрі скорочують робочий час, який необхідний для виробництва одиниці продукції. Актуальність проблеми ефективного використання трудових ресурсів зростає з кожним роком тому, що продуктивність праці впливає на результати діяльності підприємства. Особливий вплив на підвищення рівня продуктивності праці має мотивація та стимулювання трудової діяльності працівників.

Питання підвищення продуктивності праці досліджувались у працях українських вчених, а саме: О. Кендюхова, Б.Т. Кліяненка, А.В. Черепа, Й.М. Петровича, О.М. Семенова та ін..

В сучасних умовах підвищення ефективності виробництва на підприємстві пов’язане з рівнем продуктивності праці. Підприємства самостійно планують показники, що характеризують продуктивність праці; визначають її рівень, забезпечуючи при цьому випередження росту продуктивності праці у порівнянні із ростом середньої заробітної плати та ростом фондоозброєності праці робітників. Рівень продуктивності праці на підприємстві та темпи його зростання насамперед визначаються багатьма факторами. Під факторами росту продуктивності праці розуміють умови, за яких можливе її підвищення. До основних факторів росту продуктивності праці відносяться матеріально-технічні, організаційні, економічні, соціальні, природні тощо.

Важливим аспектом досягнення високого життєвого рівня населення є стимулювання праці, що направлене на формування потреб та інтересів працівників. Стимулювання праці – це створення певної її зовнішньої ситуації, яка спонукала б особистість діяти відповідним чином. Зовнішня ситуація – це практика відносин, умови життєдіяльності, які формують потреби та інтереси робітників. У зв’язку з цим необхідно розрізняти фактори, що безпосередньо визначають трудову діяльність (умови, організація й зміст праці, розмір заробітної плати тощо), і фактори, що опосередковано впливають на працю (місце проживання, сімейне положення, житлово-побутові умови тощо) [1].

Кардинальні зміни, що відбуваються в суспільно-політичному й економічному житті України, реформування всієї системи виробничих відносин вимагають створення принципово нової системи управління персоналом. Актуальними на сьогодні є розробка й впровадження систем стимулювання керівних кадрів як найбільш діючого каталізатору в підвищенні трудової активності, сприянні в досягненні особистих цілей і цілей підприємства.

Суттєвим елементом оновленої системи управління діяльністю є управління персоналом підприємства основою якого була і залишається система матеріального стимулювання працівників, що дозволяє значно підвищити кінцеві результати трудової діяльності та досягти генеральної мети підприємства - максимізації прибутку. У зв’язку з цим освіта та спеціалізація робітників стали відігравати другорядне значення при визначені розмірів оплати їх праці, оскільки між стабільністю, фінансовою стійкістю підприємства і життєвим рівнем добробуту його персоналу існує нерозривний двосторонній зв'язок. З одного боку, життєвий рівень персоналу та його поліпшення залежить від стабільності і прибутковості результатів діяльності підприємства, а також від ефективності діючої системи оплати праці. З іншого боку результати фінансово-господарської діяльності суб’єктів господарювання багато в чому визначаються професійними якостями персоналу та організацією матеріального стимулювання праці [2].

Важливе значення при організації системи стимулювання має редукція праці, можливість зведення складної праці до простої. Сутність редукції полягає в тому, що розходження між простою і складною працею зводяться до врахування дії двох факторів. Перший з них враховує, що більш складна праця відповідає більш високій кваліфікації працівників і, відповідно, має більшу вартість у порівнянні з простою працею. Другий фактор полягає в тому, що праця різної складності створює в одиницю часу різну вартість. Отже, більш складна праця створює продукцію більшої вартості та має більшу вартість в одиницю часу, ніж проста праця [3].

Але, високий ступінь матеріальної зацікавленості у працівників є передумовою досягнення високих показників праці. Рівень продуктивності праці на підприємстві та темпи його зростання насамперед визначаються багатьма факторами. Під факторами

росту продуктивності праці розуміють умови, за яких можливе її підвищення. До основних факторів росту продуктивності праці відносяться матеріально-технічні, організаційні, економічні, соціальні, природні тощо. До матеріально-технічних факторів підвищення продуктивності праці відносяться: склад і технічний рівень знарядь праці, інструментів та пристосувань, види і якість предметів праці, ступінь механізації виробництва, прогресивності і інтенсифікації технологічних процесів. До організаційних факторів росту продуктивності праці належать ступінь ритмічності виробництва, удосконалення управління виробництвом, організація робочих місць і їх обслуговування, створення здорових, безпечних та естетичних сприятливих умов праці. До економічних факторів підвищення продуктивності праці відносяться матеріальна зацікавленість колективу і кожного працівника в підвищенні ефективності виробництва, в рості продуктивності праці, створенні фінансових та інших економічних стимулів, що сприяють росту продуктивності праці. До соціальних факторів підвищення продуктивності праці відносяться рівень кваліфікації працівників, умови праці тощо. До природних факторів відносяться стан навколишнього природного середовища (температура повітря, його вологість, атмосферні опади), якість земельних та водних ресурсів тощо. Підприємства, виходячи із наявних факторів підвищення продуктивності праці, вишукують відповідні резерви її зростання. При цьому, під резервами росту продуктивності праці розуміють невикористані можливості підприємства щодо підвищення продуктивності праці, які забезпечують ефективність виробництва. За місцем впливу і використання розрізняють резерви росту продуктивності праці на робочому місці, в бригаді, на підприємстві, в галузі. За часом використання резерви поділяються на поточні та перспективні. Поточні резерви можуть бути використані негайно або ж у ближчий час без серйозної перебудови організації та технології виробництва, вони не вимагають значних додаткових витрат (поточних чи капітальних). Перспективні резерви росту продуктивності праці вимагають суттєвої перебудови організації і технології виробництва на основі досягнень науки та техніки. Приведення їх в дію пов'язане із часом та значними витратами [1].

Отже, система матеріального стимулювання праці це сукупність основних та додаткових показників оцінки колективних та індивідуальних результатів праці, за якою працюючим здійснюються різні виплати заохочувального характеру понад основну заробітну плату з метою використання їх матеріальної зацікавленості для підвищення продуктивності, ефективності та конкурентоспроможності виробництва.

Призначення стимулів до праці полягає в розвитку системи потреб людей, структури їх особистих інтересів, у розкритті здібностей працівника, підвищенні його економічної й соціальної відповідальності. Щоб стимули виконували свою роль в повному обсязі, в свідомості працівника мають зіставлятись вигода від зростання свого матеріального добробуту та продуктивність праці.

Список використаних джерел

1. Бортник, В.А. Матеріальне стимулювання як чинник ефективності використання кадрового потенціалу / В.А. Бортник // Вісник. Київський інститут бізнесу та технологій. – 2010. – № 2. – С.87-88.

2. Череп, А. Стимулювання праці – необхідний елемент ринкової економіки, що впливає на витрати виробництва / А. Череп // Економіка, фінанси, право. – 2005 – №2. – С. 7-10.

3. Гребінчук, О. Стимулювання праці на підприємстві та засоби моделювання / О. Гребінчук // Економіст. – 2009. – №4. – С. 52-55.

Лісовець Я.С., студентка групи ФС-17
(Науковий керівник: *Котенко Т.М, канд. екон. наук, доцент*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Забезпечення ефективності підприємства досягається за рахунок розвитку логістичного менеджменту.

Логістику на фірмі часто сприймають як одну із сторін маркетингу.

Логістична стратегія, подібно рекламі і продуктової стратегії, є інтегральним елементом стратегії маркетингу. При цьому ефективність маркетингу на фірмі можна представити у вигляді композиції трьох основних складових: ефективності логістичного ланцюга або каналу (у системі дистриб'юції), споживчої й торговельної франшиз (привілеїв). [3; 45]

Логістичний потенціал надає можливість реалізувати цільові настанови корпорації в межах її місії, будучи стратегічним чинником в умовах загострення конкуренції.

Логістичний менеджмент значною мірою впливає на стан фінансово-економічного та правового забезпечення форм взаємодії в ринкових умовах. При цьому комплексно розглядаються, оцінюються і вибираються економічні способи доставки вантажів, застосовуються прогресивні комерційно-правові норми і правила, тарифи і перевізна документація.

Основна мета логістичного менеджменту полягає в адаптації виробничої або торговельної фірми до запитів споживачів, що означає гарантію швидкого виконання замовлень і точне дотримання термінів поставки. Ця мета конкретизується наступними підцілями:

– гарантія оптимальності руху потоку матеріалів і товарів, що забезпечує надійність постачання при мінімальних витратах і раціональному використанні існуючих потужностей;

– створення системи контролю, вскривающей нераціональні процеси і формує нові цілі фірми на основі зіставлення витрат і доходів (тобто аналізу витрат і результатів);

– створення функціонально несуперечливої організаційної структури фірми. [3; 57].

Логістичний менеджмент по відношенню до фактору «ціна» зазвичай надає прямий вплив на досягнення фірмою корпоративних чи фінансових стратегічних цілей, що задаються маркетингом. Цінові рішення вимагають ретельного аналізу факторів, що відносяться до конкурентних товарах, соціально-економічним і демографічним характеристикам споживачів на конкретному сегменті ринку і макроекономічними індикаторами. [4; 75]

Підвищення організаційно-економічної стійкості фірми реалізується міжфункціональним логістичним менеджментом, дозволяє усунути конфлікти між функціональними підрозділами фірми і забезпечити інтегроване взаємодія з логістичними партнерами по бізнесу. Взаємодія фірми-виробника з партнерами і логістичними посередниками в постачанні і збуті становить предмет логістичного менеджменту, що має пріоритетне значення для досягнення стратегічних цілей фірми на ринках товарів і послуг, а також факторів виробництва. Якщо політика фірми, що

діє в дистрибутивному каналі, зачіпає інтереси інших фірм і впливає на їхній прибуток, то логістичний менеджмент дозволяє сформувати компромісне рішення, що дозволяє досягти визначених вигод всім членам дистрибутивного каналу, розглядаючи його як єдине ціле. [3; 50]

Зусилля логістичного менеджменту можуть бути спрямовані на збільшення обсягу продажів у певному секторі ринку, якщо там не досягнута маркетингова схема ціни. Така ситуація часто складається під впливом сезонних коливань попиту, які викликають необхідність прийняття додаткових логістичних рішень з управління запасами (наприклад, створення спеціальних сезонних запасів). [2; 80]

Основними взаємозв'язками системи логістичного менеджменту є взаємозв'язки постачальників з компанією й компанії зі споживачами. Компанія в процесі своєї виробничо-господарської діяльності постійно вступає в прямі і непрямі взаємини з постачальниками, споживачами й конкурентами. Останні, виходячи з цілю будь-якої організації створити свого споживача, намагаються закріпитися на ринку, послабляючи тим самим положення інших компаній.

Створення споживача для організації означає високий ступінь задоволення споживчого попиту в товарах кожного виду номенклатури по показниках обсягів і якості поставляти продукцію в часі й місці поставок протягом тривалого періоду. Якщо такий стан компанією досягнутий, то можна вважати, що її діяльність є стійкою. При розглянутому підході до оцінки компанії необхідно мати у виді її організаційно-економічну стійкість. [2; 90]

При укрупненому розгляді діяльності будь-яких систем ЛМ виділяють два контури процесів керування:

1) керування доходами таким чином, що б вони залишалися на деякому рівні, що перевищує певний мінімум і гарантує організації фінансову безпеку або фінансову стійкість;

2) керування структурою виробничої програми, що випускає продукцію з погляду її постійної відповідності структурі споживчого попиту. [3; 66]

Створення підсистеми, що керує взаємодією з названими двома контурами, забезпечить стійкість системи логістичного менеджменту.

Така підсистема створюється в рамках структури керуючої системи у вигляді спеціального відділу досліджень і аналізу, що може входити в службу маркетингу. [2; 89]

Призначення логістичної стратегії – підтримка корпоративної, маркетингової стратегії при управлінні товарними, транспортними та пасажирськими потоками з оптимальними витратами ресурсів. Серед основних логістичних стратегій можна назвати такі: мінімізації загальних витрат на закупівлю сировини, матеріалів, енергоносіїв, управління запасами й послугами; мінімізації інвестицій у логістичну інфраструктуру; максимізації рівня якості логістичного сервісу при обмеженнях бюджету логістики. [1; 2]

Логістичний менеджмент підтримує системну стійкість корпорації на ринку, згладжуючи внутрішньофірмові суперечності між сферами закупівель, постачання, маркетингу, фінансів, продажу послуг й відносини з логістичними посередниками; сприяє формуванню, нарощуванню та розвитку потенціалу залізничної корпорації за рахунок як внутрішньої оптимізації дій, так і зовнішньої. [1; 4]

Таким чином, ми отримуємо найголовніший висновок: логістика, будучи по суті одним із засобів конкурентної боротьби і реалізується в залежності від ситуації на ринку, навіть організаційно відокремлена від маркетингової діяльності по визначенню залишається з маркетингом в найтіснішому зв’язку.

Список використаних джерел

1. Логістичний менеджмент у систем управління корпорацією. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/v/logistichniy-menedzhment-u-sistemi-upravlinnya-korporatsieyu
2. Головкова, Л.С. Сукупний економічний потенціал корпорації: формування та розвиток : монографія / Л.С. Головкова. – Запоріжжя: КПУ, 2013. – 339 с.
3. Ганджинський, А.М. Основи логістики. – М: Інформаційно впроваджувальний центр «Маркетинг», 2010. – 432 с.
4. Григор'єв, М.Н. Логістика. Базовий курс: Підручник / М.М. Григор'єв, С.А. Уваров. – М: Видавництво Юрайт, 2011. – 245с.

Viktor Lutsyshen, студент
Альберт коледж
м. Бельвіль, Канада

THE SOCIAL EXCHANGE CONCEPT AS THE WAY TO OVERCOME SOCIAL FRAGMENTARITY

The article researches the peculiarities of informationalism epoch. It has proved it is featured with the social fragmentarity, which has been determined as the absence of common values, goals and traditions in a society. It has analyzed the stages of interpersonal exchange transformation to social changes, the «justice» term as the core exchange principle and different human behaviors as the consequence of various perception of justice. The article has concluded with possible negative consequences of the social fragmentarity.

The modern social development stage is called by scientists as «the information age». M. Castells, who introduced this term in 1996, determined the epoch was featured with «disengagement of social groups and individuals from each other by perceiving each other as aliens and then enemies. In the process, the identities are getting more and more specific and, thus more difficult to designate, so the social fragmentarity develops» [1]. Social fragmentarity is the key reason of social conflicts, which cover all human life activities and spheres and cause the general society's weakening. The society, featured with social fragmentarity, reveals the absence of common values, goals and traditions.

The main reason for the society to be divided into «interest groups» is in the widespread and uncontrolled access to the information resources. Members of a society are used to create their identity, based on the factors they have found themselves in different resources, instead of being formed with common values. This global social challenge should be solved, because its growth can cause open conflicts, decrease of economic development and decline of life quality consequently.

In this case, the concept of social exchange application can be one of the solutions.

Research and publications analysis. The concepts of social exchange have been well-known thoughts in the social and psychology sciences [2, 4, 5, 7, 8]. Their representatives have strived to create the human behavior theory and analyzed institutional behavior. The leading thinkers in this process are T. Parsons, G. Homans and P. Blau. They aimed to understand a social structure through the analysis of social processes, which maintain the relationships between individuals and communities.

Objective. The article's objective is to prove the social exchange concept can be a possibility to solve the social fragmentarity phenomenon.

Main body. According to the social exchange theory's founders, the exchange process causes human major behaviors and is the fundament of both interpersonal and intergroup relationships' development. The interpersonal exchange transformation included four stages [3]:

First stage – interpersonal exchange. It leads to the next stage, as individuals cannot exchange with equal awards and are used to assess each other's resources;

Second stage – status and power differentiation. It admits the variety of mutual satisfaction of needs and wants and transition to the organization, which has been recognized by all exchange participants;

Third stage – legitimization and organization. Social structure is formed with the interaction of individuals and begins influencing this interaction itself. It suggests two types of organization: the first one is caused by the exchange and competition processes (it has random nature), whereas the second type organizations are especially created to reach particular goals, as a result of coherency and integrity processes;

Forth stage – opposition and changes: as a rule, any organization formation bears the opposition and conflicts.

All these stages are linked by the single perception of social exchange, which is the mutual awarding (both material and moral) in accordance with the needs' level (physiological and psychoemotional) and are assessed as social need and motivational fundament for a social group formation.

The exchange can be either fair or unfair. Justice is s subjective category, because it does not have a single right objective criterion. Each person forms his/her own assessment on an award's justice, which he or she has gained as a result of exchange. In this case, a person grounds his/her assessment on his/her values, personal experience and believes. There can be the following variants of conclusion:

– an award is fair;
– an award is unfair.

Different exchange participants with similar awards can obtain different perception of these awards' level of fairness. [6]. This is the core reason of distrust and dissatisfaction, which is the problem, because it causes conflicts and, thus a social group's fragmentarity.

It is important to predict the person's behavior in case he or she considers his/her award as unfair. According to P.Blau and G. Homans, the following behavioral types are possible [3]:

– people will try to get their awards from other exchange participants, which they will consider as fair (make them give wanted awards);
– people will agree with the impossibility of getting fair awards and refuse to exchange at all;
– a person will have an opportunity to choose from other exchange processes, in other words, he or she will have an opportunity to find other resource for his or her needs' satisfaction;
– a personality's psychoemotional type is featured with the inability to access compromises and failures (to refuse the need);
– people will agree with the impossibility of getting fair awards, though accepting the rules of unfair exchange. Thus, they will create the domination-subordinate environment, which features the presence of power in exchange process.

The knowledge of core principles of social exchange assists to avoid a lot of conflicts and decrease the social fragmentarity risk, when taking into account the whole society or separate individuals interacting with a definite social group in order to get a benefit (or satisfy a need).

So, the research of a social exchange content and human behavioral types, revealed during their interaction in the process of getting benefits, allows to take into account the social exchange as the solution to prevent social conflicts.

References

1. Castells, M. Information Age: Economy, Society and Culture/available at: http://podelise.ru/docs/index-25213438-1.html?page=29
2. Blau P. Formal Organizations: A Comparative Approach // American Social Science: Perspectives, Problems and Methods. – M., 1972. pp. 93-105.
3. Blau P. The Differences and Common Features of Views on Social Structure // American Social Science Thought: texts / Ed. V.I. Dobren'kova. – M., 1994. pp. 8-29.
4. The History of Social Science in the Western Europe and the USA/ Ed. G.V. Osipov. – M., 1993. pp. 278–309.
5. The History of Theoretical Social Science. Vol. 3. / Ed. I.F. Devyatko). – M., 1998. pp. 39-51.
6. Meskon M.H., Al'bert N., Hedouri F. The Fundamentals of Management. – M.: Sprava, 1992. – p. 702.
7. Terner G. The Structure of Social Science Theory. – M., 1985. Gl. 12-14. pp. 271-384.
8. Ritcer G. Modern Theories of Scoail Science. – M., 2002. pp. 317-334.

Маклаков С.М., здобувач
кафедри економіки та підприємництва
(Науковий керівник: *Семикікна М.В., докт. екон. наук, професор*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ЯК РЕГУЛЯТОР ТРУДОВОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Вихід українських підприємств з кризи і пошук важелів економічного зростання неодмінно зачіпає проблему регулювання трудової та інноваційної активності персоналу підприємств. В цьому контексті завдання вдосконалення механізмів соціально-економічної мотивації персоналу підприємств за часів незалежності України не втрачають своєї актуальності. Потреба пошуку невикористаних резервів для економічного зростання та інноваційного розвитку зумовлює необхідність пошуку шляхів створення дієвих механізмів такої мотивації.

Теоретичний аналіз засвідчує, що у вітчизняній науковій літературі дослідники приділяють увагу цій проблемі і часто вдаються до вивчення механізму мотивації. Йдеться про публікації М. Семикіної, А. Колота, В. Нижника, Н. Іщенко, О. Чернушкіної, О. Хорун та інших. Однак при цьому автори вкладають різний зміст у розуміння такого механізму. Так, на думку М. Семикіної, Н. Іщенко мотиваційний механізм уявляє собою сукупність важелів економічного, соціального, адміністративного та психологічного впливу на трудову поведінку працівників [1]. А. Колот і С. Цимбалюк розвивають підхід до розгляду механізму мотивації з акцентом на соціально-трудові відносини, які при цьому виникають. Учені пишуть, що механізм мотивації персоналу є містком, який поєднує готовність людини до діяльності з безпосереднім виявом цієї готовності – творчою, інноваційною, успішною працею [2, с. 33]. Погоджуємось, що для керівників, які очікують інноваційних результатів діяльності, важливо залучати інструменти механізму соціально-економічної мотивації [3, с. 25]. В. Нижник та О. Хорун зазначають, що механізм мотивації праці персоналу має гармонійно поєднувати всі види методів та заходів у сфері активізації трудової діяльності і представляти єдину стимулюючу структуру [4, с. 45]. У праці Ю. Нікітіна та В. Рукас-Пасічнюк механізм мотивації персоналу розглядається через призму відповідності досягнення працівником цілей підприємства [5, с. 243]. Близкою є позиція О. Темченко та О. Лісніченко. Автори

зазначають, що механізм мотивації спирається на визначення потреб, інтересів, особистих цілей співробітників і можливостей їхньої інтеграції з цілями підприємства [6, с. 350]. На наш погляд, це дуже вдалий підхід. Дуже важливо, щоб при підборі персоналу враховувався аспект відповідності особистих цілей працівника та цілей розвитку підприємства. Інтеграція таких цілей апріорі мотивуватиме працівника до більш результативної та ефективної праці, а також додасть йому розуміння пріоритетних напрямів діяльності.

Узагальнюючи та розвиваючи наукову думку, пропонуємо сформулювати дефініцію механізму соціально-економічної мотивації персоналу підприємства – як послідовної, безперервної, ефективної управлінської діяльності, спрямованої на формування таких соціальних та економічних мотивів у працівників, які б трансформувались у трудовому процесі у результати праці з ознаками інноваційності.

Відобразимо схему механізму соціально-економічної мотивації персоналу на підприємствах (рис. 1), яка ілюструє тісний зв'язок між структурними складовими зазначеного механізму Тісно пов'язані виробнича, збутова, маркетингова складові діяльності підприємства і ресурсні можливості соціально-економічної мотивації персоналу. Мета і цілі діяльності підприємства мають бути узгоджені з можливостями задоволення актуальних потреб працівників через створення дієвих стимулів. Вмотивований персонал здатний створити бажані результати праці, забезпечити її більшу ефективність, взяти участь у розробці і впровадженні інновацій. Соціально-економічна мотивація персоналу виступає рушійною силою, що економічно і соціально спонукає персонал до ефективної праці та освітньо-професійного зростання.

Рис. 1. Схема механізму соціально-економічної мотивації персоналу на підприємствах

Джерело: розроблено автором на основі розвитку наукових підходів [1-6]

Оскільки важливим наслідковим аспектом соціально-економічної мотивації персоналу є ефективна праця з ознаками інноваційності, у механізм важливо закласти

розуміння таких результатів. Для кожного керівника інноваційні результати праці персоналу є пріоритетною ціллю, адже активізація інноваційної діяльності дає підприємству низку переваг: зростання прибутку завдяки впровадженню інновацій; зростання конкурентоспроможності підприємства; більш ефективне використання ресурсів; зниження витрат; зростання продуктивності; задоволення соціальних потреб колективу. У той же час на макрорівні інноваційна активність персоналу забезпечує: подолання економічного відставання країни; підвищення конкурентоспроможності країни на світовому рівні; підвищення соціального добробуту населення; вирішення соціальних проблем; підвищення рівня зайнятості; енергоефективність та екологобезпечність виробництва. Такий кумулятивний різнорівневий ефект бере свій початок з дієвої соціально-економічної мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах. Якщо орієнтуватись на гіпотезу, що мотиваційні впливи мають стимулювати інноваційний розвиток підприємств та економіки, то можна визначити такі основні сценарії вдосконалення механізму соціально-економічної мотивації на вітчизняних підприємствах:

– реформаційний – кардинальний перехід на нову концепцію розвитку і мотивації персоналу, базовану на принципах інклюзивного зростання;

– управлінський – формування мотиваційної культури управлінської ланки персоналу;

– інформаційний – впровадження системи моніторингу потреб, інтересів, цілей персоналу;

– селективний – цільова мотивація працівників, що відзначаються схильностями та ініціативою інноваційної діяльності;

– інвестиційний – базове підвищення ресурсних (у першу чергу фінансових) витрат на мотивацію всього персоналу.

На основі викладеного можна зробити висновок, що механізм соціально-економічної мотивації персоналу підприємств є діяльнісним алгоритмом мотиваційного впливу на працівників, що, разом з тим, потребує достатньої мотивації управлінських кадрів.

Список використаних джерел

1. Семикіна, М.В. Мотивація ефективної зайнятості: пошук оптимальної стратегії: [Монографія] / М.В. Семикіна, Н.А. Іщенко. – Кіровоград: КОД, 2012. – 216 с.
2. Колот, А.М. Мотиваційний менеджмент [Текст] / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2014. – 479 с.
3. Семикіна, М.В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання: [Монографія] / М.В. Семикіна / Відп. ред. В.В. Онікієнко. – Кіровоград: ПВЦ «Мавік», 2004. – 124 с.
4. Нижник, В.М. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : [Монографія] / В.М. Нижник, О.А. Харун. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – 210 с.
5. Нікітін, Ю.О. Сучасні моделі та механізми мотивації персоналу українських підприємств / Ю.О. Нікітін, В.Г. Рукас-Пасічнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 238-246.
6. Темченко, О. Врахування мотиваційної складової при розробці механізму матеріального стимулювання робітників на промислових підприємствах / О. Темченко, О. Лісніченко // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 350-353.

Маркітан Н.М., ст. гр. ФС-17
(Науковий керівник: *Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГРОШОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Як відомо, ринок у найпростішому розумінні – це система економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів. Він представляє сукупність товарного і грошового обороту. У функціональному розумінні ринок – поняття більш глибоке, комплексне і представляє систему ринків, серед яких найважливіша роль належить грошовому фінансовому ринку [1].

Грошовий ринок складається з багатьох потоків, за якими грошові кошти переміщуються від власників заощаджень до позичальників та інвесторів. Специфіка грошей як абсолютно ліквідного товару зумовлює істотну специфіку їх переміщення між суб'єктами грошового ринку, а також усіх інструментів та самого механізму функціонування цього ринку. Традиційні поняття «продаж» і «купівля», що склалися на товарних ринках неприйнятні для грошового ринку. Самі гроші виступають тут зовсім в іншому статусі порівняно з товарними ринками. Іншого змісту набувають і такі ринкові явища, як ціна, попит, пропозиція. Передача грошей від одного суб'єкта грошового ринку до іншого набуває сенсу лише тоді, коли у одного з них вони є вільними і немає потреби їх витрачати на купівлю матеріальних благ, а в іншого їх немає взагалі і немає матеріальних благ, від продажу яких потрібні гроші можна було б отримати [2].

Для розуміння сутності грошового ринку важливе значення має визначення його суб'єктів. Суб'єктами цього ринку є юридичні та фізичні особи, які здійснюють операції купівлі-продажу грошей. Усі ці операції можна розділити на три групи: з продажу грошей, з купівлі грошей і посередницькі операції [1].

В операціях з продажу грошей беруть сімейні господарства, фірми і структури державного управління, в операціях з купівлі грошей – ті самі економічні суб'єкти: фірми, сімейні господарства, структура державного управління [3].

У посередницьких операціях ключовими суб'єктами є так звані фінансові посередники – банки, інвестиційні та фінансові компанії, страхові компанії, пенсійні фонди, кредитні товариства тощо. Усі вони спочатку акумулюють у себе грошові кошти, купуючи їх у продавців, а потім від свого імені розміщують їх, пропонуючи покупцям [2].

У сучасній економіці грошовий ринок виділяється в структурі ринку капіталів, і цей термін до одного року. Інструменти грошового ринку є високоліквідними і можуть продаватися та купуватися [3].

Національний банк України станом на 01.10.2018 має: цінні папери України вартість яких становить 363 217 млн. грн., монетарне золото у розмірі 26 534 млн. грн., а також статутний капітал складає 100 млн. грн. [4]

Ринок грошей – це фінансовий ринок, на якому купуються і продаються короткострокові боргові інструменти (строк погашення яких менший, ніж 1 рік). Об'єктом купівлі-продажу на грошовому ринку є тимчасово вільні грошові кошти [1].

Грошовий ринок за своєю функціональною структурою найтісніше взаємодіє з кредитним ринком, де формуються інструменти короткострокових позик. З ринку облігацій на грошовий ринок залучаються короткострокові фінансові активи. Це

приватні та державні облігації з терміном погашення до одного року, а також банківські акцепти, комерційні векселя, депозитні сертифікати. У країнах з ринковими економіками на грошові ринки залучаються привілейовані акції грошового ринку [3].

Грошовий ринок складається з міжбанківського ринку та відкритого ринку. На міжюанківському ринку функціонують короткострокові кредити, які є переважно незабезпеченими. Міжбанківський ринок дозволяє банкам балансувати поточну ліквідність та вирівнювати платіжний оборот. Використання тимчасово вільних коштів дозволяє отримувати додаткові прибутки. Відкритий ринок використовують центральні банки для впливу на обсяги резервів комерційних банків, що змінює їх можливість мультиплікувати кредитні гроші. Купівлею та продажем короткострокових зобов'язань держави, центральний банк проводить власну грошово-кредитну політику. У 2018 році зростання глобального ВВП становитиме 3,6% згідно з прогнозами МВФ та Організації економічного співробітництва та розвитку. Відповідно до макроекономічного прогнозу Уряду України, зростання ВВП України в 2018 році прискориться до 3%, тоді як базовим прогнозом Національного банку передбачено зростання економічної активності до 3,2% [5]. Зміна обсягів банківських резервів комерційних банків змінює їх резервні можливості та можливість впливати на мультиплікацію грошової маси [3].

Зміст, характер і поняття «грошовий ринок» у більшості випадків відображає особливості процесів у монетарній сфері. Грошовий ринок України відрізняється недостатньо розвинутими ринковими механізмами і функціонує в усіченому вигляді. У розвинутих ринкових економіках використовуються юільш глибокі визначення, які відображають складність та багатогранність грошових процесів [1].

Отже, у процесі економічного дослідження важливо враховувати макро-економічні та фінансові аспекти грошового ринку. Уточнення і конкретизація понятійного апарата, який в умовах інтенсивного розвитку міждисциплінарних досліджень почав поступово втрачати окреслену точність, є необхідним для подальшого розвитку економічної науки і практики [3].

Список використаних джерел

1. Аналіз грошового ринку України. [Електронний ресурс] Режим доступу//: https://works.doklad.ru/view/6XFzXnWPcPE.html

2. Теоретичні основи функціонування грошового ринку [Електронний ресурс] Режим доступу: http://stud.wiki/finance/3c0b65625a2bd68a4d43b88421216d37 0.html

3. Лелик, А.В. Макроекономічні та фінансові аспекти розвитку грошового ринку / Львівська комерційна академія, 2003. – С. 296.

4. Національний банк України. Звіт про фінансовий стан [Електронний ресурс] Режим доступу: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=79926789

5. Основні засади грошово-кредитної політики на 2018 рік та середньострокову перспективу, 2017. – С. 19.

Мельнік А.В., аспірант
кафедри економіки та підприємництва
(Науковий керівник: *Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ПРАЦІ

Проблематика працевлаштування молоді на вітчизняному ринку праці висвітлено у працях провідних вчених-економістів України: С.І. Бандур, Д.П. Богиня, О.А. Грішнова, А.М. Колот, М.В. Семикіна та інші. Незважаючи на значний внесок учених, це питання молодіжного безробіття залишається досить актуальним і потребує детальнішого вивчення й аналізу.

Молодь є специфічною соціально економічної групою населення, яка потребує додаткових заходів підтримки на ринку праці, це підтверджується також аналізом причин молодіжного безробіття. Основними факторами, які впливають на працевлаштування молоді в трудову діяльність є особистий потенціал і самооцінка, мотиви і ціннісні орієнтації, ступінь професійного самовизначення, рівень і якість освіти, місце проживання, ступінь поінформованості, наявність трудової біографії, соціальна захищеність і діяльність Державної служби зайнятості.

Аналіз формування ринку праці, зокрема молодіжного сегмента, є досить актуальним питанням, адже молоде покоління складає більше ніж половину працездатного населення держави і вимагає особливої соціальної підтримки та захисту в період кризового стану становлення ринкової економіки. Оскільки регіональний ринок праці молоді є основним механізмом залучення та ефективного використання праці молодих людей в економіці держави, то вирішення питання молодіжного безробіття передусім повинне відбуватись на регіональному рівні [1].

Варто зазначити, що молодіжний сегмент ринку праці складається з суб'єктів ринку праці, а саме молоді у віці від 15 до 35 років.

За даними європейської статистики (рис. 1.), найнижчий рівень безробіття населення у віці 15-29 роки (у % до економічно активного населення у віці 15-29 роки) спостерігається у таких країнах як Чехія – 5,1%, Німеччина – 5,8%, Ісландія – 6,1 %. Найвищій рівень безробіття у Греції – 35,6%, Іспанії – 29,4%, Італії – 26,7% . В Україні цей показник складає 14,1% і розташовані рядом з такими країнами, як Бельгія та Фінляндія, з показниками 13,5% та 15,1% відповідно [2]. Але якщо взяти віковий діапазон 15-35 роки, згідно визначення поняття молоді, то рівень безробіття в Україні складає 12,3% [3].

Ринок молодіжної праці можна умовно розділити на три категорії. Це молодь, яка ніде не навчається і намагається знайти роботу відразу після школи: не маючи професійної освіти, люди влаштовуються на некваліфіковану роботу з досить невеликим рівнем заробітної плати і низькою перспективою подальшого кар'єрного зростання (це залежить, зокрема, від особистісних якостей). У цієї групи здобувачів є серйозні конкуренти – це більш дорослі некваліфіковані працівники й люди похилого віку, які мають певний досвід і навички у цих професіях. Тому досить часто молодих працівників не хочуть брати на роботу через їхню некомпетентність та острах за їхню безвідповідальність.

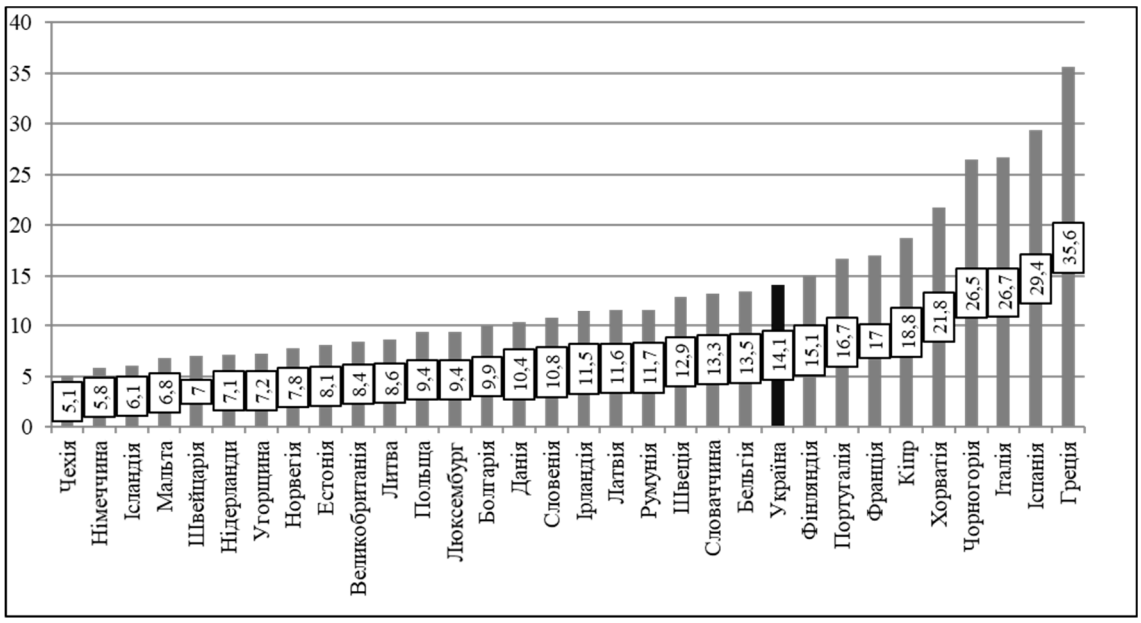


Рис. 1. Рівень безробіття населення у віці 15-29 роки у країнах Євросоюзу та України у 2017 році
(у % до економічно активного населення у віці 15-29 роки) [2].

Друга категорія молодих здобувачів – випускники ВНЗ і технікумів. Перед ними постає проблема знайти кваліфіковану роботу з гідною оплатою праці та з перспективою розвитку їхньої кар'єри. Але в умовах ринкової економіки вимоги роботодавця до свого майбутнього працівника підвищилися, на сьогодні до фахової освіти потрібно додати ще й досвід роботи, якого у випускників найчастіше немає. Тому багато з них зіштовхуються з серйозними труднощами при пошуку роботи зі спеціальності та в підсумку починають шукати будь-яку роботу [4].

Згідно останніх даних Державної служби зайнятості у Кіровоградській області, протягом січня-березня 2018 року кількість випускників, що отримували послуги державної служби зайнятості становила 174 особи (у т. ч. 126 випускників вищих навчальних закладів та 48 випускників професійно-технічних навчальних закладів)[5]. Серед випускників ВНЗ майже 40% навчалися у галузі соціальних наук, бізнесу та права (рис. 2.).

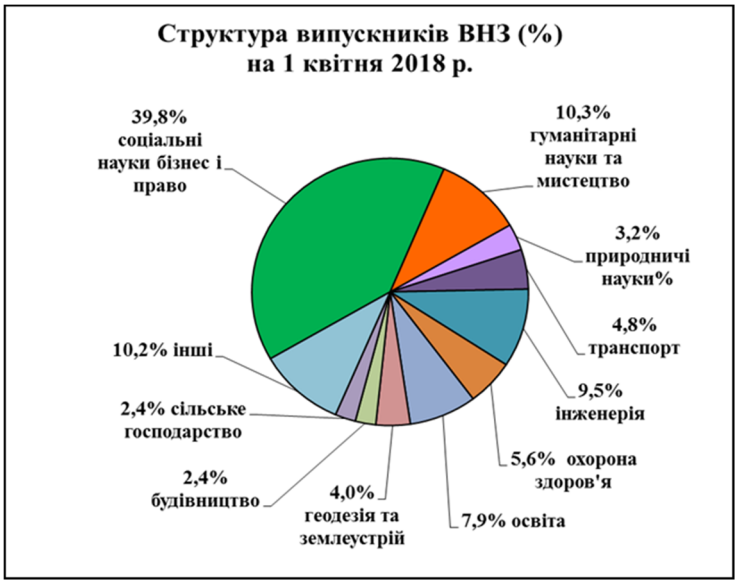


Рис. 2. Структура Випускників ВНЗ Кіровоградської області (%)
станом на 1 квітня 2018 р. [5].

Третя група – це молодь, яка поєднує і навчання, і роботу, проте кількість таких людей збільшується, що може вплинути на здобуття якісної освіти.

Також проблемним є питання зайнятості молоді в Кіровоградській області, тому що вона складає більше 34% працездатного населення і суттєво впливає на розвиток регіону. Як показує практика, питання зайнятості населення повинні вирішуватись у районах і містах області, де щорічно розробляють та впроваджують заходи програми зайнятості. Необхідно здійснювати заходи щодо регулювання зайнятості населення, аналізу, прогнозування, формування та регулювання ринку праці.

Основними причинами, що призвели до ускладнення стану на ринку праці в регіоні, зокрема неефективного використання робочої сили молоді, є відсутність власних коштів на підприємствах, обмеженість кредитних ресурсів та інвестицій, обмеженість бюджетних коштів держави. Також причиною складного стану із зайнятістю молоді є призупинення роботи або повна ліквідація окремих підприємств і галузей промисловості в державі.

Отже, можна виділити такі основні проблеми працевлаштування молоді: низька поінформованість абітурієнтів про попит вакансій як на регіональному, так і національному ринку праці; високі професійні вимоги роботодавців до молоді; обов'язкова наявність стажу роботи не менше трьох років; соціальна незахищеність більшості молодих людей державою; неможливість зайнятися підприємництвом через відсутність стартового капіталу та неможливість отримати його у кредит через великі відсотки.

Розв'язати проблеми зайнятості молоді можна тільки шляхом цілеспрямованих систематизованих і скоординованих дій. При цьому держава повинна піклуватися про розвиток соціальної стабільності та захищеності молоді, у міру зміни ситуації на ринку праці потрібне корегування політики у сфері працевлаштування, перегляд і доопрацювання законодавчої бази, своєчасне фінансування державних програм зайнятості, розроблення системи заохочень та пільг регіонам з низьким рівнем безробіття серед молоді.

Ефективне вирішення проблеми працевлаштування молоді, в тому числі за участі служби зайнятості, дасть поштовх до розвитку вітчизняної економіки, сприятиме становленню України як стабільної, розвиненої та квітучої держави.

Список використаних джерел

1. Большая, О.В. Проблема зайнятості молоді на ринку праці України / О. В. Большая // Економіка і регіон. – 2012. – № 2 (33). – С. 114-118.

2. Журнал Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_mw_cur&lang=en

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Электрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

4. Гринкевич, С.С. Стан молодіжної зайнятості в Україні / С.С. Гринкевич // Наук. вісн. УкрДЛТУ. – 2006. – Вип. 16.3. – С. 239-241.

5. Статистичний щорічник Кіровоградської області за 2016 рік // Головне управління статистики у Кіровоградській області. – 2017. – 473 с.

Мєлєхова А.К., ст. гр. ФС-17
(Науковий керівник: *Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність є одним з головних вимірювачів успішної діяльності підприємства. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення.

На сучасному етапі конкурентний ринок характеризується стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Конкуренція змушує суб'єктів ринку постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність [2].

Конкурентоспроможність підприємства найчастіше пов'язують з такими властивостями, як: здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, послуги, спроможність до продуктивного та ефективного функціонування, здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять основні конкуренти.

Впровадження інновацій є одним із найефективніших чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В класичному визначенні И. Шумпетера є п'ять видів інновацій [3]:

– інновації, наслідком яких є виробництво нового продукту, який має якісно нові особливості по відношенню до існуючих;

– новий підхід до комерційного використання продукції, без суттєвої зміни технології її виробництва;

– вихід на нові ринки збуту галуззю, незалежно від того, чи існував цей ринок раніше чи ні;

– використання нових джерел сировини і напівфабрикатів;

– зміна організаційних та інституційних форм, наслідком чого може бути, наприклад, створення монопольного положення або ослаблення монопольної влади іншого підприємства.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень.

До факторів слід віднести: політичну ситуацію в державі, законодавчу базу, економічні зв'язки, наявність конкурентів, систему та методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, систему довгострокового планування та інше.

Стратегія підприємства, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, частка ринку, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг, ефективність менеджменту, – можуть бути резервами для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Підприємства оформлюють свою стратегію розвитку, враховуючи свої переваги перед конкурентами, а саме:

– переваги у витратах – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар, послугу з меншими витратами, а отже за нижчою ціною, порівняно з конкурентами;

– переваги у маркетингу – це здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни [1].

Маркетинг взаємовідносин може надати значні переваги у випадку споживача, готового до тривалої співпраці, для якого перехід до послуг іншого постачальника пов'язаний зі значними витратами, наприклад, у разі придбання системи автоматизації офісу. Покупці таких систем, як правило, ретельно досліджують можливості конкуруючих фірм і обирають ту з них, яка, на думку покупця, досконало володіє технологією і може забезпечити обслуговування на тривалу перспективу на високому рівні. Як покупець, так і продавець закладають в основу своїх стосунків значні кошти і для кожного з них є важливим налагодження міцних тривалих відносин. Саме для таких споживачів маркетинг взаємовідносин може забезпечити найбільшу віддачу.

Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонованих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності національної економіки в цілому [2].

Отже, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є однією з найактуальніших проблем економіки України. Бажання здобути конкурентні переваги спонукає власників підприємств до впровадження різних інноваційних технологій, підвищення якості продукції, збільшення обсягів виробництва та зниження витрат на її виробництво.

Список використаних джерел

1. Коваленко, В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013. – №2. – С. 15-18.

2. Зоріна, О.І. Методи оцінки конкурентоспроможності деревообробних послуг / О.І. Зоріна // Ефективна економіка. – 2015. – №12. – С. 68-72.

3. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 400 с.

Муравльова О.С., студ. гр. ФС-17
(Науковий керівник: *Іщенко Н.А., канд. екон. наук, доцент*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ФІНАНСУВАННЯ

На сьогодні питання інноваційної діяльності підприємств є надзвичайно актуальним не тільки для підприємств, а й для економіки країни в цілому. Інноваційна

діяльність є невід'ємною частиною процесу забезпечення успішного, тривалого та стійкого функціонування підприємств, однією з фундаментальних складових ефективної стратегії та важливим інструментом задоволення конкурентних переваг.

Вивченням питань, що стосуються інноваційної діяльності підприємств займаються такі вітчизняні вчені, як О.І. Амоша, С.М. Ілляшенко, В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, І.М. Манаєнко, М.М. Меркулов та інші.

Метою дослідження є висвітлення особливостей інноваційної діяльності підприємств та її фінансового забезпечення.

Інноваційна діяльність являє собою діяльність, яка спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, які забезпечують появу на ринках нових конкурентоздатних товарів та послуг. Головною метою інноваційної діяльності є створення соціально-економічних, організаційних та юридичних умов для ефективного розвитку та використання науково-технічного потенціалу, забезпечення, втілення екологічних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій виробництва та реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції [4, с. 91-92].

Згідно даних Державної служби статистики України у 2017 році інноваційною діяльністю в промисловості займалися 759 підприємств. Серед регіонів вищою за середню в Україні частка інноваційно активних підприємств була в Харківській (28,1% від загальної кількості обстежених підприємств), Тернопільській (27,5%), Миколаївській (26,9%), Черкаській (24,4%), Кіровоградській (22,6%), Івано-Франківській (21,7%), Сумській (20,5%), Запорізькій (19,1%) областях та м. Києві (20,7%) [3].

Областями з найнижчою часткою інноваційно активних підприємств виявилися Чернігівська (9,6%), Закарпатська (9,0%), Рівненська (5,9%) та Хмельницька (5,7%) [3].

У 2017 році 88,5% інноваційно активних промислових підприємств упроваджували інновації. Промислові підприємства впровадили 2387 інноваційних видів продукції, з яких 477 – нових виключно для ринку, 1910 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 751 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо. Найбільшу кількість інноваційних видів продукції впроваджено на підприємствах Харківської (16,6% загальної кількості впроваджених видів інноваційної продукції), Запорізької (13,4%), Львівської (10,3%), Сумської (9,1%) областей та м. Києва (8,3%); за видами економічної діяльності – на підприємствах з виробництва машин і устаткування (23,9%), харчових продуктів (21,4%), основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (7,8%). У результаті інноваційної діяльності 8 підприємств створили нові технології, з яких 59 було передано іншим підприємствам, зокрема 2 – за межі України [3].

На сьогодні одним із головних факторів економічного зростання в Україні є ефективне фінансування інноваційного процесу. Система фінансування інноваційної діяльності є складним переплетенням форм і джерел фінансування. Так, основними джерелами коштів, які використовуються для фінансування інноваційної діяльності в Україні, є [1, с. 314-315]:

1. Державні інвестиційні ресурси (бюджетні кошти, кошти позабюджетних фондів, державні запозичення, пакети акцій, майно державної власності).

2. Інвестиційні, зокрема фінансові, ресурси суб'єктів господарювання комерційного і некомерційного характеру, а також громадських організацій, фізичних осіб і т. п. Це інвестиційні ресурси колективних інвесторів, зокрема, страхових компаній, інвестиційних фондів і компаній недержавних пенсійних фондів. Сюди ж входять і власні засоби підприємств, а також кредитні ресурси комерційних банків, інших кредитних організацій і спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків.

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат в 2017 році є власні кошти підприємств – 7704,1 млн. грн. (або 84,5% загального обсягу витрат на інновації). Кошти державного бюджету отримали 8 підприємств, місцевих бюджетів – 17, загальний обсяг яких становив 322,9 млн. грн. (3,5%); кошти вітчизняних інвесторів отримали 5 підприємств, іноземних – 3, загалом їхній обсяг становив 380,9 млн. грн. (4,2%); кредитами скористалося 21 підприємство, обсяг яких становив 594,5 млн. грн. (6,5%) [3].

Головними проблемами фінансування інноваційної діяльності в Україні є [2, с. 113]:

– повільне впровадження нових технологій у виробництво, що зумовлює уповільнення процесу окупності інвестицій, що є непривабливим та ризикованим в сучасному стані економіки країни;

– відсутність ефективного механізму трансформації знань в практичне їх використання;

– орієнтація державної економіки розвитку перш за все на реформи серед базових галузей економіки, відповідно, нестача державних коштів на інвестування в інноваційну діяльність;

– відсутність злагодженого механізму банківської системи щодо надання довгострокових кредитів;

– збройний конфлікт на Сході країни, що спричиняє негативний приріст іноземних інвестицій через нестабільність економіки;

– нестабільність валютного курсу;

– низький рівень захищеності права власності;

– нерозвиненість логістичної системи, що знову ж таки сповільнює як сам процес впровадження інновацій, так і в подальшому його дифузію.

Таким чином, проблема фінансування інноваційних процесів перш за все полягає у ризикованості вкладення значних інвестиційних ресурсів з довготривалою перспективною окупності. Для вирішення проблеми необхідно [2, с. 113]:

1) переорієнтація розподілу державного бюджету на підвищення частки фінансових ресурсів, що виділяється на впровадження інноваційних процесів на промислових підприємствах;

2) поширення інформації та її обмін з іноземними підприємствами щодо впровадження інноваційного процесу задля підвищення рівня свідомості та знання всіх факторів, які впливають;

3) реформування нормативно-правового аспекту захисту права власності;

4) реформування надання банками кредитів на довгострокові проекти, а саме зниження процентної ставки чи її часткової оплати державою;

5) впровадження відкритої системи фінансування, тобто прозорість у розпорядженні інвестиціями;

6) поширення інформації щодо ефективності впровадження інновацій задля зацікавленості робочої сили у підвищенні кваліфікації та перекваліфікації.

Вжиття зазначених заходів зможе покращити тенденції фінансування інноваційної діяльності в Україні лише за їх комплексної програми впровадження та з урахуванням передового досвіду країн ЄС.

Список використаних джерел

1. Захарченко, В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: [навч. посіб.] / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.

2. Манаєнко, І.М. Фінансування інноваційної діяльності підприємств: українські реалії та досвід ЄС [Електронний ресурс] / І.М. Манаєнко, А.І. Кравець // Інфраструктура ринку. – 2018. – Вип. 15. – С. 109-115. – Режим доступу: http://www. market-infr.od.ua.

3. Наукова та інноваційна діяльність України, 2017 рік: статистичний збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.ukrstat.gov.ua .
4. Рижиков, В.С. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / В.С. Рижиков, В.А. Панков, В.В. Ровенська, Є.О. Підгора. – К. : Видавничий дім «Слово», 2004. – 253 с.
5. Фоміних, В.І. Проблеми фінансування інноваційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / В.І. Фоміних, Н.І. Махова, О.І. Самохліб // Молодий вчений. – 2017. – № 10. – С. 1089-1092. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua.

Назаренко К.М., ст. гр. ІЗП-17 м
Чумаченко О.С., канд. тех. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПОСЛУГ ПОШИВУ І РЕМОНТУ ОДЯГУ

В сучасних умовах здатність підприємства забезпечувати зростання конкурентних переваг є важливою передумовою його функціонування і розвитку. Оскільки існує сукупність факторів конкуренції (необхідно активно поліпшувати організацію торгово-технологічного процесу, формувати раціональний асортимент товарів, систему якості обслуговування покупців), то процес забезпечення конкурентних переваг має реалізовуватись поетапно і за окремими напрямками, що є складовими потенціалу конкурентоспроможності.

Актуальність проблеми обумовлена тим, що для прийняття ефективних рішень по забезпеченню конкурентних переваг підприємство потребує системного використання сучасних методів збору і опрацювання інформації за всіма складовими потенціалу конкурентоспроможності – маркетингових, фінансово-інвестиційних, матеріально-технічних, адміністративних, логістичних, соціально-психологічних, інформаційних [1].

На відміну від зосередженості на промисловості (діяльності підприємства) в індустріальному суспільстві, в сучасній постіндустріальній економіці спостерігається домінуюча роль сфери послуг. На думку вчених в «сервісній економіці», «економіці послуг» важливо встановити інтерактивні (діалогові) і постійно відстежувані відносини зі споживачами, спрямовані на максимізацію ступеню їх задоволення. В економіці послуг фактор взаємодії переважає за своїм значенням технологічні фактори в якості змінної, яка визначає ефективність [2].

В сучасній літературі виявляють наступні особливості сервісної економіки:

– підприємства спрямовують зусилля на більш повне задоволення специфічних (індивідуальних) вимог споживачів;

– поняття корисності відповідає використанню товарів і тому, як системно поєднується продукт і послуга;

– під якістю розуміють постійно відстежувані відносини виробника і споживача;

– особливостями менеджменту стають гнучкість, відкритість, швидкість прийняття рішень, організація мереж;

– партнери прагнуть створювати структури із горизонтальними зв’язками, орієнтуючись на потреби клієнтів, підприємства прагнуть більше уваги приділити забезпеченню взаємозв’язку стратегічних цілей фірми і мотивації співробітників;

– ефективне функціонування матеріально-сервісних систем;

– головний фактор, що визначає успіх підприємства, є його здатність зрозуміти систему переваг та уподобань клієнта і тенденції їх розвитку і якнайкраще задовольнити ці потреби.

Останніми роками спостерігається стійка світова тенденція збільшення попиту на різноманітні швейні вироби. При цьому підприємства, основною діяльністю яких вже тривалий час було надання побутових послуг, зокрема пошиву та ремонту одягу, також мають врахувати зазначені тенденції розвитку суспільства і переходу до «економіки послуг». Для цього може бути використана стратегія «сегментованого зміцнення» в ситуації, коли підприємство має можливості для ширшого задоволення різних потреб групи споживачів (у межах одного ринкового сегмента) та розташоване на території з середнім рівнем доходів споживачів. Цей варіант поведінки дозволяє при зменшенні попиту на окремі групи товарів (чи послуг) задовольняти загальні потреби обраної групи споживачів та уникати залежності від одного різновиду товарної спеціалізації. Водночас має враховуватися ризик можливого звуження цільового сегмента, та важливо постійно докладати зусиль для формування і підтримки власного позитивного іміджу.

Ательє, що спеціалізуються на послугах по ремонту і пошиву одягу в умовах кризи, можуть розширити асортимент послуг за рахунок пошиву штор, покривал та інших текстильних виробів. Підставою для таких рішень є наступні тенденції.

На сьогодні хоча нове будівництво житла йде мало, активно йде купівля-продаж на ринку житлової нерухомості, що супроводжується ростом попиту на будівельні матеріали для ремонту, меблі, предмети інтер'єру, оскільки купівля житла пов'язана з необхідністю придбання товарів для дому. Після ремонту власники житла прагнуть оновити інтер'єр.

Ринок домашнього текстилю переживає складнощі у зв'язку з коливаннями і ростом валютного курсу, оскільки 80% товарів є імпортними. Лідерами є Китай і Туреччина. В зв'язку із ростом цін попит зміщується в бік бюджетного сегменту. Бренд перестав мати значення. І навіть в кризовий період споживачі продовжують робити покупки для ремонту, що відкриває перспективи для розвитку окремих сегментів.

Отже, для посилення своїх конкурентних переваг ательє пошиву і ремонту одягу, що має в своєму розпорядженні приміщення, обладнання і персонал може приділити увагу розширенню асортименту своїх послуг пошивом штор на замовлення.

Статистика запитів в пошукових системах свідчить, що споживачів більше цікавлять готові штори і штори економ-сегмента, ніж продукція шторних салонів. Відповідно до цих даних, можна зробити висновок, що в сегменті переважають бюджетні варіанти. Ще одним фактором, що робить напрямок перспективним, це висновок маркетологів, що доросле населення неможливо переконати встановлювати на вікнах житлових приміщень жалюзі, котрі сприймають як офісний варіант. Вікно саме по собі є прикрасою інтер'єру, але на сьогодні винайдено багато способів прикрашати і цю «прикрасу». З усієї різноманітності застосовуваних для цього матеріалів найбільш поширені тканини. Легкі, важкі, глухі і прозорі, монотонні, з малюнком, яскраві і стриманих кольорів. Колір, фактура і малюнок тканини повинні відповідати кольорам і стилю меблів, бути в гармонії з інтер'єром дому. За результатами досліджень відомо, що існують купівельні звички у споживачів. Є категорія, споживачів, що міняють штори відповідно до пори року. Штори створюють затишність, відчуття розкоші, старі штори не тільки вигорають на сонці, але й виходять з моди. Люди, яких турбує суспільний статус, прагнуть щоб їх житло було відповідно оздоблене, зокрема гарними шторами.

Існує велика кількість різновидів штор, кожен з яких характеризують відповідні параметри:

– класичні – розсувні прямі портьєри із занавісами із тюля, основний акцент на тканині і різних декоративних елементах (підхвати, шнури, зборки, китиці);

– римські – полотно, що збирається вгору крупними складками і регулюється шнурами;

– рулонні – для кухні, балкона, спальні;

– пліссе – вироби преміум класу;

– японські – рівні полотна, що переміщують по карнізах подібно до розсувних дверей;

– французські, австрійські – тканина зібрана в декілька горизонтальних складок шнурами;

– італійські – стягуються шнурами, пропущеними через кільце.

Спеціалісти ательє можуть надавати кваліфіковані послуги по підбору штор. Комерційна діяльність для збуту продукції має бути спрямована на пошук платоспроможних споживачів шляхом системно організованої реклами.

Розміщення об'яв в безкоштовних рекламних виданнях, у транспорті, біля під'їздів будинків, де розташоване ательє, розповсюдження листівок у будівельних магазинах та спеціалізованих ринках, в магазинах шпалер і меблів, візитки з контактами і адресою сайту. Постійними клієнтами можуть стати дизайнерські студії, які не мають власного ательє. Цінова стратегія передбачає вивчення цінової політики конкурентів, використання системи знижок для постійних клієнтів, оскільки замовнику звичайно потрібна не одна штора, а декілька, для декількох кімнат. При великих замовленнях може надаватись знижка, або пошив наволочок для диванних подушок.

Важливим елементом успіху є творчий підхід до виконання замовлень дизайнерів ательє в індивідуальній роботі з клієнтами. Використання соціально-психологічних методів забезпечення конкурентних переваг сприятиме реалізації соціально-відповідальної поведінки, внутрішньої і зовнішньої відповідальності підприємства перед трудовим колективом, споживачами, територіальною громадою.

Список використаних джерел

1. Лупак, Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Раздел I / Учебное пособие / Раздел I. «Экономика сферы услуг». Иркутск: БГУЭП, 2004. – 281с.

Невмержицька О.М., студент
Літинська В.А., доцент
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ЗАВДАННЯ І НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Стабільний економічний розвиток країни неможливий без формування соціально забезпеченого суспільства. Поєднання проблем розвитку ринкових відносин з посиленням уваги до соціальних питань створює необхідні передумови для економічного оздоровлення, стабільного становища людини впродовж усієї трудової

діяльності й після її завершення. Зрештою, економічне зростання і підвищення народного добробуту – взаємопов'язані процеси.

В сучасних умовах розвитку національної економіки, враховуючі прагнення України інтегруватись до Європейського економічного простору, актуальним стає дослідження проблеми фінансового забезпечення соціальної сфери, розробка сучасного механізму її фінансування та пошук напрямків підвищення ефективності соціальних видатків.

Проблеми фінансового забезпечення соціальної сфери сьогодні розглядає цілий ряд науковців науковців, зокрема Льовочкін С.В., Антошкіна Л.І., Ляхович Г.І., Величко О.В., Кичко І.І., Єфімова С.Б., Пігуль Н., Люта О., Бойко А., Горянська С., Мних М. та багато інших.

Але не дивлячись на те, що протягом останніх років значно зросла увага до проблеми фінансового забезпечення соціальної сфери і, як наслідок, з’явилася велика кількість науково-теоретичних розробок з даної проблематики, проблема пошуку джерел фінансування проектів соціальної спрямованості не втрачає своєї актуальності.

Для України цікавим є досвід країн, які пройшли або проходять шлях розвитку, аналогічний нашому (Угорщина, Польща, Чехія, Словаччина та ін.). Він свідчить про те, що держава, яка не в змозі належною мірою фінансувати соціальну сферу, повинна рішуче реформувати соціальну політику за трьома головними напрямами: по-перше, це роздержавлення соціальної сфери і максимальне звільнення держави від функцій безпосереднього надання громадянам соціальних послуг з перекладенням цих обов'язків на некомерційні структури; по-друге, формування ринку соціальних послуг з реальною конкуренцією їх надавачів, внаслідок чого підвищується якість і знижуються витрати на виробництво цих послуг; по-третє, впровадження комплексної системи соціального замовлення. Така форма взаємодії держави з некомерційними організаціями поширена в усіх цивілізованих країнах. Основою механізму соціального замовлення є принцип переважного використання бюджетних та позабюджетних коштів, призначених для соціальних потреб, не на фінансування відомств і бюджетних установ, а цільових соціальних програм і соціальних проектів.

У соціальній сфері України проблема фінансування стоїть особливо гостро. Досить довго переважним джерелом її фінансового забезпечення був бюджет держави.

Зараз в Україні використовуються практично всі джерела, однак стрункої системи не сформовано. До складу установ і організацій, що належать до соціальної сфери, входять ті, що традиційно надавали платні послуги, тобто покриття витрат здійснювалися за рахунок накопичень населення. Це підприємства житлово-комунального господарства, побутового обслуговування, громадського харчування. А також існує мережа установ, що надають платні послуги у сфері освіти(приватні школи, дитячі садки, гімназії, ліцеї, у вищих навчальних закладах поряд із бюджетними існують і так звані комерційні групи) та медицини (одночасно з державними клініками, центрами, лікарнями існують і приватні) [1].

За останні роки в Україні сформувалися основні типи благодійних організацій, які у міжнародній практиці утворюють основу сектора організованої філантропії, а саме: приватні, корпоративні та операційні благодійні фонди, фонди громад. Більшість з них пройшли складний етап організаційного розвитку, під час якого відбувся перехід від хаотичного впровадження різноманітних ініціатив до конкретизації сфер їхньої діяльності.

Поступово розвивається в Україні приватна благодійність завдяки акціям та кампаніям на збирання коштів організаціями громадянського суспільства. Втім,

зацікавленість людей громадським життям через загальне зубожіння залишається на низькому рівні. Приватна благодійність рухається кількома шляхами. Найбільш відомий – заснування власних благодійних структур представниками заможних верств населення, головним чином з метою популяризації власного іміджу. Інший шлях – це благодійність малими пожертвами широких верств населення, яка відбувається на рівні громади і часто є відгуком на кризові ситуації в суспільстві або акції організацій [1].

Наступним джерелом фінансового забезпечення соціальної інфраструктури є страхування – пенсійне, медичне, соціальне. Вона розраховане на все зайняте населення держави, оскільки саме воно бере участь у створені страхових фондів [2].

Особливістю сучасного розвитку економіки України є зростання ролі соціальної сфери, яка створює сприятливі умови як для духовного, так і для матеріального життя, оскільки якість, асортимент і доступність послуг, котрі надаються, є важливою складовою частиною формування високого рівня життя населення. Стабільний розвиток соціальної сфери України потребує такого рівня фінансового забезпечення, який би дав змогу стати соціальній сфері одним із важливих факторів переходу до сталого розвитку економіки в цілому. Характерною ознакою розвитку соціальної сфери останніх років є недостатність обсягів як бюджетного, так і позабюджетного фінансування, що, в свою чергу, негативно позначається на людському потенціалі, який є не лише ключовою метою, а й найважливішим детермінантом і чинником економічного розвитку України [2].

Враховуючи сучасний стан і тенденції розвитку вітчизняної економіки, на нашу думку, збільшення обсягів бюджетного фінансування в Україні є проблематичним, тому необхідно зосередити увагу на підвищенні ролі та рівня позабюджетного фінансування. Так, для установ соціальної сфери, котрі фінансуються переважно за рахунок коштів бюджетів різних рівнів, доцільно розширити автономію у сфері залучення та використання фінансових ресурсів. Це дасть змогу не лише самостійно залучати додаткові фінансові ресурси, а й витрачати їх, виходячи з власних потреб. Це може стати стимулом для їхнього подальшого розвитку і навіть виникнення конкуренції за право реалізовувати власні послуги на ринку [3]. Для суб’єктів господарювання соціальної сфери, котрі використовують комерційний розрахунок як метод організації фінансів, необхідно підвищувати рентабельність діяльності через підвищення якості послуг та застосування ринкових механізмів ціноутворення. Крім того, важливим фактором фінансової підтримки розвитку соціальної сфери можуть бути кредитні ресурси, котрі надаються на пільгових умовах для реалізації соціальних програм. Отже, збільшення обсягів позабюджетного фінансування позитивно вплине на функціонування соціальної сфери та підвищення якості життя населення України [3].

Основним завданням соціально-орієнтованої економіки є забезпечення соціальним захистом усіх верств населення через застосування ефективної соціальної політики, а формою її реалізації повинен виступати ефективний та якісний процес фінансування соціальної сфери. Окреслені проблеми вимагають від уряду України побудови нової моделі соціального розвитку, підвалинами якої є галузі соціальної сфери, що стимулюють розвиток людського потенціалу та людського капіталу: охорона здоров'я, освіта, культура і мистецтво, фізична культура і спорт, житлово-комунальне господарство, соціальне страхування. Характерною ознакою розвитку соціальної сфери останніх років є недостатність обсягів як бюджетного, так і позабюджетного фінансування, що, в свою чергу, негативно позначається на людському потенціалі, який є не лише ключовою метою, а й найважливішим детермінантом і чинником економічного розвитку України.

Список використаних джерел

1. 1.Пігуль, Н.. Фінансове забезпечення соціальної сфери в Україні / Н. Пігуль, О. Люта, А. Бойко // Вісник Національного банку України. – 2015. – №1(227). – С. 30-35.
2. Колодізєв, О.М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: монографія / О.М. Колодізєв. – Х.: ВД ІНЖЕК, 2009. – 278 с.
3. Горянська, С. Фінансове забезпечення соціального захисту населення / С. Горянська // Фінанси України. – 2006. – № 6. – С. 87-95.
4. Мних, М. Страхування та його роль у забезпеченні соціального захисту населення/ М. Мних // Фінанси України. – 2007. – № 6. – С. 39-45.

Онац А.А., студентка
Сита Є.М., ст. викладач
кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТІПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

В останні роки більш помітним стає вплив на загальноекономічні показники країни показників функціонування саме харчової промисловості. У галузі харчової промисловості існують чимало негативних факторів, що стають на заваді до її сталому розвитку, одним із яких є підвищення цін на сировину. Саме цей фактор на думку багатьох дослідників призвів до пригніченого стану підприємств цієї галузі. Все це обумовлене, передусім, властивостями ціноутворення в галузі та мінливою кон'юнктурою ціни на борошно та хліб [1; 4; 6; 7].

Підприємства хлібопекарської промисловості працюють в умовах обмеженої свободи ціноутворення соціальних (масових) сортів хлібу, відтак існує шанс вирішення даної проблеми підвищення ефективності за допомогою підвищення ціни на хліб першого та другого ґатунку. Таким чином, виходить, що чим більша частка соціальних сортів хліба на підприємствах галузі, тим більш гостро стає питання економічної ефективності. Все це пов'язане з підвищенням ринкових цін на паливо та електроенергію, а також на сировину, серед якої особливе місце посідає борошно. З метою впровадження на операційному рівні заходів, спрямованих на створення переваг підприємства в конкурентній боротьбі, застосовується маркетинговий інструментарій, що складається з цінової, комунікаційної, товарної політики, політики дистрибуції (збуту).

Особливої уваги заслуговує ціновий аспект маркетингового інструментарію, так як ціна на продукцію в умовах ринку визначається різними фактору мита обчислюється на підставі внутрішньої калькуляції. В основі обчислення ціни лежить собівартість одиниці продукції та прибуток. Проте, треба зауважити, що реалізація за такою ціною можлива тільки у випадку ухвалення її споживачем, тому необхідно ще до початку виробництва продукції з'ясувати обсяг попиту на конкретному ринку та встановити такі ціни, з якими б споживач погодився.

При оцінюванні продукції споживачем, перш за все, грає роль співвідношення ціни та споживчої властивості товару. Треба зауважити, що відсутність ринкових цін на українському ринку хліба негативно відзначається на діяльності хлібопекарських підприємств, тоді коли економічно обґрунтована рентабельність хлібопекарського

виробництва на рівні 17-22 % стабілізує подальший розвиток галузі, а відтоді й, – аграрного сектора [1; 5; 8].

Політика роботи з виготовлення продукції включає в собі перелік заходів та інструментів, які направлені на розробку нового виробу або його модифікацію з метою задоволення вимог ринку. Для кожного виробу характерним є визначений життєвий цикл, що складається із 7 стадій, таких як: розробка товару; повільне зростання обсягу продажів; зростання; зрілість; насичення ринку та спад.

Новий продукт, який з'являється на ринку, мусить мати суттєву різницю в порівняні з виробами, які випускаються конкурентами та максимально вдовольняти запити споживача. Остаточним при цьому є суб'єктивне сприймання властивостей товару споживачем. Отже, при представленні товару на ринку, треба встановити критерії оцінювання покупцями виробів, що вже продаються. Методом порівняння оцінки продукції конкурентів з уявленнями покупців про ідеальний товар можна отримати інформацію про потрібні об'єктивні й суб'єктивні властивості продукції, яку необхідно буде ввести на ринок. Значну роль, крім споживчої цінності продукції, відіграє її оцінка в суспільному контексті.

Ухвалення рішень у сфері політики просування товару полягає у виборі систем, форм і каналів збуту. Виходячи з цього система збуту хлібопекарських підприємств може бути [3]:

– власною (реалізація виробником власних товарів через торгові філії підприємства);

– пов'язаною з підприємством (система торгівлі за договорами, система франшиз);

– не пов'язаною з підприємством (економічно та юридично незалежні збутові компанії).

Слід зазначити, що сьогодні хліб слід розглядати як товар, а не лише соціальний продукт першої необхідності. Нинішні технології виробництва та рецептури дозволяють розширити асортимент хлібопекарської продукції преміум-сегменту та забезпечити прибутковість виробничо-господарської діяльності підприємства, оскільки ціна на даний товар формується на основі ринкового механізму, на відміну від соціальних сортів хлібу, ціна на який регулюється державою. Тому для просування даної продукції, слід обов'язково використовувати елементи маркетингової пропозиції для популяризації продукції преміум-сегменту.

Індивідуальні цінності покупців та психографічні ознаки цільової групи формують сутність трьох груп атрибутів пропозиції. Першою необхідно виділити - загальну ідею, призначення хлібопекарської продукції, яка задовольняє специфічний попит споживачів цільової групи і виправдовує їх сподівання на певний рівень споживчих характеристик, ціну і якість.

Друга група – ринкове оточення, її складовим є асортимент продукції, його глибина, ширина, довжина, поновлюванність та інші характеристики.

Третя група – додаткові атрибути або засоби позитивного впливу на емоційний стан покупця і зростання афективної складової рішення про купівлю. Це може бути наявність корисних мікроелементів, підвищений вміст вітамінів, мікроелементів, пакування з більшою кількістю продукту (більшою вагою) за тією ж ціною та інше.

Зауважимо, що ринкове оточення підприємств харчової промисловості формується при його створенні, виробництві та реалізації, а оцінюється при споживанні. Оцінка властивостей цих виробів пов'язана з суб'єктивним сприйняттям споживачем міри відповідності товару його заявленим характеристикам. Тут мова

може йти про ступінь відповідності між фактичними перевагами продукції та заявленими. Якщо ступінь відповідності для товару фірми вищий, ніж для аналогічних товарів конкурентів, це призведе до повторної покупки. Вона визначається у процесі встановлення ціни на основі витрат і на цінності продукту для споживача. При цьому ціноутворення в маркетингу завжди залишається в першу чергу мистецтвом, одним із проявів інтуїції маркетолога.

Таким чином, саме маркетинговий підхід є ключовим щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі. Він надає можливість розробляти ефективну товарну політику, налагоджувати комунікаційні зв'язки із споживачем та розширювати ринки збуту хлібопекарської продукції.

Список використаних джерел

1. .Волонцевич Е. Ф. Конкурентоспособность фирм / Е. Ф. Волонцевич. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 115 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств: статистична інформація [Електронний ресурс] // Державний комітет статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
3. Гаркавенко, С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 1998. – 364 с.
4. Гупанова, Ю.Є. Організаційно-економічний механізм управління якістю продукції хлібопекарської промисловості / Ю.Є. Гупанова // Харчова промисловість, 2006. – №8. – С. 58-61.
5. Кириленко, І.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва / І.Г. Кириленко // Економіка АПК, 2005. – № 11. – С. 69-73.
6. Колобаева, ЮА. Экономика, организация и планирование хлебопекарного производства. / Ю.А. Колобаева, Т.А. Сидорова, И.М. Золотовицкий. – М.: Издательство «Пищевая промышленность», 1985. – 379 с.
7. Конкурентна стійкість та ринок: Оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства на ринку //Легка пром-ть., 2003. – №3. – С. 41.
8. Соловйов, І.О. Маркетингові аспекти діяльності суб'єктів ринку хлібобулочних виробів / І.О. Соловйов, О.О. Мурзак // Економіка АПК, 2005. – №2 (124). – С. 121-128.

Орищенко Ю.О., ст. гр. ЕП-16
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Інтернет-маркетинг це комплекс соціальних та управлінських процесів, які спрямовані на задоволення потреб споживачів у мережі Internet при формуванні пропозиції і системи обміну товарів і послуг за допомогою інформаційних комунікаційних технологій. Його потрібно розглядати як новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну з метою отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигод [1].

Метою Інтернет-маркетингу є ефективний зв'язок на лінії компанія-клієнт, а також збільшення доступу до інформації про бренд. Якщо маркетинг це залучення і утримання клієнтів, то Інтернет-маркетинг залучення і утримання клієнтів в Інтернеті [2]. Для того, щоб детальніше розібратися в даному питанні необхідно ознайомитися з історією виникнення Інтернет-маркетингу.

Інтернет-маркетинг з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Зараз Інтернет-маркетинг це щось більше, ніж

продаж інформаційних продуктів, зараз йде торгівля інформаційним простором, програмними продуктами, бізнес-моделями і багатьма іншими товарами і послугами. Такі компанії, як Google, Yahoo, і MSN підняли на новий рівень і сегментували ринок Інтернет-реклами, пропонуючи малому і середньому бізнесу послуги в даній сфері. Завдяки цьому, рентабельність інвестицій зросла, а витрати вдалося знизити. Цей тип маркетингу став основою сучасного капіталізму, яка дозволяє кожному, у кого є ідея, товар або послуга, досягти максимально широкої аудиторії [3].

В Інтернет-маркетингу результат досягається за рахунок визначення цільової аудиторії, вибору відповідних дій, а також систематичного вимірювання ефектів. Спостерігаючи за всіма параметрами в режимі реального часу можна своєчасно змінювати політику діяльності і, отже, оптимально використовувати всі опції комунікації і просування. Інтернет-маркетинг має такі особливості:

– інтерактивність обмін інформацією з клієнтом;

– широкі знання про клієнта, можливі завдяки веб-аналітиці та дослідженню поведінки;

– точне налаштування повідомлень;

– необмежений час роботи (цілодобово, по всьому світу);

– дуже велика гнучкість і контроль над здійснюваними діями;

– максимальна оптимізація витрат.[4]

Проте, Інтернет-маркетинг, має не лише позитивні особливості, але й певні обмеження. Зупинимося більш детально на них.

За допомогою Інтернет-маркетингу, споживач може легко ознайомитись з даним товаром, знайти всю необхідну інформацію про нього. Також, вихід в мережу Internet, є значно дешевшим, на відміну від, традиційних рекламних медіа (друкованих, радіо і телебачення). Тобто, застосування методів Інтернет-маркетингу націлене на економію коштів (на заробітній платі співробітників відділів продажів і на рекламі), а також на розширення діяльності компаній (перехід з локального ринку на національний та міжнародний ринок). При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш урівноважені шанси в боротьбі за ринок. Проте, основна незручність, з якою зіштовхується споживач в Інтернет-маркетингу – неможливість випробувати товар. Проте, споживач завжди може звернутися до звичайного магазину, подивитися на цей товар, та замовити його в Інтернет-магазині. Проблема відсутності можливості у покупця «помацати» товар також може вирішуватися іншими способами, наприклад, деякі власники Інтернет-магазинів використовують фотографії товару високої якості, намагаючись передати в зображеннях всі деталі та особливості своєї продукції. На сучасному етапі розвитку Інтернет, дана проблема, може вирішуватися за допомогою соціальних мереж. Адже, передати всю красу товару, зробити цікавий пост, привабити покупця, допоможуть саме соціальні мережі.

На сьогоднішній день складно знайти велике підприємство, яке не просуває себе в соціальній мережі. Періодичні публікації можуть вигідно вирізнити один бізнес на фоні інших конкурентів. Також, за допомогою соціальних мереж, можна створити власний бізнес: продавати нові та вживані речі, приймати різноманітні замовлення. Таким чином Інтернет-маркетинг, суттєво впливає на ряд ділових сфер, включаючи музичну індустрію, банківську справу, ринок портативних електронних пристроїв (мобільні телефони, плеєри і т. д.), так званий «блошиний ринок» і головне на рекламу. Ефект від впливу на рекламну індустрію був і залишається величезним. Протягом всього декількох років обсяг онлайн-реклами стрімко виріс і досяг десятків мільярдів доларів на рік. [5]

Отже, мережеві комунікації характеризуються швидкодією та ефективністю: зробити замовлення через онлайн-маркет можна протягом декількох секунд, а способи доставки товару з кожним роком удосконалюються і прискорюються. Цій тенденції і сприяє розвиток Інтернет-маркетингу.

Список використаних джерел

1. Полтавець, М.М. Сучасні технології інтернет-маркетингу / М.М. Полтавець // Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 29 листоп. 2017 р. – Кропивницький, 2017. – С. 89-91.
2. Маркетинг та реклама в мережі Internet: особливості сучасного інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/19591007/informatika/marketing_reklama_merezhi_internet.
3. Електронний маркетинг: історія електронного маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Електронний_маркетинг#Історія
4. Цілі і особливості інтернет-маркетингу: особливості маркетингу в мережі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://readonline.com.ua/items/25836-tsili-i-osoblivosti-internet-marketingu/
5. Електронний маркетинг: вплив інтернет-маркетингу на бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https: https://uk.wikipedia.org/

Павловський В., магістрант
(Науковий керівник: *Овсак О.П., канд. екон. наук, доцент*)
Національний авіаційний університет
м. Київ

РОЗВИТОК СВІТОВОЇ АВІАЦІЙНОЇ МЕРЕЖІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В умовах глобалізації спостерігається прискорення розвитку економіки та поглиблення їхньої взаємодії, яке призводить до збільшення попиту на продукцію обслуговуючих галузей виробництва, особливо на продукцію транспортної галузі.

Авіаційні мережі з початку їх формування розглядалися як мережі з високим потенціалом для здійснення високошвидкісного сполучення, а сьогодні їх технологічний і економічний рівень розвитку дозволяє обслуговувати великі транспортні потоки з відносно низькою вартістю та з високим рівнем надійності. Ці чинники зумовили включення програм розвитку міжнародних авіаційних мереж в стратегічних напрямків соціальної, політичної та економічної інтеграції держав в усьому світі.

Авіаційна мережа – це сукупність взаємопов'язаних повітряних шляхів сполучення та елементів авіаційної інфраструктури, які функціонують з метою забезпечення найбільш раціонального задоволення потреб економіки та населення у швидкому транспортуванні на великі відстані.

Географічне положення країни має значний вплив на розвиток авіаційних транспортних мереж. Маленькі країни, що мають велику кількість сухопутних шляхів, розвивають авіаційний транспорт тільки як додатковий, а великі держави потребують більшої кількості повітряного транспорту, який забезпечить потребу в швидкісному перевезенні вантажів та пасажирів на великі відстані.

Розвиток транспортної системи України значно залежить від економічної ситуації в державі. Нестача фінансування та низький рівень доходів населення обумовлюють

скорочення обсягів пасажиро- та вантажопотоків авіатранспорту. В Україні є всі необхідні умови для формування сучасної системи транспортних комунікацій, яка відповідала б світовим стандартам. Такими умовами є достатня ресурсна база, наявність кваліфікованого трудового ресурсу, вигідні природно-кліматичні та географічні характеристики території; наявність конкурентоспроможних науково-технічних проектів, які пройшли відповідну експертизу і готові до реалізації, зацікавленість закордонних інвесторів у розміщенні капіталів в Україні, стійка тенденція до визнання України світовим співтовариством як європейської держави, наявність затвердженої концепції створення і функціонування в Україні національної мережі міжнародних транспортних коридорів.

Аналіз світової авіаційної мережі дозволяє виділити головні тенденції її розвитку:

– лібералізація ринку пасажирських та вантажних перевезень;

– активізація впровадження політики «відкритого неба», яке розширює ресурси міжнародних авіаційних мереж та впливає на показник економічної вигоди діяльності авіаперевізників;

– збільшення ресурсів пропускної та навантажувальної спроможності національних та міжнародних авіаційних мереж паралельно збільшенню попиту на авіаперевезення;

– підвищення ролі держав Близького Сходу і Азії в розвитку авіаційних транспортних мереж;

– підвищення ролі авіаперевезень в загальній структурі світової транспортної системи;

– зростання обсягів перевезень вантажів і пасажирів авіамережами, що відображає підвищення ролі авіаперевезень у загальній структурі світової транспортної системи;

– збільшення питомої ваги авіаційних перевезень у загальному обсязі товарних потоків;

– збільшення обсягів інвестицій в розвиток авіаційних мереж;

– зростання кількості турбореактивних літаків через їх більш високий рівень надійності.

Отже, повітряний транспорт є одним з найбільш привабливих засобів міжнародних перевезень, розвиток міжнародних авіаційних транспортних мереж забезпечує вагомий внесок у розширення міжнародного економічного, політичного і соціального співробітництва. Посилення впливу глобалізації на функціонування світових транспортних мереж призвело до виникнення нового уявлення про роботу національних і міжнародних авіамереж як єдиного цілого, що дозволило встановити загальні тенденції і детермінанти їх розвитку.

Петрушенко Н.В., аспірант
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Туристична галузь на сучасному етапі розвитку виступає доволі складною соціально-економічною системою, найголовніша умова зростання якої полягає у

розробці та впровадженні інновацій. Роль інноваційних процесів з кожним роком все більше зростає, оскільки вони дають змогу підприємствам досягти конкурентних переваг та повною мірою задовольняти попит споживачів. Незважаючи на це, не усі підприємства туристичної сфери впроваджують інновації у свою діяльність, оскільки інноваційній діяльності притаманна складність прогнозування кінцевого результату, високий рівень ризику і невизначеності. Виходячи з цього управління інноваційним розвитком потребує розробки ефективної інноваційної стратегії.

Дану проблематику досліджували такі науковці як Амєт-Устаєва Д.М. [1], Гарбера О.Є. [2], Миронов Ю.Б. [3], Мірошник Р.О. [4] та інші.

Для формування інноваційної стратегії підприємств туристичної індустрії та подальшої реалізації інноваційних ідей в сфері туризму необхідна дієва система управління інноваціями, яка відповідає сучасним вимогам туристичного ринку. Ефективність створення нового туристичного продукту, темпи його розвитку визначаються інноваційною активністю у виробництві нового продукту, який або задовольняє зовсім нову потребу, або дозволяє розширити ринок споживачів [3, с. 771].

В туристичній індустрії інноваційна діяльність розвивається за трьома основними напрямками:

1. Впровадження інновацій (організаційні інновації), які пов’язані з розвитком підприємництва і туристичного бізнесу в системі та структурі управління, в тому числі реорганізацією, поглинанням конкуруючих суб’єктів на основі нової техніки та передових технологій, кадрової політики, раціональної економічної та фінансової діяльності;
2. Маркетингові інновації, які дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів, або привабити нових клієнтів;
3. Періодичні інновації (продуктові інновації), які спрямовані на зміну споживчих якостей туристичного продукту, його позиціонування на ринку [2].

Головна характеристика інновацій – це їх новизна, яка дозволяє нарощувати коло потенційних споживачів, змінювати потреби споживачів та розширювати функціональність туристичного продукту тощо.

Визначальну роль у інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі відіграють інформаційні системи і технології управління, які тісно пов’язані зі стратегіями розвитку туристичного бізнесу та інноваційними технологіями. Впровадження цих систем сприяє:

– збільшенню кількості замовлень;
– підвищенню продуктивності праці персоналу;
– покращенню обслуговування;
– зниженню окремих категорій витрат (на зв'язок, надсилання пошти);
– підвищенню конкурентоспроможності підприємства та його турпродуктів;
– посиленню економічної безпеки організації тощо [1, с. 105].

Інноваційні зміни в туризмі створюють внутрішню енергію ефективного зростання. Ці зміни порушують збалансованість, але створюють основи подальшого розвитку, перехід системи в нову якість. Тому саме професійне введення інновацій у життя і є розвитком тієї або іншої галузі.

Сучасні фахівці з розвитку суспільства стверджують, що жодна з проблем, з якою стикається в наші дні бізнес, не є важливішою і складнішою, ніж проблема нововведень. Крім чинників зовнішнього середовища, що стримують інноваційні процеси у розвитку туристичної галузі, багато чого залежить від внутрішнього середовища (політика і стратегія туристичного підприємства; наявність у колективі

працівника-ініціатора; беззастережна підтримка інноваційних ідей з боку керівництва; всебічне сприяння експериментам на усіх рівнях і в усіх підрозділах туристичного підприємства; використання мотиваційних систем, які включають різні форми заохочення творчої та інноваційної діяльності; наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації нововведень; необхідний рівень фінансових можливостей; розвинені комунікаційні системи; організаційно-технічна готовність до реалізації нововведення, чітко спланована система управління персоналом, їх інтелектуальним потенціалом [4, с. 43].

Отже, інноваційна діяльність підприємств туристичної сфери покликана покращувати існуючі туристичні продукти, удосконалювати готельні, транспортні та інші послуги, освоювати нові ринки, а також застосовувати сучасні інформаційні технології та передові технології управлінської діяльності. Впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств виступає головним чинником їх економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Амєт-Устаєва, Д.М. Управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу / Д.М. Амєт-Устаєва// Бізнесінформ. – 2014. – № 7. – С. 103-108

2. Гарбера, О.Є. Особливості інноваційних процесів в туристичній індустрії / О.Є. Гарбера [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/46418.doc.htm

3. Миронов, Ю.Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму / Ю.Б. Миронов // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.) Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – С. 771-772.

4. Мірошник, Р.О. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми / Р.О. Мірошник, І.В. Щир // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 41-46.

Пшенична Д., студентка
Хмельницький національний університет
Кравець І.М., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

В сучасних умовах важливим для України є побудова нової економіки, яка базується на наукоємних виробництвах, знаннях і високопродуктивній праці, що вимагає підвищення ефективності використання трудового потенціалу окремих підприємств, організацій. Виходячи з цього, удосконалення методів управління персоналом, його трудовою поведінкою та мотивацією, а також питання формування ефективної системи мотивації працівників є досить актуальними.

Проблемам мотивації персоналу в системі соціально-трудових відносин присвячено праці багатьох науковців, серед яких: М.Г. Акулов, Т.В. Євась, Є.П. Качан, А.В. Драбаніч, О.О. Гетьман, В.М. Шаповал, Л.О. Болтянська та ін. Окремі питання формування системи мотивації праці працівників організації висвітлено в роботах Г.В. Піскурської, Т.О. Рибакової, І.В. Амеліної.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні необхідності формування ефективної системи мотивації персоналу на підприємствах, організаціях.

Загалом, під мотивацією розуміють сукупність внутрішніх та зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до певних дій. На підприємствах, організаціях, установах система мотивації охоплює комплекс заходів, що заохочують персонал до ефективної праці для досягнення визначеної мети.

Призначення системи мотивації персоналу організації полягає у сприянні досягненню цілей компанії шляхом залучення та утримання кваліфікованих працівників, формуючи високу та ефективну мотивацію на базі системи стимулювання для всіх категорій працівників організації. Йдеться про отримання працівниками винагороди, яка відповідає їх цінностям та потребам і визначається їх трудовим вкладом (поточним та потенційним) у діяльність підприємства.

Провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в загальному вигляді можна поділити на матеріальні, трудові та статусні. Відтак, мотивацію виокремлюють матеріальну, нематеріальну та статусну.

Найбільш затребуваним способом винагороди працівників в сучасних умовах є матеріальна мотивація. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, які полягають у забезпеченні адекватної оплати праці працівників відповідно до витрачених зусиль. Гідна заробітна плата стимулює зростання професійної майстерності та підвищення кваліфікації персоналу, в результаті чого покращуються кількісні та якісні показники роботи працівників. Значний мотивуючий ефект має застосування і різних видів доплат, надбавок та компенсацій за кваліфікацію працівника та диференційовані умови праці.

Не менш цінною є нематеріальна мотивація персоналу, яка спрямована на підвищення лояльності працівників до компанії. Нематеріальними вважаються такі заохочення до результативної роботи, які не видаються працівникам у вигляді готівки, але можуть супроводжуватися інвестиціями у забезпечення якості робочої сили шляхом розвитку і навчання, планування кар'єри, оздоровлення, пільгове харчування тощо.

Нематеріальне стимулювання представляє собою різні види вигод, пільги та пожертви, надані працівнику без виплати готівкових грошових коштів.

Вважаємо дієвими такі методи нематеріальної мотивації персоналу:

– реалізація різних програм навчання і підвищення кваліфікації;
– формування прозорої системи оцінки і оплати праці;
– залучення працівників до управління;
– підвищення персональної відповідальності кожного працівника за результати роботи;
– публічне визнання успіхів працівників у роботі;
– врахування керівництвом думки працівників та інші.

Досягнення цілей системи мотивації можливо при виділенні ряду підцілей [1, с. 103-105]:

1) необхідність розвивати можливості людини як соціального суб'єкта, тобто те, що необхідно для високої активності та продуктивності працівника в різних умовах (соціально-економічних та виробничих);

2) стабілізація персоналу, яка полягає в постійному складі працівників організації, досягнутого способом узгодження організаційних та індивідуальних цілей;

3) формування у персоналу творчої активності. Творча активність працівників може підтримуватися організацією за допомогою:

– стимулювання ентузіастів шляхом розвитку мотивації, орієнтованої на творче ставлення до діяльності;

– заохочення індивідуальних досягнень при створенні внутрішньоорганізаційного конкурентного середовища, в основі якого лежать моральні стимули, серед яких: визнання заслуг автора ідеї; справедлива оцінка ідей;

– сприяння більш інтенсивному спілкуванню персоналу завдяки впровадженню технологій обміну інформацією; культивування неформального спілкування тощо;

4) консолідація персоналу, що випливає з концепції соціального партнерства на основі. Важливим при цьому є створення системи управління з високою ефективністю, яка здатна запобігти конфліктним умовам і ситуаціям; сприйняття організації як своєрідного другого будинку, а колег – як членів сім'ї.

Таким чином, до основних напрямів мотивації персоналу можна віднести:

– стимулювання взаємного навчання та обміну досвідом. В якості стимулів пропонуються спеціальні премії, додаткові можливості планування робочого та вільного часу тощо;

– організація спеціальних служб на підприємствах, які можуть допомогти у вирішенні складних життєвих проблем (юридична допомога, наприклад, оформлення нерухомості тощо);

– представлення інтересів працівників у владних структурах різного рівня з метою захисту їх громадянських прав та свобод;

– страхування працівників (пенсійне, медичне та ін.).

Вирішення таких задач як залучення та утримання працівників, підвищення продуктивності праці, розвиток кадрового потенціалу, задоволення роботою, – повинно сприяти досягненню цілей систем мотивації персоналу організації [2, с. 12-54].

Ще одним важливим аспектом формування та розвитку системи мотивації персоналу є дотримання принципів комплексності стимулювання; індивідуального підходу до стимулювання; гнучкості стимулюючої дії; оперативності перегляду стимулів; відкритості та об'єктивності інформації про систему стимулювання; доступності стимулу для працівників; цілеспрямованого розвитку творчої ініціативи персоналу підприємств [3].

Дотримання цих принципів дозволить сформувати ефективну систему мотивації персоналу і, на цій основі, максимально ефективно керувати його трудовою діяльністю. Слід зазначити, що кожна людина володіє власними потребами та цілями, а успішне функціонування організації можливе лише тоді, коли нагорода, заснована на стимулах, буде відповідати соціальним, професійним і психологічним характеристикам персоналу організацій [4].

Таким чином, система мотивації персоналу на будь-якому підприємстві, в організації буде ефективною за умов забезпечення комплексного підходу до вирішення проблем спонукання працівників до досягнення поставлених цілей.

Саме завдяки виваженому підходу до вибору дієвих методів та інструментів стимулювання можна значно підвищити ефективність діяльності як окремих працівників, так і усього промислового підприємства, організації, компанії. Враховуючи сучасні реалії функціонування ринкової економіки, яка відбувається під впливом дії зовнішніх та внутрішніх чинників, система мотивації працівників потребує постійного коригування, удосконалення, розвитку.

Список використаних джерел

1. Базалійська, Н.П. Стан системи мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах / Н.П. Базалійська, М.П. Казановська // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5. – С. 103-105.

2. Верхоглядова, Н.І. Економіка підприємства / Н.І. Верхоглядова, Д.М. Ядранський, Н.А. Іваннікова. – Київ : «Видавничий дім «Професіонал», 2014. – 384 с.

3. Данилова Е. Типичные ошибки при создании системы мотивации / Е. Данилова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/people/motivation/motivation mistakes.html;
4. Шадрина, Л.Ю. Формирование системы мотивации и стимулирования персонала предприятия как социальная технология / Л.Ю. Шадрина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://nsuem.ru/science/publications/science_notes/2010_1/7.pdf;

Раца Л.М., магістрантка 2 курсу
спеціальності 112 Статистика
Довгенко Я.О., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський педагогічний університет
ім. Володимира Винниченка
м. Кропивницький

СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА РІВНЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах показники доходів більш точно відображати реальний стан добробуту населення. Тому комплексна оцінка диференціації рівня доходів є основою індикатора бідності населення.

Для статистичного вивчення ряду розподілу населення за рівнем середнього доходу на 1 особу були використані наступні групи показників:

– характеристики центру розподілу і порядкові статистики: середня, мода, медіана, децилі;

– характеристики варіації, диференціації і концентрації: коефіцієнт децильної диференціації, коефіцієнт концентрації Лоренца та коефіцієнт Джині.

Таблиця 1

Розрахунку показників варіації та диференціації доходів населення країни на 1 особу 2014 р.

Рівень доходів на 1 особу на місяць	Частка населення, % d_j			Кумулятивна частка населення, % S_j			Середній рівень доходів, X_j	$X_j d_j$, грн		
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.		2015 р.	2016 р.	2017 р.
до 1920,0	35,3	18,4	6,9	35,3	18,4	6,9	1740,05	61423,77	32016,92	12006,35
1920,1–2280,0	17,6	16,0	7,7	52,9	34,4	14,6	2100,05	36960,88	33600,8	16170,39
2280,1–2640,0	15,9	16,4	11,0	68,8	50,8	25,6	2460,05	39114,8	40344,82	27060,55
2640,1–3000,0	11,4	13,6	11,0	80,2	64,4	36,6	2820,05	32148,57	38352,68	31020,55
3000,1–3360,0	6,7	10,0	10,7	86,9	74,4	47,3	3180,05	21306,34	31800,5	34026,54
3360,1–3720,0	4,4	7,9	10,8	91,3	82,3	58,1	3540,05	15576,22	27966,4	38232,54
3720,1–4080,0	8,7	17,7	9,3	100	100	67,4	3900,05	33930,44	69030,89	36270,47
4080,1–4440,0	…	…	6,3	100	100	73,7	4260,05	0	0	26838,32
4440,1–4800,0	…	…	6,4	100	100	80,1	4620,05	0	0	29568,32
4800,1–5160,0	…	…	5,1	100	100	85,2	4980,05	0	0	25398,26
понад 5160,0	…	…	14,8	100	100	100	5340,05	0	0	79032,74
Разом	100			x			x	240461	273113	355625

Розраховано

Найголовнішим та найпоширенішим показником, який характеризує рівномірність розподілу є середній рівень доходів на душу населення, який визначається за формулою середньої арифметичної зваженої. Результати проведених розрахунків, представлені в таблиці 1, свідчать проте, що в Україні у 2015 р. в середньому дохід на одну особу становив 2404,61 грн. в місяць (за даними табл. 2.1:

240461: 100 = 2404,61 грн.), у 2016 р. – 2731,13 грн. (2731,13:100) та у 2017 р. – відповідно 3556,25 грн. (355625:100) на особу.

Враховуючи існуючу нерівномірність в розподілі доходів населення, та факт обрахунку середньої за даними інтервального ряду розподілу (середня є наближеним показником, оскільки використання середини інтервалу як варіанту ґрунтується на припущенні, що окремі значення ознаки в межах усіх інтервалів розподіляються рівномірно) слід зазначити, що обчислення середніх доходів має бути доповнено розрахунком моди та медіани, які виявлять деякі особливості структури середньодушових доходів населення.

Для розрахунку модальних значень за формулою необхідно визначити відповідні модальні інтервали для аналізуємого періоду. Ці інтервали розподілу доходів, що мають найбільші показники частки населення за табл. 2.1. Таким чином для 2015 та 2016 рр. – це інтервал «до 1920 грн», 2017 р. – «понад 5160 грн. Слід зазначити суттєве переміщення модального інтервалу у 2017 р. з першого інтервалу в останній.

$$M_{o\ 2015} = 1560{,}1 + 359{,}9\frac{35{,}3 - 0}{2 \cdot 35{,}3 - 0 - 17{,}6} = 1561{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}666 = 1800{,}79$$

$$M_{o_{2016}} = 1560{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{18{,}4 - 0}{2 \cdot 18{,}4 - 0 - 16} = 1561{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}911 = 1888{,}97$$

$$M_{o_{2017}} = 5160{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{14{,}8 - 5{,}1}{2 \cdot 14{,}8 - 5{,}1 - 0} = 5160{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}4 = 5304{,}06$$

Розмір модальних середньодушових доходів населення свідчить проте, що в країні найбільш поширені верстви населення, які мали доходи в середньому у 2015 р. 1800,97 грн. на місяць на кожну особу, в 2016 р. 1888,97 грн. (збільшення майже на 5%) та у 2017 р. глобальне збільшення зазначеного показника у 2,8 рази – 5304,06 грн.

Для визначення медіани в інтервальному ряді розподілу необхідно спочатку визначити медіанний інтервал (інтервал, який відповідає найменшій накопиченій частоті, в яку попадає напівсума частот). Для 2015 р. – це – інтервал «1920,1-2280», 2016 р. – «2280,1-2640», а для 2017 р. «3360,1–3720».

$$M_{e2015} = 1920{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{50 - 35{,}3}{17{,}6} = 1920{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}835 = 2220{,}7$$

$$M_{e2016} = 2280{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{50 - 34{,}4}{16{,}4} = 2280{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}951 = 2622{,}4$$

$$M_{e2017} = 3360{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{50 - 47{,}3}{10{,}7} = 3360{,}1 + 359{,}9 \cdot 0{,}252 = 3450{,}9$$

Медіанні доходи у 2015 р. засвідчують, що половина населення країни мала середньодушові доходи в місяць менше 2220,7, у 2016 р. значення медіани дещо збільшилось до 2622,4 грн. , у 2017 р. також спостерігається суттєве збільшення медіанного доходу, майже на 32 % до 3450,9 грн.

Таблиця 2

Динаміка середніх центрованих розподілу доходів населення 2015-2017 рр.

Показники центрованих середніх, грн	роки					
	2015	% до 2014 р.*	2016	% до 2015 р.	2017	% до 2016 р.
Середня	2404,6		2731,1	114	3556,3	130
Мода	1800,8		1889,0	105	5304,1	281
Медіана	2220,7		2622,4	118	3450,9	132

Розраховано автором

Оскільки, розміри медіанного та модального доходів на 1 особу в місяць у 2015-2016 рр. були нижчими ніж середній по країні, то це говорить про те, що переважна частина населення мала доходи нижче їх середнього значення. Суттєво ситуація змінилась у 2017 р., майже вирівнялись значення середнього та медіанного показників, але глобальний скачок модального показника, з одночасним переходом модального інтервалу в останній, вказує на збагачення останньої заможної частини населення, с одночасним укрупненням цієї частини населення. Така ситуація також може бути викликана неадекватною побудовою розподілу, а саме інтервалів, які були укрупнені Держкомстатом починаючи з 2017 р..

У процесі вивчення диференціації населення за рівнем доходів використовується такий показник, як коефіцієнт децильної диференціації, який розраховується як співвідношення мінімального доходу у 10% найбільш забезпечених осіб до максимального доходу10% найменш забезпечених осіб:

Таблиця 3

Диференціація населення за рівнем доходів на 1 особу 2015-2017 рр.

x_i	x_{i+1}	серед. інт	2015 рік		2016 рік		2017 рік	
			Частка d_i	S_i	Частка d_i	S_i	Частка d_i	S_i
1560,1	1920	1740,05	35,3	35,3	18,4	18,4	6,9	6,9
1920,1	2280	2100,05	17,6	52,9	16,0	34,4	7,7	14,6
2280,1	2640	2460,05	15,9	68,8	16,4	50,8	11,0	25,6
2640,1	3000	2820,05	11,4	80,2	13,6	64,4	11,0	36,6
3000,1	3360	3180,05	6,7	86,9	10,0	74,4	10,7	47,3
3360,1	3720	3540,05	4,4	91,3	7,9	82,3	10,8	58,1
3720,1	4080	3900,05	8,7	100	17,7	100	9,3	67,4
4080,1	4440	4260,05	0	100	0	100	6,3	73,7
4440,1	4800	4620,05	0	100	0	100	6,4	80,1
4800,1	5160	4980,05	0	100	0	100	5,1	85,2
5160,1	5520	5340,05	0	100	0	100	14,8	100

Розраховано автором, S_i– накопичені частоти

Коефіцієнти диференціації доходів населення встановлюють розмір перевищення грошових доходів високодохідних груп в порівнянні з малодохідними. Для визначення коефіцієнта диференціації обчислюють крайні децили (перший і дев'ятий).

Для знаходження інтервалу, що містить ту чи іншу дециль, визначають накопичену частоту (частость). Так, інтервал, що містить перший дециль, – це інтервал, у якого накопичена частость перевищує 10%.

$$D_{1\,2015} = 1560{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{1}{10} \cdot 100 - 0}{35{,}3} = 1661{,}95 \qquad D_{9\,2015} = 3360{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{9}{10} \cdot 100 - 86{,}9}{4{,}4} = 3654{,}5$$

$$D_{1\,2016} = 1560{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{1}{10} \cdot 100 - 0}{18{,}4} = 1755{,}53 \qquad D_{9\,2015} = 3720{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{9}{10} \cdot 100 - 82{,}3}{17{,}7} = 3876{,}66$$

$$D_{1\,2017} = 1920{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{1}{10} \cdot 100 - 6{,}9}{7{,}7} = 2065{,}14 \qquad D_{9\,2017} = 5160{,}1 + 359{,}9 \cdot \frac{\frac{9}{10} \cdot 100 - 85{,}2}{14{,}8} = 5276{,}71$$

Дохід для 10% населення з низькими доходами склав 1661,95 грн. у 2015 р. та майже на чверть збільшився у 2017 р. до 2065,14 грн. Дохід для 10% населення з найбільшими доходами в країні становив у 2015 р. 3654,5 грн., у 2017 р. збільшився до 5276,71 грн (майже на 40%).

Децільний коефіцієнт K_d (децільний коефіцієнт диференціації доходів) характеризує ступінь соціального розшарування населення шляхом визначення того, у скільки разів мінімальні доходи 10% найбільш забезпеченого населення перевищують максимальні доходи 10% найменш забезпеченого населення. Децільний коефіцієнт диференціації розраховується за формулою: $K_d = \frac{D_9}{D_1}$, таким чином:

$$K_{d\,2015} = \frac{3654,5}{1661,95} = 2,2 \qquad K_{d\,2016} = \frac{3876,66}{1755,53} = 2,2 \qquad K_{d\,2017} = \frac{5276,71}{2065,14} = 2,56$$

Таким чином, перевищення місячного доходу 10% найбільш забезпечених осіб над доходами 10% найменш забезпечених було незмінним у 2015-2016 рр. та у 2017 р. – розрив суттєво збільшився і становило 2,56 рази (збільшення на 16 процентних пунктів).

Показники диференціації ґрунтуються на порівнянні розподілу кількості населення і розподілу загального обсягу доходів і дають можливість оцінити ступінь нерівномірності розподілу доходів і концентрацію їх у верств населення з найбільшими доходами.

Кількісну характеристику ступеня концентрації можна держати розрахунком коефіцієнта концентрації (коефіцієнт Лоренца), який як відносна характеристика нерівномірності розподілу доходів, ґрунтується на відхиленнях часток двох вищеназваних розподілів (розподіл кількості населення – d_j, розподіл грошових доходів – D_j і обчислюється за формулою:

$$L = \frac{\sum \left| d_j - D_j \right|}{2}$$

Значення коефіцієнта Лоренца коливається в межах від нуля за рівномірного розподілу, а за повної концентрації до одиниці. Чим більше значення коефіцієнта, тим більший ступінь концентрації.

Таблиця 4

Розрахункова таблиця концентрації доходів населення 2015-2017 рр.

X, сер. Інт.j	Частка населення, % dj			Xjdj, грн			$D_j = \frac{X_j d_j}{\sum X_j d_j}$, %			$\frac{\left\|d_j - D_j\right\|}{100}$		
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
1740,05	35,3	18,4	6,9	61423,8	32016,9	12006,3	25,54	11,72	3,38	0,098	0,067	0,035
2100,05	17,6	16	7,7	36960,9	33600,8	16170,4	15,37	12,30	4,55	0,022	0,037	0,032
2460,05	15,9	16,4	11	39114,8	40344,8	27060,6	16,27	14,77	7,61	0,004	0,016	0,034
2820,05	11,4	13,6	11	32148,6	38352,7	31020,6	13,37	14,04	8,72	0,020	0,004	0,023
3180,05	6,7	10	10,7	21306,3	31800,5	34026,5	8,86	11,64	9,57	0,022	0,016	0,011
3540,05	4,4	7,9	10,8	15576,2	27966,4	38232,5	6,48	10,24	10,75	0,021	0,023	0,000
3900,05	8,7	17,7	9,3	33930,4	69030,9	36270,5	14,11	25,28	10,20	0,054	0,076	0,009
4260,05	0	0	6,3	0,0	0,0	26838,3	0,00	0,00	7,55	0,000	0,000	0,012
4620,05	0	0	6,4	0,0	0,0	29568,3	0,00	0,00	8,31	0,000	0,000	0,019
4980,05	0	0	5,1	0,0	0,0	25398,3	0,00	0,00	7,14	0,000	0,000	0,020
5340,05	0	0	14,8	0,0	0,0	79032,7	0,00	0,00	22,22	0,000	0,000	0,074
Разом	100			240461,0	273113,0	355625,0	100	100	100	0,240	0,240	0,271

Розраховано автором

За даними таблиці 4 було розраховано коефіцієнт Лоренца, який у 2015-2016 рр. був незмінним і становив 0,12 (0,24/2), а у 2017 р. 0,136 (0,271/2) що вказує на слабку концентрацію середньодушових доходів населення країни.

Для оцінки концентрації також обчислюється коефіцієнт концентрації Джині, який показує характер розподілу всієї суми доходів між окремими групами населення. Його значення показує розмір відхилень фактичного розподілу доходів за пропорційно рівними (10 %, або 20 %) групами населення від їх рівномірного розподілу.

В разі, якщо даний коефіцієнт дорівнює нулю, то розподіл доходів між усіма групами населення рівний, чим ближчий він до одиниці, тим вищий ступінь поляризації суспільства за рівнем доходів. Розрахуємо коефіцієнт Джині за даними таблиці 5:

Таблиця 5

Розрахункова таблиця коефіцієнта Джині

2015 рік		x	d_j	s_j	x_i*d_j	D_j	cum D_j	D_j*d_j	d_j*cumD_j
1560,100	1920,000	1740,050	0,200	35,300	348,010	0,141	0,141	0,028	0,028
1920,100	2280,000	2100,050	0,200	52,900	420,010	0,171	0,312	0,034	0,062
2280,100	2640,000	2460,050	0,200	68,800	492,010	0,200	0,512	0,040	0,102
2640,100	3000,000	2820,050	0,200	80,200	564,010	0,229	0,741	0,046	0,148
3000,100	3360,000	3180,050	0,200	100,000	636,010	0,259	1,000	0,052	0,200
					2460,050	1,000		0,200	0,541
коеф. Джині 2015								0,117	
2016 рік		x	d_j	s_j	x_i*d_j	D_j	cum D_j	D_j*d_j	d_j*cumD_j
1920,100	2280,000	2100,050	0,200	34,400	420,010	0,142	0,142	0,028	0,028
2280,100	2640,000	2460,050	0,200	50,800	492,010	0,166	0,308	0,033	0,062
2640,100	3000,000	2820,050	0,200	64,400	564,010	0,190	0,498	0,038	0,100
3360,100	3720,000	3540,050	0,200	82,300	708,010	0,239	0,737	0,048	0,147
3720,100	4080,000	3900,050	0,200	100,000	780,010	0,263	1,000	0,053	0,200
					2964,050	1,000		0,200	0,537
коеф. Джині 2016								0,126	
2017 рік		x	d_j	s_j	x_i*d_j	D_j	cum D_j	D_j*d_j	d_j*cumD_j
2280,100	2640,000	2460,050	0,200	25,600	492,010	0,126	0,126	0,025	0,025
3000,100	3360,000	3180,050	0,200	47,300	636,010	0,163	0,289	0,033	0,058
3720,100	4080,000	3900,050	0,200	67,400	780,010	0,200	0,489	0,040	0,098
4440,100	4800,000	4620,050	0,200	80,100	924,010	0,237	0,726	0,047	0,145
5160,100	5520,000	5340,050	0,200	100,000	1068,010	0,274	1,000	0,055	0,200
					3900,050	1,000		0,200	0,526
коеф. Джині 2017								0,148	

Розраховано автором

Розраховане значення коефіцієнта Джині вказує на абсолютно низький рівень концентрації середньодушових доходів населення країни. На наш погляд, це пояснюється тим, що остання заможна група населення має доходи більше ніж і «не обмежено», саме в цій групі і концентрується левова частка доходів. Фактична ситуація, щодо життєвого рівня населення в країні вказує на протилежну картину щодо концентрації доходів в країні. В Україні коефіцієнт Джині – найнижчий у Європі. Що, правда, погано співвідноситься з реальністю, і Всесвітня доповідь про щастя 2017 року ставить нас на 132-е місце зі 155. Життя показує: статистика ООН дещо поверхнева, ближчими до істини є дані Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України: доходи 10% найбагатших і 10% найбідніших українців з урахуванням тіні розрізняються в 40 разів. В Україні практично відсутній середній клас, який врівноважував би ситуацію хоча б на рівні суб'єктивних відчуттів громадян. Все це вказує на недосконаліть методики розрахунку коефіцієнтів, зокрема Джині, і неадекватність реаліям інфляційних процесів інтервалів довіри.

Список використаних джерел

1. Вільчинська, О.М. Прогнозування показників доходів населення / О.М. Вільчинська // Світова економічна криза: причини, наслідки та перспективи подолання : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 травня 2010 р. – Л., 2010 – С. 76-77.
2. Вітковська, К.В. Моніторинг диференціації рівня доходів населення на регіональному рівні // А.З. Підгорний, К.В. Вітковська. – Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – №9/1(148). – С. 62-65.
3. Колмаков, И.Б. Прогнозирование показателей дифференциации денежных доходов населения / Б. Колмаков // Проблемы прогнозирования. – 2006. – N 1. – С. 136-162.
4. Мороз, К.В. Розподіл грошових доходів населення України: емпіричний аналіз з використанням логнормальної функції / К.В. Мороз // Вісник харківського національного університету імені в. н. Каразіна. – Серія «Економічна», випуск 91. – 2016. – С 110-117.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики в Україні. Розділ доходи та умови життя[Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukr.stat.gov.ua.

Романенко С.В., ст. гр. ЕП-17 МЗ
Запірченко Л.Д., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ У РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Успішність соціально-економічного розвитку аграрних підприємств регіону залежить від належного рівня інноваційного потенціалу в галузі. Новітні технології, освіта, інноваційний менеджмент і культура виробництва трансформуються у відповідний потенціал, зростання інноваційної активності підприємств аграрного сектору. У зв'язку з цим, дедалі більша увага приділяється підвищенню якості інтелектуальної складової як визначального напряму формування і розвитку інноваційного потенціалу підприємств [1].

Метою дослідження є наведення поняття інноваційного потенціалу аграрної сфери та визначення проблем його розвитку.

Інноваційний потенціал підприємства розглядався як сукупність наявних у розпорядженні, а також доступних як у короткостроковому, так і довгостроковому періодах, всіх видів ресурсів (трудових, земельних, матеріальних, грошових, нематеріальних), що є необхідними та зумовлюють здатність підприємства до інноваційного розвитку. За основні складові інноваційного потенціалу сільськогосподарського підприємства виділяють наукову (інноватівна, науково-технічна, науково-інформаційна), матеріально-технічну, кадрову та фінансову.

Інноваційний (науковий) потенціал формує сукупність наукових знань, інформації про результати науково-технічних робіт, винаходи, проектно-конструкторські розробки, зразки нової техніки і продукції, які генеруються науково-дослідними організаціями, підрозділами, науковцями.

Структурними ланками інноваційного потенціалу є: стратегія, розробка та здійснення єдиної інноваційної політики, кадрове забезпечення інноваційних процесів, розробка програми інноваційної діяльності, забезпечення інноваційних проектів ресурсами (у тому числі фінансовими й інформаційними), відбір та впровадження інноваційних проектів, створення інноваційної інфраструктури, моніторинг інноваційної діяльності тощо [2].

За допомогою формування та реалізації інноваційного потенціалу значно підвищується ефективність діяльності сільськогосподарського сектору, але впровадження інновацій супроводжується низкою проблем.

Це є результатом таких негативних явищ як: застарілий машинно-тракторний парк, диспаритет цін на продукцію промисловості і сільського господарства, постійне зростання цін на паливо-мастильні матеріали, недосконала кредитно-фінансова система і законодавча база, обмеженість інформаційних ресурсів, втрата висококваліфікованих працівників тощо.

На інноваційний потенціал аграрних підприємств впливають зовнішні економічні фактори, такі як: державна інноваційна політика, політика кредитних установ, конкурентні стратегії споживачів, постачальників, фінансових посередників, зміни у вподобаннях споживачів тощо. Таким чином, лише ресурсний підхід є недостатнім для визначення поняття «інноваційний потенціал» [3].

Для формування інноваційного потенціалу аграрної сфери важливими є достатність фінансування НДДКР за обсягами, і наявність інституціонального забезпечення механізмів фінансування.

Темпи впровадження науково-технічних розробок аграрними підприємствами і масштаб їх використання залишаються незадовільними. Кількість впроваджених сучасних технологій, що були розроблені науково-дослідними установами зменшується.

Однією з глибинних проблем переходу сільськогосподарських підприємств на інноваційний розвиток залишається недостатність фінансового забезпечення як аграрної науки, так і впровадження інновацій на рівні підприємств.

В умовах політичної та соціально-економічної кризи можливості державних бюджетів вкрай обмежені; банківське кредитування є дорогим та переважно короткостроковим. За цих умов фінансування інноваційного процесу мають забезпечити спеціалізовані фінансові установи (державні та недержавні спеціалізовані інноваційно-інвестиційні фонди, венчурні фонди, лізингові компанії, страхові компанії) та власні сільськогосподарські підприємства й інші підприємства АПК області шляхом спрямування частини прибутку на інноваційні наукові розробки за рахунок:

– прямого фінансування новацій за замовленням;
– придбання готових наукових розробок;
– схем співучасті в генерації новацій;
– оплати частинами придбаних новацій.

Аналіз формування та діяльності небанківських фінансових установ в Україні засвідчує, що інституціональне становлення їх відбулося, але роль у фінансуванні інноваційних проектів є мізерною.

Подолання проблем впровадження інновацій потребує розробки нових підходів і принципів формування стратегічної політики. Інноваційний розвиток аграрних підприємств доцільно розглядати як систематизовану сукупність знань, відомостей, технологічних та організаційних рішень для забезпечення стабільного розвитку сільського господарства, зміцнення економічної та технологічної безпеки галузі необхідно нарощувати інноваційний потенціал.

Список використаних джерел

1. Александрова, В. Прогнозування впливу інноваційних факторів на розвиток економіки України / В. Александрова, М. Скрипниченко, Л. Федулова //Економіка та прогнозування. – 2007. – № 2. – С. 9-26.

2. Краснокутська, Н.В. Інноваційний менеджмент / І.В. Краснокутська. – К. :КНЕУ, 2003. – С. 170-172.
3. Іванілов, О.С. Інноваційний потенціал підприємства / О.С. Іванілов, О.М. Таряник // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 12. – С. 5-7.

Савіна Г.А., студент
Хмурова В.В., канд. екон. наук, доцент
Київський національний торговельно-економічний університет
м. Київ

ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В УКРАЇНІ

Публічно-приватне партнерство є сукупністю відносин права власності, фінансово-економічних, організаційно-управлінських і правових відносин, які складаються між державою і приватним партнером у межах моделей фінансування, відносин власності і управління з приводу участі в системі узгоджених видів діяльності зі створення цінності, що утворюють множину форм публічно-приватного партнерства і є основою для обрання конкретної схеми взаємовідносин між партнерами для реалізації окремого проекту. [1, с. 99]

У переважній більшості зарубіжних країн, які мають позитивний досвід реалізації проектів на засадах ППП, однією з визначальних ознак такого партнерства є те, що зазначений механізм застосовується з метою впровадження масштабних, національних та міжнародних суспільно значущих проектів. Світовий досвід переконує, що взаємодія між державою та приватним бізнесом має найбільший ефект передусім в інфраструктурних галузях, де історично склалися передумови, потреба та можливості для такої співпраці при реалізації масштабних соціально-економічних завдань. Сьогодні існує безліч прикладів ефективної взаємодії державного і приватного секторів. Партнерська взаємодія держави і бізнесу поширена в країнах Європейського Союзу, Центральної і Латинської Америки, в Азії, Океанії, а також у Східній Європі та СНД.

Так, 30 жовтня 2010 р. набув чинності Закон України «Про державно-приватне партнерство», яким визначено організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів із приватними та основні принципи державно-приватного партнерства. У цілому схвалення Закону є позитивним для України, яка на відміну від більшості країн світу майже не задіяла можливості великого бізнесу для забезпечення стратегічного розвитку держави на засадах встановлення партнерських відносин.

Широке залучення приватного сектора в економіку України приносить додаткові фінансові ресурси, досвід, знання, технології, тому воно важливе. Додатковою перевагою запровадження ППП в Україні є те, що потужний при- ватний сектор стане лобістом проведення в державі давно назрілих реформ у бюджетній, податковій, освітній та інших сферах, що забезпечить спрощення й прозорість регуляторних процедур тощо, які так необхідні сьогодні.

Певну роботу щодо інформаційно-методичної підтримки ДПП в Україні поводять громадські організації у взаємодії з органами влади та за фінансової і організаційної підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID). Зокрема, вони організовують навчально-методичні семінари, розповсюджують інформаційно-аналітичні та методичні матеріали щодо підготовки проектів ДПП. (Наприклад, 20 березня 2012 р. у Вінниці проведено семінар «Державно-приватне партнерство в Україні: стратегії фінансування державних/ муніципальних проектів», що є початком

циклу інформаційних заходів, які будуть організовувати у пілотних містах з метою покращення знань та інформації про проекти ДПП у рамках Програми розвитку державно-приватного партнерства за підтримки USAID).

Значна частина проектів реалізується на території Полтавської (113 або 60,8% від усіх проектів), Миколаївської (15 або 8,1%) та Одеської (14 або 7,5%) областей. В основному, це проекти у сферах надання житлово-комунальних послуг, таких як збір, очищення та розподілення води та послуг зі збору/вивозу і утилізації побутових відходів рис. 1. [3]

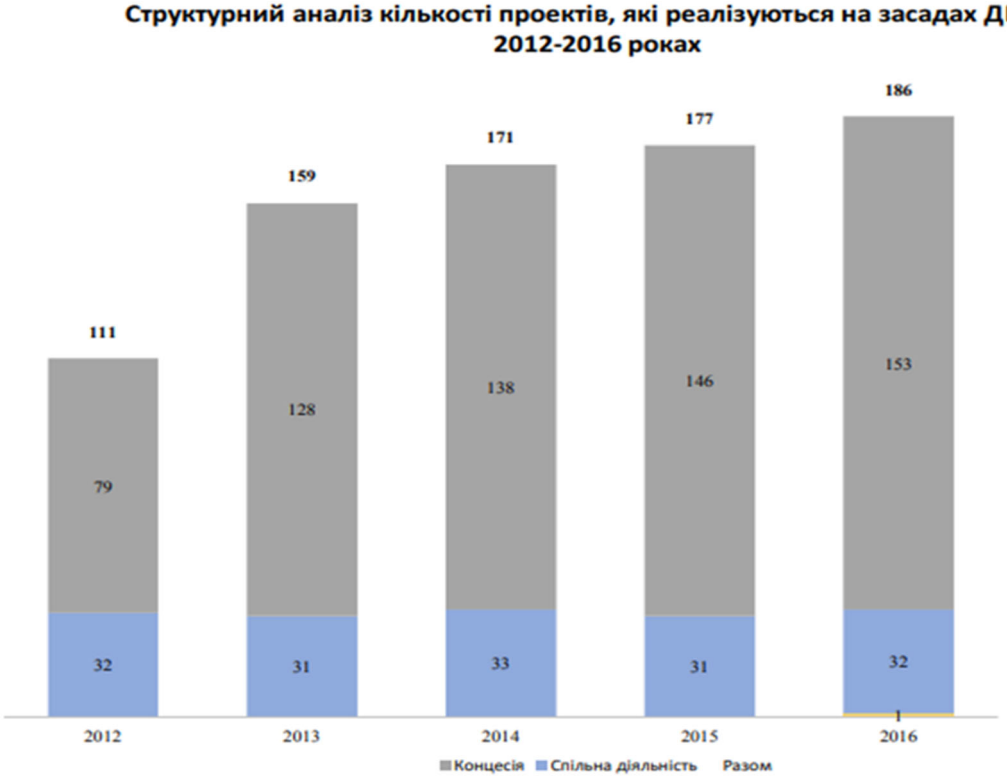


Рис. 1. Структурний аналіз проектів, які реалізуються на засадах публічно-приватного партнерства

Станом на 1 півріччя 2018 року за даними центральних та місцевих органів виконавчої влади в Україні:

– на 1 липня 2018 року укладено 192 договори, з яких реалізується 66 (41 договір концесії, 24 договори про спільну діяльність, 1 договір державно-приватного партнерства), 126 договорів не реалізується (4 договори – закінчено термін дії, 9 договорів – розірвано, 113 договорів – не виконується).

Проекти реалізуються в наступних сферах господарської діяльності:

– збір, очищення та розподілення води (31 договорів, що становить 47,0 %

– від загальної кількості);

– виробництво, транспортування і постачання тепла (8 договорів, що становить 12,1 % від загальної кількості);

– оброблення відходів (7 договорів, що становить 10,6 % від загальної кількості);

– будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури (7 договорів, що становить 10,6 % від загальної кількості);

– управління нерухомістю (4 договори, що становить 6,1 % від загальної кількості);

– виробництво, розподілення та постачання електричної енергії (3 договори, що становить 4,5 % від загальної кількості);

– пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування (1 договір, що становить 1,5 % від загальної кількості);

– охорона здоров'я (1 договір, що становить 1,5 % від загальної кількості);

– інші (4 договори, що становить 6,1 % від загальної кількості). [2]

Прикладами успішної співпраці держави та приватного підприємництва є:

– В місті Малин, Житомирської області, був впроваджений такий цікавий проект, як переобладнання теплових котелень із споживання імпортного газу на місцеві відходи деревообробки. У минулому опалювальному сезоні бюджетні установи платили за споживання газу 2200 грн. за 1 ГКа. Тепер нова ціна складає 850 грн. за 1 ГКа. Різниця відчутна.

– Місто Київ, Долобецький острів, МІСТО СПОРТУ. Проект вже діючий, договір на який підписаний на 15 років. Інвестор розчистив острів, створив спортивну інфраструктуру(тимчасові споруди), забезпечує охорону, порядок, дотримання санітарно-гігієнічних норм. У свою чергу, міська влада відремонтувала венеціанський міст, який з'єднує місто і острів.

– Найдорожчий пілотний проект в Україні – це підземний паркінг у Львові(перебуває на етапі підготовки). Для Львову є проблема паркування автівок, особливо в старій частині міста. Приблизна вартість проекту 7015 млн. євро.

Тож, наразі наша країна робить лише перші кроки у розвитку публічно-приватного партнерства, і вони не завжди відповідають сутності цього поняття та можливостям застосування відповідних механізмів для реалізації суспільно значимих проектів.

Список використаних джерел

1. Тараш, Л.І. Узагальнення практики використання форм державно- приватного партнерства / Л. І. Тараш, І.П. Петрова // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2 (29). – С. 97-103.

2. Закон України «Про державно-приватне партнерство [Електронний ресурс] − Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17

3. Державно-приватне партнерство як механізм реалізації нової регіональної політики [Електронний ресурс] − Режим доступу : http://rdpa.regionet.org.ua/images/129/PPP_report_ULEAD_30_10_2017.pdf

Савіна Т.Г., аспірант
Семенченко К.Ф., аспірант
Херсонський національний технічний університет
м. Херсон

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО КЛІМАТУ ПІДПРИЄМСТВ

Незважаючи на значну працю, проведену науковцями стосовно питань, пов'язаних з інноваційно-інвестиційною політикою та інноваційним розвитком підприємств, накопичений досвід та отримані результати приводять до висновку про незавершеність досліджень стосовно розуміння сутності інноваційного клімату як головної передумови реалізації продуктової інноваційної політики підприємств харчової промисловості.

Метою є дослідження теоретичних підходів та узагальнення проблеми щодо визначення сутності поняття «інноваційний клімат підприємств».

Ряд дослідників розглядають інноваційний клімат, як можливості бізнесу щодо підвищення активізації інноваційної діяльності. У відповідності до цього підходу ефективність покращення інноваційного клімату в повній мірі залежить від ефективності інвестиційної діяльності та від механізмів її стимулювання.

При цьому основними показниками, які відображають інвестиційний клімат (за методикою Міжнародної фінансової корпорації (IFC) та Світового банку), є – легкість ведення бізнесу, який складається з показників за категоріями: реєстрація підприємств, отримання дозволів на будівництво, приєднання до електричної мережі, реєстрація власності, доступ до кредитів, захист прав інвесторів, система оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, ліквідація підприємств.

За даними показниками щорічно оприлюднюються звіти з рейтингами Doing Business. Однак, висновки, які можна зробити на основі таких показників є досить обмеженими для практичного застосування на підприємствах окремих галузей. Проте основним недоліком зазначеного підходу є закладена в ньому тотожність інвестиційного та інноваційного клімату. Тобто інноваційний клімат розглядається як наслідок інвестиційного клімату.

Крім того, такий підхід лише відображає ретроспективні тенденції та не дозволяє зробити їх достовірний прогноз. Також суттєвим недоліком зазначеного підходу є занадто узагальненість показників, які розраховуються на рівні країни та не дозволяють визначити реальні причини зниження інноваційної активності на певній території та у певній галузі.

Інший підхід до розуміння сутності інноваційного клімату пов'язаний із нестачею передової техніки, зниженням фондоозброєності підприємств, закінченням терміну служби устаткування. Складові інноваційного клімату підприємства поділяються на чотири основні сфери:

1. Соціальна, природно-географічна та комунікаційна сфера (соціальна напруженість, доступ до сировинних, паливних, енергетичних і матеріально-технічних ресурсів, транспорт, доступ до інформаційних ресурсів).
2. Технологічна і науково-технічна сфера (ринок технологій і науково-технічної інформації, наявність НДІ, консалтингових, інжинірингових, венчурних і інших фірм).
3. Економічна і фінансова сфера (податки, пільги на проведення НДДКР, інвестиційний клімат на державному рівні, наявність зацікавлених в інноваційних розробках інвесторів).
4. Політична і правова сфера (державні і регіональні плани і програми, законодавча база, що регулює проведення НДДКР).

Але, як це видно із наведеного вище розуміння сутності та складових інноваційного клімату, цю проблему фахівці також пов’язують з проблемою інвестування, а головним шляхом вирішення задач технологічного оновлення виробництва товарів та послуг вважають залучення інвестицій. Тобто інноваційний клімат опосередковано також підмінюється інвестиційним кліматом.

На думку прихильників зазначеного підходу інноваційний клімат є частиною загальної організаційної культури. Найчастіше під інноваційним кліматом розуміється комплекс умов, що сприяє зусиллям працівників у висуванні і реалізації нових ідей, в результаті чого, людина відчуває себе вільною, повністю мотивованою і готовою до творчої роботи.

Застосуванню зазначеного підходу на практиці перешкоджає двоїсте розуміння інвестиційного клімату.

Так, інноваційний клімат, з одного боку, – це сформовані за певний період часу умови в оточенні організації, що впливають на ефективність її інноваційної діяльності,

а з іншого боку, інноваційний клімат – це стан зовнішнього середовища організації, який сприяє або протидіє досягненню інноваційної цілі. Виявляється він через вплив на інноваційний потенціал.

Існування інноваційного клімату на мікрорівні та макрорівні ускладнює його розуміння та застосування в прогнозно-аналітичній діяльності. Більш доцільно розглядати інноваційний клімат на макрорівні (передумови), а на мікрорівні застосовувати поняття інноваційна політика (інструмент реалізації інноваційної політики за певних передумов).

Узагальнюючи проблеми, які було визначено при аналізі підходів щодо сутності інноваційного клімату підприємств, можна навести наступний їх перелік:

1. Невизначеність середовища формування (зовнішнє чи внутрішнє по відношенню до підприємства).
2. Невизначеність суб'єкта (держава, регіон, підприємство).
3. Невизначеність факторів впливу.
4. Невизначеність об'єкта впливу (можливості та характер інструментів реалізації інноваційної політики підприємства).

Сало А.В., здобувач
(Науковий керівник: *Семикіна М.В., докт. екон. наук, професор*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ВИПУСКНИКІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В Україні набула гостроти проблема конкурентоспроможності молодих фахівців, підготовлених закладами вищої освіти, що має негативні наслідки, зокрема:

1) знижується якість кадрового потенціалу підприємств та організацій;
2) унеможливлюється працевлаштування за фахом кожного другого випускника;
3) посилюються процеси депрофесіоналізації серед випускників як результат вибору місця роботи не за профілем отриманих освітніх послуг у закладі вищої освіти;
4) уповільнюється процес створення кадрового базису інноваційно-інтелектуальних змін в економіці.

Така ситуація уповільнює рух країни до інформаційного суспільства, обмежує можливості держави нарощувати далі інтелектуальний потенціал з конкурентними перевагами.

Окресленій проблематиці присвячені праці Л. Лісогор, М. Семикіної, Л. Мартинової, Л. Шаульської та ін. Водночас підходи науковців про конкурентоспроможність (працівників, випускників навчальних закладів, трудового потенціалу, людського капіталу тощо) суттєво різняться.

Розвиваючи наукову думку [1-5], під конкурентоспроможністю випускників закладу вищої освіти розуміємо їх спроможність працевлаштуватися краще за випускників інших аналогічних закладів освіти, обираючи конкурентні робочі місця завдяки набутим в процесі навчання знанням, вмінням, компетенціям та сформованій здатності до безперервного освітньо-професійного розвитку, прояву трудової та професійної мобільності на ринку праці.

На формування конкурентоспроможності впливає низка різноманітних чинників, які потребують поглибленого аналізу (табл.1).

Таблиця 1

Чинники формування конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти

Блоки чинників	Групи чинників	Дія чинників
Природноресурсні	Кліматичні, географічні, екологічні, ресурсні умови	Природні передумови відтворення населення та розвитку економіки
Медико-демографічні	Народжуваність, смертність, тривалість життя, стан здоров'я населення, стан розвитку медицини, її доступність	Медико-демографічні передумови якісного відтворення населення
Соціальні	Розвинена система виховання і профорієнтації, доступність і розвиненість якісних послуг освіти, фізичної культури; всеохоплюючий соціальний захист дитинства, материнства, інвестування держави у розвиток закладів освіти, культури, фізичного виховання, трудового виховання, безперервне навчання	Умови виховання, формування здорового способу життя та освіченості населення, налагодження соціальних комунікацій, системи наскрізної профорієнтації (від парти до робочих місць)
Історико-культурні та психологічні	Історичні, культурні, релігійні, ціннісно-ментальні, психологічні умови та чинники; мережа громадських, культурних та релігійних центрів	Ціннісні орієнтири формування особистості, загальна культура, цінність моральних чеснот, ставлення до праці та розвитку як до цінності
Економічні	Розвиток економіки, підприємництва, прогресивна економічна політика держави, зростання ВВП, реформування доходів населення, інвестування у постійний освітньо-професійний розвиток населення	Умови та можливості створення стимулів для підвищення продуктивності праці, зростання конкурентоспроможності фахівців
Науково-технологічні	Розвиток науки, зміна технологічних укладів, активізація інноваційної діяльності, інформатизація суспільства, модернізація навчальних закладів	Передумови інноваційного розвитку, попиту на інновації, якісні знання, компетенції
Конкурентні	Розвиненість конкурентного середовища. Обмеження проявів монополізму держави, зокрема у сфері освітніх послуг. Створення конкурентних робочих місць.	Передумови конкуренції на ринку освітніх послуг, ринку праці. Попит на конкурентоспроможних фахівців.
Організаційно-технічні	Рівень організаційно-технічного розвитку виробництва, модернізація старих і створення сучасних нових робочих місць, механізація, автоматизація, комп'ютеризація праці та робочих місць	Розширення можливостей вибору сучасних робочих місць для освіченої молоді, попит на технічні знання, опанування комп'ютерних технологій
Політичні	Політичні свободи, гендерна рівність, прозорість в діяльності влади	Політичні передумови
Правові	Правове виховання; дотримання законів в суспільстві; правова підтримка та супроводження молоді, зокрема випускників закладів освіти на ринку праці	Формування правової культури, вміння відстоювати свої права на ринку праці, дотримання чесної конкуренції

Примітка: укладено автором на основі узагальнення наукової думки [1-4; 5, с. 24].

Окреслені чинники неоднаково виявляють вплив на різних економічних рівнях, важко піддаються керуванню, проте немає сумнівів в тому, що їх дія потребує регулювання. Нестача регулювання дії окреслених чинників призводить до втрат в якості підготовки майбутніх фахівців. Реалії свідчать, що надії роботодавців на випускників вишів достатньою мірою не спрацьовують, проте варто усвідомити, що причини такої ситуації є комплексними і лише частково залежать від закладів освіти. Йдеться передусім про таке: 1) слабкість державної підтримки розвитку вищої освіти; 2) вкрай обмежена участь роботодавців у фінансуванні підготовки студентів та організації якісної практики; 3) глибока розбалансованість у взаємодії ринку праці і ринку освітніх послуг. За результатами наших досліджень можна стверджувати, що заходи щодо підвищення конкурентоспроможності випускників мають бути багаторівневими та системними, враховувати необхідність регулювання комплексу визначених впливових чинників за участю держави і всіх соціальних партнерів.

Список використаних джерел

1. Лісогор, Л.С. Конкурентність ринку праці: механізми реалізації (монографія) / Л.С. Лісогор; Відп. ред. Е.М. Лібанова. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАНУ, 2005. – 168 с.
2. Мартинова, Л.Б. Конкурентоспроможність людського потенціалу за умов євроінтеграції: монографія / Л.Б. Мартинова. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – 335 с.
3. Семикіна, М.В. Конкуренція і конкурентоспроможність на ринку праці: методологія визначення / М.В. Семикіна // Демографія та соціальна економіка. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. – № 2. – С. 94-103.
4. Шаульська, Л.В. Реалізація потенціалу конкурентоспроможності фахівця в умовах кризового стану ринку праці / Л.В. Шаульська // Вісник ДонНУ. – 2014. – № 2. – С. 97-101.
5. Семикіна, А.В. Людський капітал: підвищення конкурентоспроможності на основі соціальних інновацій [монографія] / А.В. Семикіна. – Одеса: «Атлант» ВОИСОИУ, 2018. – 272 с.

Сидоренко Є.В., студентка
Васильєва О.О., канд. фіз.-мат. наук, доцент
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах економічної, політичної та соціальної нестабільності в Україні існує глобальна загроза як міжнародної так і національної безпеки країни, яка супроводжується неефективним використанням корпоративних ресурсів для забезпечення стабільного розвитку підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках.

В умовах непередбачуваності зовнішнього середовища розвитку підприємств особливо важливе значення займає згуртованість та конкурентоздатність внутрішньої організаційної структури компаній. Саме персонал може виявитися тим головним фактором, що визначає успіх або невдачу підприємства, а висококваліфікований спеціаліст у сфері управління персоналом може стати лідером компанії [1, с. 330].

Функціонування сучасних підприємств являє собою складний комплекс взаємодій із зовнішнім ринковим середовищем. Під час цих взаємодій відбувається обмін енергією, інформацією та ресурсами, що, потрапляючи у внутрішнє середовище підприємства, на виході створюють продукти його діяльності. Звертаючи увагу на це,

вивчення середовища функціонування підприємства є основним інструментом контролю ризиків та сприяє пошуку можливостей підвищення ефективності організаційної роботи [2, с. 110].

На сьогодні важко аналізувати дієві механізми ринкового середовища та їх вплив на розвиток підприємств, головна проблема забезпечення ефективного функціонування підприємства полягає в управлінні ризиками та мінімізації загроз. Тому нині активно розгортається впровадження нейроменеджменту, знаходячи своє відображення в таких напрямах, як поведінкова економіка та поведінкові фінанси [3, с. 38]. Для успішного фінансового моделювання потрібно вміти прогнозувати поведінку людей, тобто розуміти їх мотиви, стимули тощо. Забезпечити конкурентоздатність та фінансову незалежність підприємства здатен саме персонал організації.

У вітчизняній управлінській практиці поняття «управління персоналом» змінювалося тривалий період часу. Недостатня розвиненість системи управління персоналом, непідготовленість керівників до цього має негативний вплив, і ще більше перешкоджає ефективній діяльності суб'єктів господарювання. Управління персоналом є елементом соціального управління, під яким розуміють управління людьми та їх колективами [4, с. 42]. Поняття «управління персоналом організації» охоплює сукупність організаційних заходів, спрямованих на оптимальне кількісне та якісне формування персоналу та повне використання його можливостей у процесі діяльності цих організацій [5, с. 67]. Власне усвідомлення керівництвом організації того факту, що однією з головних умов реалізації корпоративної стратегії є задоволення соціальних потреб працівників, вважається ключовим моментом у методології управління персоналом. Тобто, стимулювання праці персоналу, створення сприятливих умов праці, розвиток партнерського ставлення до підприємства та інші заходи, направлені на розвиток персоналу, є механізмом, що забезпечує безперебійне функціонування організації.

Особливо важливо враховувати такий підхід в сучасних умовах економічної та політичної кризи в Україні. Політична нестабільність, фінансова та економічна криза в Україні беззаперечно негативно відображаються на стані українського ринку праці. Однак, конкуренція за робоче місце невпинно зростає. Це дає можливість роботодавцям відібрати більш кваліфікований персонал за нижчого рівня заробітної плати.

З метою врегулювання споживчого ринку та забезпечення фінансової стабільності підприємств необхідно якісно змінити стратегію управління персоналом, як найважливішої підсистеми загальної стратегії підприємства. Доцільно впроваджувати нову стратегію управління персоналом, що складатиметься з планів або «програм дій» компанії на незначний період часу. Власне короткостроковість є надзвичайно важливим елементом планування діяльності в кризових умовах. Нова стратегія повинна базуватися на аналізі внутрішнього середовища підприємства, прогнозуванні персонального розвитку персоналу.

Отже, за нинішніх умов стратегія управління персоналом повинна бути спрямована на збереження найкращих співробітників та оновлення особового складу. Особливу увагу варто приділити статтям витрат, обмеження яких може збільшити ефективність роботи, не порушуючи виробничого процесу. За умов грамотного професійного менеджменту можливим є вдосконалення діяльності шляхом зміцнення внутрішнього середовища підприємства. Тому основою стратегії менеджменту персоналу є залучення та утримання висококваліфікованих спеціалістів та формування їх конкурентоздатної команди, задля успішного розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Калинець, К.С. Стратегії менеджменту персоналу в сучасних умовах розвитку організації / К.С. Калинець // Фінансовий простір. – №2(180). – 2015. – С. 328-332.
2. Атаманенко, І.Б. Функціонування бізнес-організацій в умовах сучасного ринку: джерела основних ризиків / І.Б. Атаманенко // Грані (Соціологія). - № 10/1 (126). – 2015. – С. 109-117.
3. Чарльз С. Джейкобс. Нейроменеджмент. – Companion Group, 2011. – 208 с.
4. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шкапова О.М. Управління персоналом. 2-ге видання: навч. посіб. — К. : Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.
5. Саакян, А.К. Управление персоналом в организации / А.К. Саакян, Г.Г. Зайцев, Н.В. Лашманова. – СПб. : Питер, 2001. – 176 с.

Сінькевич В.В., ст.гр.ФС-17
(Науковий керівник: *Котенко Т.М., канд. екон. наук, доцент*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Сучасний стан місцевих бюджетів характеризується дефіцитом фінансових ресурсів на місцевому рівні, який на сьогодні неможливо усунути без чітких стратегічних дій державної та місцевої влади. Зменшення бюджету привели до поглиблення існуючих проблем на місцевому рівні. [1]

Місцеві податки і збори, згідно з положеннями Бюджетного кодексу України, відносяться до власних доходів місцевих бюджетів, які не враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, і тому суттєво впливають на фінансову самостійність місцевих бюджетів. Органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції мають право запроваджувати пільгові податкові ставки, повністю скасовувати окремі місцеві податки і збори або звільняти від їх сплати певні категорії платників та надавати відстрочки у сплаті місцевих податків та зборів. [1]

До основних проблем у сфері формування місцевих бюджетів, у першу чергу, постають такі пункти [1]:

– нестабільність доходної бази;
– недостатнє фінансування з державного бюджету;
– відсутність ефективного правового поля, яке б відповідало сучасним умовам;
– відсутність прав органів місцевого самоврядування щодо запровадження на своїй території власних податків і зборів;
– невеликий перелік місцевих податків і зборів;
– незначна фіскальна роль місцевих податків і зборів;
– недосконаліть міжбюджетних відносин.

В основу удосконалення діючої системи місцевого оподаткування можуть бути покладені основні положення проекту Податкового кодексу України, а також проекту Закону України «Про місцеві податки та збори».[2]

Існування проблем в першу чергу зумовлюють виникнення дисбалансу в самих місцевих бюджетах, а саме виникає дефіцит бюджетних коштів. Граничний обсяг дефіциту державного бюджету України на 2019 рік визначений у розмірі 89,989 мільярда гривень. Про це йдеться у проекті закону про держбюджет-2019. Відповідно до проекту, доходи державного бюджету заплановані у обсязі 1,008 трлн грн, з яких 916,1 млрд грн – доходи загального фонду держбюджету і

92,2 млрд грн – доходи спеціального фонду. Видатки державного бюджету України заплановані на рівні 1,094 млрд грн, з них видатки загального фонду держбюджету – 993,4 млрд грн, видатки спеціального фонду – 100,96 млрд грн.[3]

Бюджет на 2019 рік формується на підставі чинного бюджетного та податкового законодавства з урахуванням окремих законодавчих змін, а також виходячи з параметрів, визначених основними напрямками бюджетної політики на 2019-2021 роки. Для формування місцевих бюджетів слід враховувати основні прогнозні показники економічного та соціального розвитку України на 2019 рік, схвалені постановою Уряду за № 546 від 11.07.2018 [4]:

– номінальний ВВП – 3946,9 млрд грн;
– темп зростання реального ВВП – 103,0 %;
– індекс споживчих цін – 107,4%;
– фонд оплати праці найманих працівників і грошове забезпечення військовослужбовців – 1142,7 млрд грн.

Крім того, важливими параметрами є розміри державних соціальних стандартів, що суттєво впливають на дохідну та видаткову частини місцевих бюджетів. На 2019 рік пропонується встановити [4:]

– розмір мінімальної заробітної плати – 4173 грн;
– розмір посадового окладу працівника І-го тарифного розряду ЄТС – 1921 грн;
– прожитковий мінімум на одну особу в розрахунку на місяць: з 1 січня 2019 року – 1853 грн, з 1 липня – 1936 грн, з 1 грудня – 2027 грн.

Список використаних джерел

1. Буряченко, А.Є. Переваги та недоліки боргового фінансування місцевих потреб / А.Є. Буряченко // Фінанси, облік і аудит. – 2017; С. 37.
2. Деркач, М.І. Впровадження світового досвіду формування дохідної частини місцевих бюджетів в Україні / Деркач М.І., Литвин М.В. // Економічний простір. – 2017; С. 84.
3. Офіційний сайт: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2539554-deficit-budzetu2019-sagne-majze-90-milardiv-proekt-zakonu.html.,авт.Оксана Маркарова «Дефіцит бюджету-2019 сягне майже 90 мільярдів – проект закону»
4. Офіційний сайт : http://sys2biz.com.ua/formuvannia-mistsevykh-biudzhetiv-2019/., авт. Мінфін «Основні параметри планування місцевих бюджетів 2019».

Тищенко А.О., магістрантка
Довгенко Я.О., канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський державний педагогічний університет ім. В. Винниченка
м. Кропивницький

АНАЛІЗ, МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Заробітна плата виступає як один із основних регулювальників ринку праці. Однак аналізу і оцінці впливу заробітної плати на ринок праці в Україні не приділяється належна увага, що призводить до негативних наслідків.

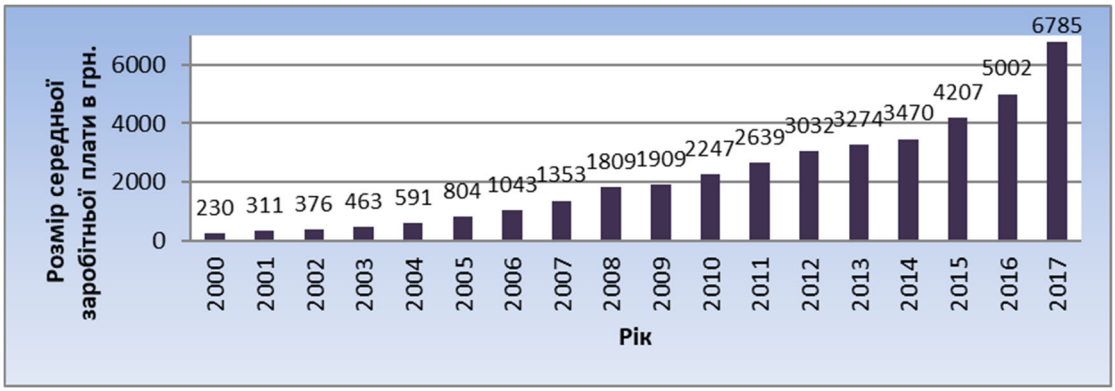
В умовах економічної трансформації заробітна плата повинна використовуватися як найважливіший засіб для стимулювання до зростання продуктивності праці, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості продукції, підвищення ефективності виробництва для суспільної злагоди.

Проблемам оплати праці та диференціації заробітної плати присвячено багато праць українських вчених – Д. Богині, З. Бараник, І. Бондар, А. Калини, А.Колота, Н. Лук'янченко, А. Ревенка та ін.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі й нормативні акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України; інформаційні матеріали, опубліковані в періодичних виданнях; офіційні матеріали Державної служби статистики України; статистичні дані Головного управління статистики; наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, у яких висвітлено фундаментальні положення про регулювання доходів населення; електронні ресурси, представлені в мережі Інтернет; результати власних досліджень здобувача; аналітичні розрахунки, виконані в процесі дослідження.

Аналізуючи динаміку рівня заробітної плати, слід зазначити, що за період з 2000 р. по 2017 р. відбувалося поступове зростання розміру номінальної заробітної плати. За цей період вона зросла майже в тридцять разів. До 2017 року зберігалися високі темпи її зростання. Найвищі темпи приросту спостерігались у 2015, 2016 та 2017 рр. Але у 2009 р. цей показник зріс лише на 5,5 % порівняно з попереднім роком. У 2017 р. середньомісячна номінальна заробітна плата становила 6785 грн, що більше на 35,6% відповідного показника у 2016 р.

На рис. 1. графічно представлено динаміку середньомісячної заробітної плати в Україні за 2000-2017 рр.



З метою удосконалення політики доходів населення та заробітної плати, подолання бідності та значного розшарування населення за доходами в сучасних умовах господарювання в Україні система соціальних стандартів і гарантій потребує оптимізації, що передбачає розробку і запровадження підходів до визначення бази для розрахунків мінімальної заробітної плати на основі зміни концепції її формування відповідно до макроекономічної ситуації в країні.

Однією з передумов застосування методів регресійного аналізу для побудови економетричних моделей є відсутність серед незалежних змінних (факторів) лінійно пов'язаних. Якщо ця передумова не виконується, то виникає, як вже сказано вище, явище мультиколінеарності, тобто наявність сильної кореляції між незалежними змінними (включеними в модель факторами). У математичному аспекті мультиколінеарності призводить до спотворення сенсу коефіцієнтів регресії і утруднення виявлення найбільш суттєво впливають чинників.

Таблиця 1

Формування інформаційної бази економетричної моделі заробітної плати

Рік	Мінімальна заробітна плата	ВВП млн.грн.	Інфляція	Середньомісячна заробітня плата
2007	400	751106	112,8	1351
2008	515	990819	125,2	1806
2009	605	947042	115,9	1906
2010	869	1120585	109,4	2239
2011	941	1349178	108	2633
2012	1073	1459096	100,6	3026
2013	1147	1422657	99,7	3282
2014	1218	1586915	124,9	3480
2015	1218	1988544	143,3	4195
2016	1600	2383182	112,4	5002
2017	3200	2982920	113,7	6785

Перевірка даних на наявність кореляційного зв'язку проведено за допомогою пакету аналізу даних функції Correlation.

Знайдено кореляційну матрицю (парних коефіцієнтів кореляції) за формулою:

$$r = \frac{1}{n} X^{*T} * X^{*},$$

де X^{*} – матриця щойно отриманих нормалізованих змінних,

X^{*T} – транспонована матриця.

$$r = \begin{bmatrix} 1 & 0{,}136 & 0{,}938 \\ 0{,}136 & 1 & -0{,}025 \\ 0{,}938 & -0{,}025 & 1 \end{bmatrix}$$

Проаналізувавши елементи кореляційної матриці, можна зробити висновок, що існує суттєвий кореляційний зв'язок між першою та третьою і першою та четвертою ознаками. значна кореляція між другою та четвертою змінними; дуже сильний – між третьою та четвертою. Обчислимо визначник кореляційної матриці: $D = |r| = 0{,}095$. Знаходимо значення критерію Спірмена: $\chi^2_{\text{факт}} = -\left(n - 1 - \frac{1}{6}(2 * m + 5)\right) * lnD = -\left(11 - 1 - \frac{1}{6}(2 * 3 + 5)\right) * ln0{,}095 = 19{,}25$. Табличне значення χ^2-критерію для ступенів вільності $\frac{1}{2}m(m-1) = \frac{1}{2}3(3-1) = 3$ і рівня значущості $\alpha = 0.01$ дорівнює $\chi^2_{\text{табл}} = 11{,}3$..

Оскільки $\chi^2_{\text{факт}} > \chi^2_{\text{табл}}$ доходимо до висновку, що в масиві змінних існує мультиколінеарність. Обернена до матриці *r* – матриця *C*:

$$C = r^{-1} = \begin{pmatrix} 10{,}56 & -1{,}68 & -9{,}95 \\ -1{,}68 & 1{,}27 & 1{,}61 \\ -9{,}95 & 1{,}61 & 10{,}37 \end{pmatrix}$$

Визначено фактичні значення критеріїв Фішера, використовуючи діагональні елементи матриці С. $F_1 = 38{,}23$; $F_2 = 1{,}08$; $F_3 = 37{,}48$

Знаходимо критичне (табличне) значення критерію $F_{таб} = 4{,}46$. Можна бачити що для рівня значущості $\alpha = 0{,}05$ (95% довіри) і ступенів вільності *n-m*=8 та *m*-1=2 для отриманих результатів для F_i другої змінної виконується нерівність $F_i < F_{табл}$. Для інших отриманих результатів для F_i першої та третьої змінної виконується нерівність

$F_i > F_{табл}$, що свідчить про наявність мультиколінеарності між кожною з цих змінних.

Знаходимо частинні коефіцієнти кореляції, які характеризують тісноту зв'язку між двома змінами, за умови, що інші на цей зв'язок не впливають. $r_{12} = 0{,}46$, $r_{13} = 0{,}95$, $r_{23} = -0{,}44$.

Використовуючи одержані значення частинних коефіцієнтів кореляції, визначаємо відповідні значення критерію Стьюдента: $t_{12} = 1{,}47, t_{13} = 8{,}65, t_{23} = -1{,}40$..

Визначаємо критичне значення t – критерію при $n - m$ ступенях вільності і рівня значущості $\alpha = 0{,}05$. Обчислення показують, що лише фактичне значення t–критерію за модулем t_{13} перевищує табличне значення, $t_{\text{таб}} = 3{,}496$. Тобто між ВВП та мінімальною заробітною платою існує достатньо тісний кореляційний зв'язок 0,94. Враховуючи показники кореляційної матриці, які характеризують вплив зазначених показників на рівень середньої заробітної плати та невисокий, попередньо розрахований, множинний коефіцієнт кореляції 0,94, вважаємо недоречним позбавлятись від мультиколінеарності саме виключенням з моделі третьої змінної – мінальної заробітної плати, незважаючи на те, що вона найменш впливає на зміну прибутку. Тому для позбавлення від мультиколінеарності скористаємось методом головних компонент, перетворивши вихідну інформаційну базу, попередньо нормалізувавши динамічні дані: середньомісячної заробітної плати, ВВП, Інфляції, мінімальна заробітна плата.

Метод головних компонент дасть можливість позбавитись мультиколінеарності між факторними ознаками та оцінити вплив кожної з них на результативний показник,рівень середньої заробітної плати.

За допомогою компонентного аналізу проведемо дослідження взаємозв'язку між середньомісячною заробітною платою, ВВП, рівня інфляції та мінімальної заробітної плати.

Матриця парних коефіцієнтів кореляції R має вигляд:

$$R = \begin{bmatrix} 1 & 0{,}136 & 0{,}938 \\ 0{,}136 & 1 & -0{,}025 \\ 0{,}938 & -0{,}025 & 1 \end{bmatrix}$$

Характеристична матриця для матриці R^* матиме вигляд:

$$R = \begin{bmatrix} 1 & 0{,}136 & 0{,}938 \\ 0{,}136 & 1 & -0{,}025 \\ 0{,}938 & -0{,}025 & 1 \end{bmatrix}$$

Знайдемо власні значення матриці $R^* - \lambda E$. Для цього розрахуємо визначник цієї матриці, дорівняємо його до нуля. Отримаємо кубічне :

$$-\boldsymbol{\lambda^3 + 3\lambda^2 - 3\lambda + 0{,}09 = 0}$$

За формулою Кардано знайдемо характеристичні корені λ_i:

$$\lambda_1 = 1{,}945, \lambda_2 = 1{,}007, \lambda_3 = 0{,}048$$

Побудовано матрицю Λ власних значень матриці R^*:

$$\Lambda = \begin{pmatrix} 1{,}945 & 0 & 0 \\ 0 & 1{,}007 & 0 \\ 0 & 0 & 0{,}048 \end{pmatrix}$$

Перша компонента пояснює $\frac{1{,}945}{3} * 100\% = 33{,}57\%$ сумарної дисперсії, друга – 64,83%, третя – 1,61%.

Для економічної інтерпретації достатньо було б залишити перші дві компоненти, загальний вклад яких становить 98,4% сумарної дисперсії всіх вхідних ознак. Але враховуючи множинний коефіцієнт кореляції 0,68, попередньо розрахований на першому етапі побудови моделі залишаємо всі три фактори для більш точного відображення реалій.

Знайдено власні вектори: $U_1\begin{pmatrix}1{,}0101\\0{,}1189\\1\end{pmatrix};\ U_2\begin{pmatrix}-0{,}010\\0{,}1706\\1\end{pmatrix};\ U_3\begin{pmatrix}-0{,}1765\\6{,}9062\\1\end{pmatrix}$

Норма кожного з векторів становить: $|U_1| = 1{,}43, |U_2| = 1{,}01, |U_3| = 6{,}98$..

Представлено матрицю нормованих векторів: $V = \begin{pmatrix}0{,}708 & -0{,}009 & -0{,}025\\0{,}083 & 0{,}168 & -0{,}989\\0{,}701 & 0{,}986 & 0{,}143\end{pmatrix}$

Добуток матриці власних векторів та матриці, яка складається з елементів зазначеної матриці власних значень:

$$A = V * \Lambda^{\frac{1}{2}} = \begin{pmatrix}0{,}708 & -0{,}009 & -0{,}025\\0{,}083 & 0{,}168 & -0{,}989\\0{,}701 & 0{,}986 & 0{,}143\end{pmatrix} * \begin{pmatrix}1{,}395 & 0 & 0\\0 & 1{,}004 & 0\\0 & 0 & 0{,}220\end{pmatrix} =$$

$$= \begin{pmatrix}0{,}988 & 0{,}099 & -0{,}006\\0{,}116 & 0{,}169 & -0{,}217\\0{,}978 & 0{,}989 & 0{,}032\end{pmatrix}$$

Аналізувавши матрицю факторних навантажень А, бачимо, що перша головна компонента тісно пов'язана майже з усіма факторними ознаками: ВВП ($a_{11} = 0{,}988$), Інфляцією ($a_{21} = 0{,}116$) та мінімальною заробітною платою ($a_{31} = 0{,}978$).

Знайдено обернену матрицю до матриці факторних навантажень A^{-1}

$$A^{-1} = \begin{pmatrix}1{,}001 & -0{,}023 & 0{,}014\\-0{,}983 & 0{,}166 & 0{,}973\\-0{,}227 & -4{,}483 & 0{,}763\end{pmatrix}$$

Матриця Z^T транспонована матриця нормованих значень факторних ознак: ВВП, інфляції та рівня мінімальної заробітної плати.

	-1,18	-0,82	-0,89	-0,63	-0,29	-0,13	-0,18	0,06	0,66	1,25	2,14
Z^T	-0,18	0,82	0,07	-0,46	-0,57	-1,17	-1,24	0,79	2,27	-0,22	-0,11
	-1,00	-0,85	-0,73	-0,39	-0,29	-0,12	-0,02	0,07	0,07	0,57	2,67

Матриця значень головних компонент $F = A^{-1} * Z^T$:

	-1,19	-0,86	-0,90	-0,63	-0,28	-0,10	-0,15	0,05	0,61	1,27	2,19
F=A-1* Z^T	0,16	0,12	0,17	0,17	-0,09	-0,18	-0,05	0,14	-0,20	-0,71	0,48
	0,33	-4,12	-0,65	1,90	2,40	5,17	5,58	-3,51	-10,29	1,12	2,05

Перевіримо отримані дані на наявність мультиколінеарності, побудуємо кореляційну матрицю матриці F^T: $F^T_{\text{корел}} = \begin{pmatrix}1 & 0 & 0\\0 & 1 & 0\\0 & 0 & 1\end{pmatrix}$.

Визначник матриці дорівнює 1. Тобто перетворення вихідної інформаційної матриці методом головних компонент позбавляє явища мультиколінеарності. Транспонована матриця F використовуємо як вхідну інформацію для побудови багатофакторної економетричної моделі рівня середньої заробітної плати.

За допомогою алгоритму МНК зайдем оцінки параметрів моделі (розрахунки проведемо в MS Excel):

Обчислено оцінки параметрів регресійної моделі за формулою:

$$\hat{a}_i = (FF^T)^1 * (F * Y)\begin{pmatrix}0{,}00\\0{,}99\\0{,}18\\-0{,}003\end{pmatrix}$$

Модель середньої заробітної плати в Україні з головними компонентами має вигляд:

$$\hat{y}_i = 0{,}99x_1 - 0{,}18x_2 - 0{,}003x_3,$$

В цілому проведений аналіз дає підстави зробити висновок про істотне існування взаємозв'язку між середньою заробітною платою та визначеними факторами: ВВП, інфляцією та мінімальною заробітною платою.

Результати проведеного порівняльного аналізу вказують на те, що не існує єдиної методики вимірювання бідності. При цьому, незважаючи на використання в існуючих методиках розрахунку бідності різних вихідних даних, головним дискусійним моментом є основна концепція дослідження – абсолютна чи відносна. Взагалі, яким би методом не вимірювалась бідність, ніякі оцінки не будуть абсолютно точним, тому різні підходи повинні доповнювати один одного.

Отже, в Україні спостерігаються високі між галузеві та міжрегіональні відмінності у рівнях середньої заробітної плати, що викликає соціальну напруженість у суспільстві. Виникають складні проблеми у забезпеченні національних стандартів рівня життя населення окремих регіонів. Тому, важливим є прогнозування рівня середньої заробітної плати в Україні та її окремих регіонах, що сприятиме розробці ефективних заходів щодо встановлення

Список використаних джерел

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

2. Экономическая статистика : Учебник / Под. ред. Ю. Н. Иванова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 480 с.

3. Воронкова, В.Г. Соціально-економічне прогнозування [Текст] : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / В.Г. Воронкова. – Київ : Професіонал, 2004. – 284 с.

Токварова К.А., ст. гр. ВМ-42
(Науковий керівник: *Тарнавська Т.С., викладач*)
Компаніївський коледж ветеринарної медицини
Білоцерківського НАУ
смт. Компаніївка, Кіровоградська обл.

ТРУДОВІ РЕСУРСИ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Рівень розуміння керівництвом значимості людського фактору у розвитку організації має визначальний вплив на ефективність праці, а отже і на ефективність роботи підприємства в цілому. Таким чином, питання про роль трудових ресурсів у складі ресурсного потенціалу підприємства є актуальним.

Вивченням ролі та значення трудових ресурсів підприємства займається багато вчених, наприклад, Малік М.Й., Шпикуляк О.Г., Шиян М.Й. та інші. В своїх дослідженнях вони підкреслюють, що рівень ефективності і конкурентоспроможності підприємства у ринкових умовах залежить від його трудових ресурсів. Через нестабільність навколишнього середовища, багато підприємств опинилися у складному становищі, стали банкрутами. Чимало людей залишаються безробітними, через це страждає економіка країни та її благоустрій серед країн Європи.

Метою наукової роботи є визначення сутності трудових ресурсів підприємства та їх впливу на діяльність підприємства.

Розвиток економіки країни характерний зміною форм власності, перебудовою всього народногосподарського комплексу, нестабільним економічним середовищем.

Динаміка банкрутства в Україні набирає високих темпів, в більшій мірі на це впливають зовнішні чинники, тому в умовах кризового стану підприємствам необхідно приймати санаційні заходи, щоб уникнути банкрутства. Але без втручання держави це не буде досить ефективно. Немає сумніву, чим сприятливіші природні умови і багатші природні ресурси, то більше шансів налагодити в країні ефективне господарство. Однак, якщо не буде кому реалізувати надане природою, то всі її багатства залишатимуться лише природними компонентами. Тільки за участі людини природні компоненти набувають властивостей ресурсів і можуть приносити користь.

Трудовими ресурсами є населення у працездатному віці, яке оцінюють за трьома параметрами: соціально-демографічному, професійно-кваліфікаційному та культурно-освітницькому [3, с. 30].

Людський фактор набуває стратегічного значення для виживання підприємства у нестабільних умовах розвитку ринкових відносин. Вихідним моментом для оцінювання і прийняття рішень у галузі кадрового потенціалу є аналіз забезпеченості підприємства трудовими ресурсами й ефективності їх використання. Слід зауважити, що з переходом до ринкової економіки аналіз трудових відносин набирає щораз більшої ваги, оскільки робоча сила має вартісну оцінку та є конкурентною на ринку праці.

За результатами дослідження Світового Банку людський фактор забезпечує 64% економічного зростання в країнах з перехідною економікою, тоді як виробничі фактори – 16, природні чинники – 20 % [2, с. 8].

Практика довела, що соціальні витрати – це ефективні вкладення в людський капітал, оскільки, саме трудові ресурси мають специфічний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства. Достатня забезпеченість підприємств трудовими ресурсами відповідного рівня кваліфікації та професійних навичок, їхнє раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для збільшення обсягів продукції та підвищення ефективності виробництва [1, с. 58].

Для того, щоб економіка країни була в гарному стані, потрібна стабільність та рівновага, пильне слідкування за ситуацією у світі, розроблення планів та стратегій для зміцнення та процвітання економіки. А для процвітання економіки країни повинні працювати підприємства, які будуть збагачувати бюджет нашої країни, які покриють хоча б частину боргів та приведуть до ладу та стабільності нашу країну.

Сучасне виробництво потребує постійного підвищення якості робочої сили. Вища освіта, достатня професійна підготовка, спеціальні знання та творчий підхід є важливою умовою високо продуктивності роботи усіх працюючих. Зростає чисельність робітників з вищою та технічною освітою – 90% зайнятих. Освіта жінок знаходиться на рівні з освітою чоловіків.

У західних областях найвищий рівень забезпеченості робочою силою, які характеризуються значною густотою сільського населення. У східних та південних областях цей рівень трохи менший. Через економічне становище збільшується міграція фахівців.

Основними виробниками та споживачами є трудові ресурси, тому потрібно вирішувати проблеми з їх використанням. Недоцільне використання робочої сили призводить до виникнення проблем у економіці, що поступово знижує рівень життя населення. Це впливає на рівень суспільного виробництва та на загальний розвиток держави. Трудові ресурси займають важливе значення у розвитку країни і вимагають особливої уваги у державній політиці.

Список використаних джерел

1. Большая Советская Энциклопедия. Т. 34 / Под ред. Б. А. Введенского. – М.: Советская Энциклопедия, 1975. – 656 с.
2. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. Кадровий потенціал аграрних підприємств: управлінський аспект. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2005. – 370 с.
3. Современная экономика. Общедоступный учебный курс / Под ред. О.Ю. Мамедова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 608 с.

Ходяк О.Г., ст. гр. МТУз-213м
Соколов А.В., канд. держ. упр., доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Запорізький національний технічний університет
м. Запоріжжя

СТРЕС НА РОБОЧОМУ МІСЦІ

Більшу частину свого часу сучасна людина проводить на роботі. Високе навантаження на роботі; недостатня кількість сну; конфлікти на роботі; відсутність контролю; відсутність емоційної підтримки з боку співробітників призводять до прояв стресу у людини. Надмірний стрес може стати руйнівним для особи, а відповідно, для організації. Тому керівник повинен це розуміти і навчитися нейтралізувати стресові ситуації для забезпечення повної ефективності діяльності. Стрес на професійному підґрунті стає поширеним явищем і являє собою проблему, що потребує винайдення шляхів рішення. Для дослідження даного явища й існує стрес-менеджмент.

Останнім часом, стресу, який отримує людина, безпосередньо на робочому місці, приділяється все більше уваги. Серед вчених, соціологів, лікарів, кадрових працівників, управлінців і журналістів існують досить близькі оцінки, причин виникнення стресу, його згубних наслідків, методів контролю, запобігання і боротьби зі стресами.

Поняття «Стрес» розглянули такі українські вчені як: В. Лученко.,О.Є. Кузьмін, Рульєв В.А.

Уолтер Кеннон і Ганс Сельє використовували дослідження на тваринах, щоб встановити наукову основу для вивчення стресу. Сьюзен Фолькмен запропонував у 1984 р. розглядати стрес як результат «дисбалансу між потребами і ресурсами». Поняття «стрес» уперше ввів у науку доктор Монреальського університету Г. Сельє в 1946 р. для позначення впливу різних неспецифічних факторів, чи «стресорів», на організм людини. Він писав: «Не слід боятися стресу. Його не було тільки у мертвих. Стресом треба управляти. Керований стрес несе в собі аромат і смак життя».

Водночас багато питань управління стресами залишаються невирішеними, тому звернемо увагу на основні методі та способи регулювання стресових ситуацій в організації.

Основною метою є визначення сутності стресу на робочому місці, вивчення методів впливу та управління стресом в організації.

Сутність дослідження Одним з індикаторів розвитку суспільства є стан здоров’я працюючого населення. За станом здоров’я окремої людини стоїть якість трудових ресурсів держави, продуктивність праці та обсяг валового внутрішнього продукту.

Психосоціальні ризики та стрес на робочому місці є одними з найскладніших питань у сфері охорони праці та здоров’я, актуальність яких загальновизнана для всіх країн, професій та працівників.

Стрес – фізична та емоційна реакція організму, яка виникає тоді, коли посадові обов'язки не відповідають здібностям, ресурсам і потребам працівника. Стрес на робочому місці не є виключно негативним явищем, проте надмірності (сильний, тривалий, регулярний) неприпустимі.

За офіційними даними EU-OSHA близько половини працівників у ЄС працюють в умовах стресу, а зростання кількості порушень, пов'язаних зі стресом на робочому місці, зумовлено поширенням гнучких і нестабільних форм зайнятості (72 % загальної кількості респондентів), надмірним навантаженням працівників (66 %), а також такими явищами, як моральне та фізичне насилля (59 %).

Результати досліджень, проведених в Європі та інших розвинених країнах, засвідчили, що стрес на робочому місці є причиною від 50 % до 60 % усіх втрачених робочих днів.

У тривалій перспективі стрес на робочому місці може призвести до виникнення безсоння, емоційного занепокоєння, мігрені, хронічної втоми, депресії, алергії, захворювань опорно-рухового апарату, гіпертонії, виразкової хвороби шлунку, захворювань серцево-судинної системи, серцевого нападу, нещасного випадку та навіть самогубства.

Усі зазначені наслідки стресу на робочому місці негативно впливають на конкурентоспроможність підприємства та діловий імідж, а також призводять до значних фінансових втрат.

Протягом останніх років в Україні спостерігається тенденція до зниження виробничого травматизму. За даними прес-служби виконавчої дирекції Фонду соціального страхування України протягом 2017 року зареєстровано 4 965 потерпілих на виробництві. З них 332 випадки виявилися смертельними.

Зафіксовано зменшення кількості смертельно травмованих осіб порівняно з 2016 роком на 8,8% (32 випадки). Водночас, загальна кількість нещасних випадків на виробництві зросла на 4,2% (199 випадків). При цьому тривалий час зберігається ситуація, коли серед причин настання нещасних випадків друге місце посідають психофізіологічні причини (близько 23 % загальної кількості), до яких і належить стрес на робочому місці. Сьогодні українські працівники підпадають під дію стресу частіше через суттєве зниження фінансової стабільності, скорочення можливостей для отримання бажаної роботи, страх її втратити і т. д.

У сучасних економічних, політичних і соціальних умовах, що склалися в Україні, важливо під час планування своєї господарської діяльності враховувати наслідки стресів, від яких страждають працівники, отриманих на робочому місці та за межами підприємства.

Захистити і зміцнити здоров'я, добробут і продуктивність як всього колективу, так і кожного окремого працівника неможливо без розуміння природи стресу і механізмів його впливу на людей та підприємство, а також без добре спланованої програми, яка пом'якшить його згубні наслідки і, що більш важливо, попередить їх.

Робоче місце одночасно є осередком психосоціальних ризиків і ідеальним місцем для їх усунення.

Вчасне розпізнання залежності стану працівника від стресу, який він отримав, може зберегти його життя або як мінімум здоров'я.

Стрес – це виклик не лише працівнику, але й усім, хто причетний до колективної праці. Управління стресом має стати основним пріоритетом як для роботодавців, так і для самих працівників.

Отже, стрес є невід'ємною ланкою в сучасному житті будь кого. Таким чином за для вдосконалення ефективності праці робітників відводиться певний розділ

менеджменту, що має дієві методи усунення та захисту співробітників як від самого стресу так і від їх наслідків. Будь який стрес, який відчуває людина, має негативні наслідки як на відносини між людьми, так і на їх здоров'я.

Необмежені в обсягах доручення та ненормований робочий графік є підґрунтям до стресових ситуацій, відсутність відпочинку викликає в працівника стан хронічної втоми. До основних методів керування стресом відносять: коучинг керівництва, антистресові корпоративні тренінги та створення рівного мікроклімату в організації.

Щоб управляти стресом на виробництві, необхідно правильно організувати роботу, скласти план ходу операцій на виробництві, визначити необхідний обсяг роботи для кожного працівника. Щодо стресу у системі управління, то тут слід звернути особливу увагу на поведінку керівника, його відношення до підлеглих. Керівнику необхідно делегувати свої повноваження в такій мірі, щоб він сам міг виконати те що повинен, і щоб обсяг делегованих ним повноважень іншим, також відповідав можливостям працівників.

Одним з простих способів зменшення стресу є звичайне фізичне навантаження. Зі щоденними навантаженнями дуже допомагає зміна положення, зміна роду роботи. Варто робити перерви при виконанні розумової роботи, наприклад піти на прогулянку або зайнятися фізичними вправами для позбавлення від емоційного стресу.

Уникнення надмірного емоційного напруження і стресу є гармонійний саморозвиток людини упродовж усього життя, розкриття її духовних надбань та формування самостійної світоглядної позиції.

Список використаних джерел

1. Гончар, М.Ф. Особливості управління у стресових ситуаціях. Стрес-менеджмент на підприємстві / М.Ф. Гончар, Ю.В. Білик // Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна. – 2017. – Вип. 27(2). – С. 94-97.

2. Стрес-менеджмент як частина менеджменту організації. [Електроний ресурс] / Наукове товариство Івана Кушніра / режим доступу: http://nauka.kushnir.mk.ua/

Хомич Л.В., здобувач
Стадник В.В., докт. екон. наук, професор
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОГРАМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ОПЕРАЦІЙНОЇ МІНЛИВОСТІ БІЗНЕСУ

Сучасні організації здійснюють свою діяльність в умовах наростаючої мінливості середовища господарювання. Це зумовлює потребу у своєчасному реагуванні менеджменту на нові обставини – для того, щоб усунути проблему, яка може бути цими обставинами викликана, або розгледіти у цих обставинах нові можливості. І те, й інше вимагає коригування структури поточних завдань персоналу, зміни акцентів у виконанні працівниками своєї рутинної роботи. Це доволі часто викликає опір працівників, їх небажання виконувати додаткову роботу, а значить – може втрачатись час, який завжди є важливим для успішного бізнесу. Подолання такої опірності персоналу можливе за рахунок розроблення і практичного застосування мотиваційних програм, в яких враховується операційна мінливість бізнесу.

Проблеми ефективної мотивації персоналу вивчають і науковці, і практики вже не одне десятиліття і наразі у цій сфері існує багато хороших напрацювань. Разом з тим, питань для вивчення залишається багато, оскільки швидкі зміни в бізнесових процесах, використання новітніх технологій для передачі інформації, нові способи виробництв зумовлюють значні зміни в організації робочого процесу; вони ж змінюють і вимоги до працівників, які в свою чергу також інакше ставляться до роботи, ніж десять років тому. На сьогодні працівник усвідомлює себе в першу чергу особистістю і тому обирає роботу, яка буде йому цікавою, у якій він зможе реалізувати свої амбіції та розвиватись професійно. Важливу роль для окремого працівника відіграє і особистість керівника, і підібраний колектив, і графік роботи, а також інші умови робочого середовища.

Справедливим є твердження, що працівники XXI століття хочуть відчувати причетність до чогось великого в межах компанії і це не лише задовольняє потребу бути значущим. Адже для того, щоб працівники будь-якого підприємства розуміли, який результат вони мають дати, виконуючи свої функціональні обов'язки для досягнення цілей бізнесу, вони мають розуміти – які завдання стоять перед бізнесом в цілому, яка роль кожного з підрозділів в досягненні мети, що залежить від роботи кожного окремого співробітника. Та, на жаль, розуміння свого вкладу в діяльність підприємства не є гарантією того, що людина, яка не є власником бізнесу, буде сумлінно і якісно виконувати свої обов'язки, проявляти ініціативу та висловлювати свої ідеї. Кожного найманого працівника потрібно мотивувати, навіть особи з високою внутрішньою мотивацією потребують зовнішніх стимулів.

Одним з інструментів мотивації, який дає змогу актуалізувати проблеми бізнесу для працівника і показати значущість його внеску в досягнення загальної мети, є нарахування заробітної плати за так званою «бонусною» системою, коли додаткова винагорода (бонуси) виплачується за виконання спеціальних завдань або ж досягнення високих результатів, оцінених за певними критеріями. На сьогоднішні багато організацій використовують таку систему нарахування заробітної праці, адже в такий спосіб контролюється виконання поставлених перед працівником завдань, які прямо впливають на загальний результат. Це заохочує працівника бути ініціативним, краще викладатись, адже дає можливість йому самостійно впливати на розмір свого заробітку. Але мало організацій, які розуміють, що нарахування в такий спосіб має також приховані ризики.

При впровадженні бонусної системи нарахування заробітної плати необхідно правильно визначити, який відсоток від загального фонду місячної зарплати має становити постійний оклад, які показники є ключовими в роботі конкретного працівника, як оцінити виконання спеціальних (додаткових) завдань, за які досягнення варто преміювати і т. д. І якщо бонусна система передбачає винагороду, зіставну із базовою (постійною) зарплатою, а остання оцінюється лише в загальному (наприклад, плановий обсяг продажу), то вона переважно зосереджує увагу працівника на додаткових завданнях, за які нараховуються бонуси. Тобто, з великою ймовірністю працівник зосередиться на виконанні показників, що враховуються в заробітній платі, і, по-перше, досягає бажаного 100-відсоткового виконання в спосіб, який для нього найпростіший, по-друге, може ігнорувати другорядні свої обов'язки.

Наприклад, якщо для менеджера з продажу найбільш вагомим показником буде обсяг продажу, то він і буде продавати запланований обсяг, але за рахунок товару, який користується популярністю серед споживачів, так би мовити «продає себе сам». А для підприємства важливо, щоб продавався весь асортимент, щоб не було «заморожування запасів» по окремих позиціях товару. Інший приклад – якщо в показники постійної

частини заробітної плати не включена робота з документами, то менеджер вважатиме ці обов'язки не настільки важливими, щоб правильно і вчасно оформлювати договори з клієнтами, контролювати документальне оформлення повернення товару тощо.

Враховувати в мотиваційній програмі показники з системи нарахування заробітної плати потрібно тому, що на рівні підприємства їх визначили ключовими, тому працівник, який не справляється з головними завданнями, не може бути кращим. Використання для винагороди у вигляді бонусів лише тих показників, що відображають виконання додаткових завдань дозволить працівникам частково ігнорувати основні робочі завдання – і при цьому отримати звання кращого, виконавши чи перевиконавши спеціальні завдання.

Для уникнення таких проблем потрібно, не зміщуючи фокус з головних завдань, зацікавити працівників у виконанні всіх їхніх обов'язків, навіть тих, що здаються менш важливими, оскільки нехтування ними може спричинити появу проблеми, яка може мати погані наслідки для підприємства. І саме в цьому полягає роль мотиваційних програм, які мають бути гнучкими, враховувати як мотиваційні пріоритети працівників, їх мотиваційні настрої, так і умови й завдання їх професійної діяльності, проблемні місця в роботи цієї категорії працівників, бюджет на додаткове преміювання та ін.

Загальні рекомендації з розроблення цих програм такі:

– мотиваційна програма має бути довготермінова, мінімум на півроку, але з проміжними результатами і можливістю коригування сукупності чи вагомості показників у разі виникнення нової операційної ситуації в поточній діяльності підприємства;

– вона має стосуватись працівників, яким заробітна плата нараховується за однією схемою, щоб всі учасники були в рівних умовах;

– на результати за програмою мають частково впливати показники з системи нарахування заробітної плати;

– додаткові показники, що враховуватимуться в програмі, слід періодично змінювати.

Оскільки головна мета такої мотиваційної програми – нагадати працівнику про інші його функціональні обов'язки і заохотити до виконання завдань менш цікавих, але важливих для підприємства, не варто грошову винагороду давати усім працівникам, які виконають умови, тому що тоді мотиваційна програма частково нівелює систему нарахування зарплати. Хорошим варіантом буде преміювання двох-трьох осіб, які покажуть найкращі результати, тим самим буде загострена конкуренція в колективі і кожен працівник матиме можливість задовольнити потребу у визнанні, ставши кращим серед колег. Саме тому важливі проміжні результати, наприклад, якщо озвучено, що програма діятиме протягом року, тоді щомісяця потрібно підбивати підсумки і доносити цю інформацію усім працівникам – її учасникам, відзначати тих, хто в поточному місяці справився найкраще. Відзначаючи кращих, важливо робити це урочисто, і дотримуватись певного ритуалу щомісяця.

Важливою характеристикою мотиваційної програми має бути її гнучкість стосовно додаткових завдань. Це має особливе значення для організацій сфери обслуговування, в якій операційна мінливість є надзвичайно високою. Тому доцільно раз на два-три місяці змінювати спеціальні завдання, за які виплачується бонус. По-перше, тому що попередні перестали бути актуальними, по-друге, для того, щоб розвивати ініціативність усіх працівників. Адже з однаковими обов'язками різні працівники справляються по-різному, і якщо хтось не зможе стати кращим в межах

програми через непосильне для нього завдання, хоча в інших процесах він буде відмінним виконавцем, такого працівника буде демотивувати відсутність можливості проявити свої кращі якості. А систематична і продумана зміна мотиваційних акцентів у структурі мотиваційної програми дасть змогу сформувати у працівників ті стереотипи поведінки стосовно клієнтів, які найкраще сприятимуть позитивному іміджу фірми, що позитивно вливатиме на бізнес в цілому.

Таким чином, в умовах високої мінливості бізнес-середовища, менеджмент підприємства мусить забезпечувати відповідну мінливість і при формуванні мотиваційних програм – для підтримки ініціативності працівників, заохочення їх активності у вирішенні поточних завдань у безпосередньому зв'язку із сучасними стандартами ведення бізнесу.

Чувардинський В.О., аспірант
кафедри економічної теорії, макро- та мікро-економіки
Київський національний університету ім. Т. Шевченка
м. Київ

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК РОБОЧОЇ СИЛИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ

В умовах становлення інноваційного суспільства поступово посилюється вагомість елементів праці інноваційного змісту у структурі трудової діяльності. Це обумовлює можливості для людини стати носієм інновацій як на стадії генерування нових ідей, так і в процесі їх впровадження. Формування та розвиток інноваційної праці, передусім, залежить від якості робочої сили (працівників), які, на думку І.Л. Петрової, є носіями і реалізаторами інноваційності [1]. Розвиток ринку праці та специфіка взаємодії його складових (попиту, пропозиції та ціни праці (трудових послуг)) в умовах формування інноваційного суспільства залежить від інтенсивності інноваційних змін, що відбуваються у змісті та характері праці на глобальному та національному рівнях. Це обумовлює необхідність та можливості формування інноваційного сегменту ринку праці як невід'ємного компоненту інноваційного ринку праці.

В умовах глобалізації поширення інтелектуальних технологій обумовлює виникнення нових вимог до робочої сили, посилення творчого характеру інтелектуальної діяльності. При цьому, згідно точці зору авторів монографії «Розвиток соціально-трудової сфери України: теорія, практика, перспективи», саме високий рівень інтелектуального розвитку та професійної компетенції; творчий підхід до вирішення завдань; комунікабельність; мотивація до підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня та мобільності стають центральним елементом нової моделі постіндустріального розвитку [2, с. 69].

В умовах формування ринку інноваційної праці підприємства (виробництва), зорієнтовані на створення нових товарів та послуг, що базуються на використанні праці (трудових послуг) інноваційних працівників формують попит. Разом з тим, пропозиція на ринку інноваційної праці сформована, з одного боку, обсягами інноваційних робочих місць, з іншого, пропозицією послуг інноваційної праці. Саме від збалансованості економічних інтересів суб'єктів ринку інноваційної праці, а також взаємодії попиту, пропозиції та ціни праці (трудових послуг) на ринку праці залежить ефективність його функціонування та розвитку [1].

Водночас посилення інноваційного змісту праці не означає автоматичного розширення сегменту ринку інноваційної праці, набуття трудовою діяльністю працівників творчих елементів праці [3]. Ринок праці в умовах становлення інноваційного суспільства характеризується поєднанням інноваційного та інерційного сегментів ринку. При цьому домінування інноваційного / інерційного секторів ринку праці залежить від розвиненості інноваційних моделей поведінки, рівня інноваційної активності в економіці та суспільстві. Причому міжсегментарне переміщення між інноваційними / інерційними (недостатньо інноваційними) секторами ринку праці залежить від превалювання попиту та пропозиції на інноваційну працю, ціни трудових послуг та сили конкуренції між цими сегментами.

Зрушення у структурі виробництва, на думку науковців Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, призводять до трансформації економічного змісту праці та зайнятості, еволюції системи соціально-трудових відносин, що формує передумови переходи до інноваційної моделі зайнятості [4]. Технологічні зміни у суспільстві обумовлюють можливість та необхідність використання інформаційно-комунікаційних технологій при дистанційній зайнятості, коли роботодавці та наймані працівники пов'язані в єдиний процес за допомогою інформаційних мереж і високих технологій. Відповідно, у високотехнологічних секторах економіки, що формують основу для розвитку інноваційного сектору ринку праці, об'єктивно збільшується попит на кваліфікованих спеціалістів-універсалів.

Однак розвиток ринків праці країн з трансформаційними економіками в умовах становлення інноваційного суспільства відзначається збереженням невисокого попиту на працівників інноваційного типу, здатних генерувати та впроваджувати інновації (як з боку роботодавців, так і економіки). До найбільш серйозних викликів, що постають перед ринками праці трансформаційних економік, слід також віднести невисоку інноваційну активність економіки; слабкість регуляторних механізмів у сегменті інноваційної праці; нерозвиненість інфраструктури ринку інноваційної праці. Це обумовлює необхідність здійснення трансформаційних змін на ринку праці, створення умов для розвитку форм інноваційної зайнятості, поширення інноваційних моделей поведінки, підвищення рівня інноваційної активності в економіці та суспільстві.

Список використаних джерел

1. Петрова, І.Л. Ринок інноваційної праці: тенденції формування в Україні / І.Л. Петрова // Україна: аспекти праці. – 2013. – №5. – С. 6

2. Розвиток соціально-трудової сфери України: теорія, практика, перспективи: кол. монографія / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Петрової, к.е.н. В.В. Близнюк; НАН України, ДУ «Ін-т економіки та прогнозування НАН України». – К., 2016. – 326 с.

3. Соціально-трудові відносини зайнятості: сучасні тенденції, виклики, шляхи розвитку: кол. монографія / [А. М. Колот, С.І. Бандур, І.Ф. Гнибіденко та ін.]; за наук. ред. А.М. Колота, І.Ф. Гнибіденка. − К.: КНЕУ, 2015. − 320 с.

4. Людський розвиток в Україні. Інноваційні види зайнятості та перспективи їх розвитку: кол. монографія / за ред. Е.М. Лібанової. Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – К., 2016. – 328 с.

Шевчук М.О., аспірант
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

НЕОФІЦІЙНЕ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ, ЯК ІНДИКАТОР ПРОБЛЕМ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ

Економічна криза не могла не позначитися на соціально-економічному розвитку країни в цілому. В економіці спостерігається падіння обсягів виробництва майже в усіх галузях. Це, своєю чергою, вплинуло на скорочення попиту на робочу силу, знизився рівень зайнятості в таких галузях, як промисловість, сільське господарство, будівництво. Трансформація ринку праці в умовах глобалізації відбувається під впливом великої кількості факторів та характеризується низкою особливостей. Зміна попиту на робочу силу визначається структурними змінами національних економік. Вирішенню проблем зайнятості на рівні країни допоможе ефективна державна політика зайнятості, яка має базуватися на принципах пріоритетності, забезпечення повної, продуктивної та вільно обраної зайнятості в процесі реалізації соціально-економічної політики. Держава має бути зацікавлена в ефективному використанні наявного людського капіталу та забезпеченні соціального захисту населення від безробіття.

У вітчизняній науковій літературі розвитку ринку праці та проблемам зайнятості населення, розробленням шляхів вирішення даної проблеми приділяли увагу чимало вітчизняних учених, серед яких: Богиня Д.П., Близнюк В.В., Васильченко В.С., Грішнова О.А., Діденко О.М., Федоренко В.Г.

Однак, дуже важливою є тема і неофіційного працевлаштування, в якій задіяна значна частина нашого населення. Згідно останніх відомих нам даних, в окремих сферах відсоток неофіційно працюючих перевищує 70% бар'єр. Якщо ж брати загалом, то це переважно сфери торгівлі, будівництва та обслуговування. На світовому ринку праці тенденція такого виду працевлаштування не є новою. Згідно даних, лише 6% населення Індії являється офіційними робітниками [3].

Неофіційність є характеристикою молодої категорії працівників, які не замислюються про державні гарантії та своє майбутнє. Річ у тому, що нове покоління являється поколінням економічних криз, масового зубожіння та інших суміжних проблем. При, здавалось би, розумінні негативних сторін такого виду зайнятості, працівники погоджуються на такі умови переважно з однієї вагомої причини. І ця причина звичайно ж полягає у вищій заробітній платні, яку обіцяє роботодавець. Такий стан речей влаштовує всіх. Роботодавець економить чималі кошти на податках, при цьому доплачуючи працівникові. Цілком логічно, що простий пересічний українець погодиться на більш оплачувану роботу, але не офіційну, ніж на офіційну, проте з мінімальною зарплатою. Такі реалії нашого сьогодення, де кожен живе сьогоднішнім днем.

Однак, попри специфічну вигідність таких домовленостей, існує низка мінусів, які торкаються як працівника, так і роботодавця. Якщо говорити про ризики, з якими стикається роботодавець при неофіційному оформленні працівників, то вони стосуються законодавчої площини. Існує кілька важливих статей, за якими роботодавець несе відповідальність за свої неправомірні дії, а такими якраз вважається неофіційне працевлаштування та зарплата «в конвертах».

Згідно змін до ст.41 Кодексу України про адміністративні правопорушення за 2014 рік на роботодавця накладається штраф у розмірі від 500 до 1000 неоподаткованих

мінімумів. Покарання такого ж виду передбачене і у Кодексі законів про працю та Кримінальному кодексі за несплату єдиного соціального внеску. Проте, якщо спробувати промоніторити кількість судових справ щодо вищезгаданих правопорушень, то виходить що роботодавець є фактично безкарним. Тільки за 2015 рік були відомі лише окремі випадки розгляду справ за звинуваченнями по ст.41 та ст. 212-1 ККУ. Зрештою, щоб уникнути витрат на штрафи, роботодавець застосовує методику підписання цивільно – правових договорів.

Якщо мова йде про працівника, то при такому виді зайнятості він абсолютно втрачає гарантії:

1. Економічні й соціальні гарантії. Це означає, що після укладання трудового договору та реєстрації його в Державному центрі зайнятості працівник користується такими правами, як право на гарантований розмір заробітної плати (у тому числі доплати, надбавки й заохочувальні виплати); право на відпустку, у тому числі додаткову й без збереження зарплати, відпустку у зв'язку з вагітністю та пологами; право на оплату лікарняного; право на достроковий вихід на пенсію через шкідливі умови праці; право на скорочений робочий день, тиждень через шкідливі умови праці; право не працювати у вихідний і святковий день; право не залучатися до понаднормових робіт без бажання працівника; право на допомогу в зв'язку з безробіттям; право на соціальне страхування від нещасних випадків на виробництві й професійних захворювань; право на зарахування виробничого стажу; право на матеріальне забезпечення в порядку соціального страхування в старості; право на гарантії за колективним договором.

2. Трудові гарантії. Укладення трудового договору та запис у трудовій книжці захищають найманого працівника відповідно до чинного трудового законодавства у разі порушення його прав, а саме: якщо роботодавець затримує виплату заробітної плати; відмовляється оплатити виконану роботу; не додержується інших своїх зобов'язань [1].

Відсутність офіційно оформлених трудових відносин між роботодавцем і працівником означає, що працівник не має всіх вище перелічених гарантій.

Негативним же в наших реаліях є те, що за офіційного працевлаштування працівник у більшості випадків отримує низьку заробітну плату. Це зумовлено тим, що роботодавець вимушений сплачувати до Пенсійного фонду єдиний соціальний внесок у розмірі 22%, нарахований на заробітну плату працівника, а також податок на доходи фізичних особу розмірі 18% із заробітної плати.

Єдиним позитивним моментом неофіційного працевлаштування для працівника є вища заробітна плата порівняно з офіційним працевлаштуванням, оскільки в такій ситуації не здійснюються відрахування із заробітної плати, її виплачують і отримують «в конвертах». Однак, у такому разі держава не отримує відрахувань з доходу особи, а сама особа позбавлена названих вище прав.

Варто зазначити, що законодавством заборонено платити працівнику менше за мінімальну заробітну плату, встановлену державою. Тому багато людей отримує офіційно мінімальну платню, і з неї здійснюють відповідні відрахування. А решта суми заробітної плати за домовленістю між працівником і роботодавцем сплачується неофіційно «в конверті».

Із цього виходить, що для таких «офіційно» працевлаштованих людей вигода є короткочасною, адже коли настане час, їх пенсію буде розраховано з урахуванням тих мінімальних зарплат, які були отримані офіційно, без частини, виданої у конвертах. Підприємства з такими «офіційними» працівниками теж не є позитивним фактором для

держави, фактично вони перераховують у пенсійний фонд мінімальну для себе суму і отримують неправомірну вигоду, порушуючи закон.

Водночас з цим неофіційне працевлаштування є великою проблемою і для Пенсійного фонду, адже це недоотримання десятків мільйонів відрахувань. На сьогодні в Україні нараховується близько 26,3 млн осіб працездатного віку. З них зайняті лише 16,2 млн, а внески до Пенсійного фонду сплачує ще менша кількість. В результаті лише 12,8 млн застрахованих осіб утримують 12 млн нинішніх пенсіонерів. По-друге, Пенсійний фонд не має належних ресурсів для того, аби забезпечити гідний рівень пенсій. У 67% (8 млн) пенсіонерів розмір страхової пенсії - на рівні прожиткового мінімуму. По-третє, нині нівельовано залежність розміру пенсії від сплачених внесків [2]. Тому недоотримання коштів від неофіційно зайнятого населення стає тягарем не лише для держави в цілому, а й для всіх офіційно працевлаштованих громадян.

Підсумовуючи, можна зазначити, що останніми роками в Україні процеси у сфері зайнятості характеризуються змінами структури людського капіталу, структури потреб у робочій силі, що суперечить процесу формування людського капіталу в країні в цілому. Для покращення ситуації, що склалася, необхідна боротьба з неофіційним працевлаштуванням, безробіттям та підтримка підприємств, які створюють нові робочі місця, шляхом зменшення податкового навантаження на підприємця, оскільки з підняттям мінімальної заробітної плати підприємці змушені або звільняти працівників, або переводити на неповний робочий день.

На державному рівні слід ужити заходів для підвищення самозайнятості населення в сільській місцевості. Україна має чималий потенціал для розвитку туризму, промисловості та аграрного сектору, що дасть можливість залучити додаткових працівників та знизити рівень безробіття та соціальної напруги в країні.

Список використаних джерел

1. Сойма, М.В. Переваги і недоліки офіційного і неофіційного працевлаштування. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.beregszasz.com.ua/index.php/cikkek-br-statti/4756-perevahy-i-nedoliky-ofitsiinoho-ta-neofitsiinoho-pratsevlashtuvannia

2. Пенсійна реформа: правила призначення. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pensii2017.info/show/pravyla-pryznachennia-pensii

3. Бойко, В. Тіньовий ринок праці як основна проблема українських робочих.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://robotodavets.in.ua/2016/09/18/tinovyj-rynok-pratsi-yak-osnovna-problema-ukrayinskyh-robochyh.html

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У XXI СТОЛІТТІ

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
22 листопада 2018 р.

Науковий редактор – Семикіна М.В.
Технічний редактор – Запірченко Л.Д.
Комп´ютерний набір і верстка – Онищук О.В.
Дизайнер обкладинки – Чумаченко О.С.