

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки та підприємництва

НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Матеріали

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

12 квітня 2019 р.

Кропивницький
2019

Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємств // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених 12 квітня 2019 р. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2019. – 135 с.

Редакційна колегія:

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

У збірнику опубліковано тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Напрями економічного зростання та інноваційного розвитку підприємства». Публікації відображають результати науково-дослідної роботи; присвячені розгляду різноманітних проблем економічної діяльності підприємств, визначенню соціально-економічних резервів підвищення їх конкурентоспроможності.

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

Рекомендовано до друку Вченою радою Центральноукраїнського національного технічного університету (протокол № 10 від 25.04.2019 р.)

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

Зміст

Семикіна М.В., д.е.н., проф., Мельник А.В., аспірант ОЦІНКА ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ І В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ	7
Александровський О.О., студент, Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ВАЖІЛЬ ПОЛІПШЕННЯ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ	10
Базан А.В., магістрант, Прозор Я.Г., магістрант, Брик І.Ю., магістрант, СУЧАСНІ МОДЕЛІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	12
Бачинський М.Г., магістрант гр. ЕП-18М МОБІЛЬНА КОМЕРЦІЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	14
Біловодська І. М., студентка гр. ЕП-17-3ск ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ РОЗВИТОК В 2017-2019 РОКАХ	17
Буянова А., студентка гр. ЕП-15 СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ІНДПОШИВУ ВЗУТТЯ	19
Ванельчук Д.В., студент гр. ЕП-16 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	23
Волик Д.А., студент гр. ГМ-16 ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	25
Гаращенко Н. О., викл. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ: ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ	26
Гершкул А.Ю., курсант ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	29
Горбенко К.С., магістрант НОВАЦІЇ У СПРАВЛЯННІ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У 2019 РОЦІ	32
Денисенко К.С., аспірант МОТИВАЦІЯ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ ЯК ВАЖІЛЬ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ	34
Ehsan Ebrahim Shirazi, PhD Student, Petrova I. L., Doctor of Economics, Professor, Head of Department of MODERN FEATURES OF PROGRESSIVE INTERNET MARKETING TECHNOLOGIES APPLICATION	36
Сланська Н.О., магістрант ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ВХІДНИХ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА	40

Запірченко Л.Д., к.е.н., доц., Башняк Ю.Ю., магістрант гр. ЕП-18М ЗАХОДИ ЩОДО РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАННЯХ	42
Запірченко Л.Д., доц., к.е.н., Рябоволик Т.Ф., к.е.н., ст. викладач НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АГРОПІДПРИЄМСТВАМИ.....	44
Кандиба М.А., студент, Яковенко Р.В., к.е.н., доц. ВІДПОВІДНІСТЬ ПСИХОЛОГІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА	47
Ковальова В.В., студентка гр. ЕП-16 ПОЯВА НОВИХ ПРОФЕСІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....	48
Ковальова В.В., студентка гр. ЕП-16 РОЛЬ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	50
Кондратенко О. В., курсант МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ З ПОЗИЦІЙ ОСОБИСТІСНО- ОРІЄНТОВАНОГО МЕТОДУ	52
Кошетар О.М., студент ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	55
Крижан Я.В., магістрант гр. ЕОБ-18М, Запірченко Л.Д., к.е.н., доц. ПІДВИЩЕННЮ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА.....	58
Лучик С.Д., д.е.н., професор, Лучик М.В., к.е.н. ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	60
Малес О.С., студент СПІВПРАЦЯ ДФС УКРАЇНИ З ВСЕСВІТНЬОЮ МИТНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	63
Малес О.А., студентка ЗАКОНОДАВЧІ КОЛІЗІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ	66
Мельник К.М. ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	69
Ментух Д.В., студент гр. ЕП-16, Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викладач ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	72
Насипайко Д.С., к.е.н., Резніченко О.О., викл. ПОКАЗНИК БІДНОСТІ В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	75
Несенко А., студент гр. ЕП-17 ФОРМУВАННЯ І ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ.....	78

Онойко Л.В., курсант	
СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ KEYТЕРІНГОВОЇ КОМПАНІЇ.....	81
Орищенко Ю.О., студент гр. ЕП-16	
ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	84
Осіна І.А., студентка гр. ЕП 16-3 ск	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	87
Пелих О.Л., викладач комісії економічних дисциплін	
ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	89
Поляков С., студент гр. ЕП-15	
ФОРМУВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	92
Романюк Л.М., к.е.н., доц., Харченко І.В., к.е.н., доц.	
ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ CRADLE TO CRADLE – ЗАПОРУКА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	95
Селіщева Є.В., аспірант	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	98
Сисоліна Н. П., к.е.н., доц., Осіна І.А., студентка гр.ЕП 16-3 ск	
АСПЕКТИ ОСУЧАСНЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	100
Сідалковський О.М., студент, Яковенко Р.В., к.е.н., доц.	
КОНКРЕТНІ ЗАХОДИ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНИЙ СТАН РЕГІОНУ	103
Спірідонов Д.С., аспірант	
ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	106
Стеннікова В.В., курсант	
МІГРАЦІЯ ТРУДОРЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ.....	108
Тарасенко Ю.О., студент гр. АТ-16СК-3	
КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ.....	110
Цавалюк К.А.	
АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	112
Червінська Л.П., д.е.н., професор, Червінська Т.М., к.е.н., доцент	
МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	115
Чумаченко О.С., к.т.н., доц., Фелюк М., студент гр. ЕП-15	
КОМПОНЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ПЕРЕРОБКИ ВИРОБНИЧИХ ТА ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ.....	118

Шаботін І.В., магістрант гр. ЕОБ-18М	
ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	121
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Кандиба М.А., студент	
СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТА НАЦІОНАЛЬНО-МЕНТАЛЬНІ РИСИ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	124
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Александровський О.О., студент	
ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	126
Яковенко Р.В., к.е.н., доц., Сідалковський О.М., студент	
ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ: ЗМІСТ, ЗНАЧЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ	128
Яковенко Р.В., к.е.н., доц.	
НАРОДОНАСЕЛЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	129
Яковенко Р.В., к.е.н., доцент	
МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ НА МАКРОРІВНІ.....	132

ОЦІНКА ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ І В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Дослідження тенденцій розвитку ринку праці не втрачають своєї актуальності в Україні за умов нестабільності економіки та підвищення соціальних ризиків населення. Здійснений нами аналіз засвідчив, що упродовж останніх десяти років український ринок праці помітно змінився: мали місце вагомі скорочення попиту на працю передусім у промисловості, будівництві, відбулися певні скорочення також у сільському, лісовому господарствах та мисливстві, фінансовій діяльності, операціях з нерухомістю, охороні здоров'я тощо. Серед професійних груп це особливо торкнулося кваліфікованих робітників з інструментом, робітників з обслуговування, експлуатації та контролювання, кваліфікованих працівників сільського та лісового господарств. Одночасно знижувався попит на фахівців, чії вміння та компетенції не відповідають сучасним робочим місцям, дещо зростав попит на професіоналів і найбільш суттєво – на працівників сфери торгівлі та послуг (останні розвивалися не за рахунок інформаційних послуг і нових знань, а на основі автомобільного сервісу, ресторанних, побутових послуг тощо). В цей же період гостріше стала виявлятися невідповідність обсягів та професійної структури підготовки сучасним потребам національного ринку праці. Поглиблення освітньо-кваліфікаційного балансу між попитом та пропозицією на ринку праці, орієнтація навчальних закладів суто на споживачів освітніх послуг, а не на потреби підприємств, суттєво ускладнили процеси модернізації підприємств і формування попиту на інноваційну працю.

Зовнішня трудова міграція приймає масовий характер, що призвело до зниження рівня безробіття на українському ринку праці (рис.1).

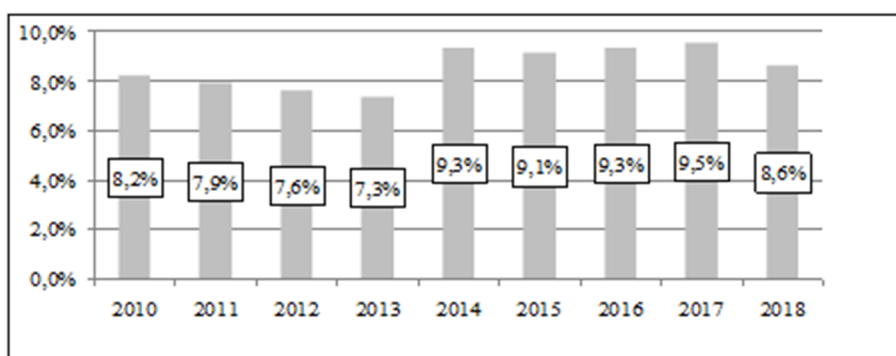


Рис. 1. Рівень безробіття в Україні протягом 2010-2018 років*
(за методологією МОП), % [1, с. 143].

*Примітка: для 2018 р. дані представлені за січень-вересень [2]

Деякі політики намагаються зниження рівня безробіття видати за ознаку покращення справ в економіці та поліпшення працевлаштування. Реально ситуація інша – менше користуються попитом українські робочі місця. Втрачаючи кваліфікованих працівників, більшість українських компаній, навіть заявляючи про дефіцит кадрів, практично нічого не робить, щоб утримати персонал. Проблема полягає в тому, що роботодавці не хочуть або не можуть поліпшувати оплату та умови праці, мотивувати людей гідною оплатою праці, витратитися на їхнє навчання. Чимало роботодавців в умовах сплеску міграції не наважуються збільшувати обсяги професійного навчання на підприємствах, очікуючи нові кадрові втрати серед навчених працівників. Працівники, у свою чергу, в умовах економічної кризи та зниження рівня доходів не прагнуть інвестувати у свій постійний професійний розвиток, оскільки передусім спрацьовує мотивація самовиживання, мотивація пошуку прийнятної роботи або додаткових заробітків. Звертаючись до регіональної статистики, можна також побачити невтішні дані, що підтверджують міжрегіональну диференціацію умов зайнятості (рис. 2).

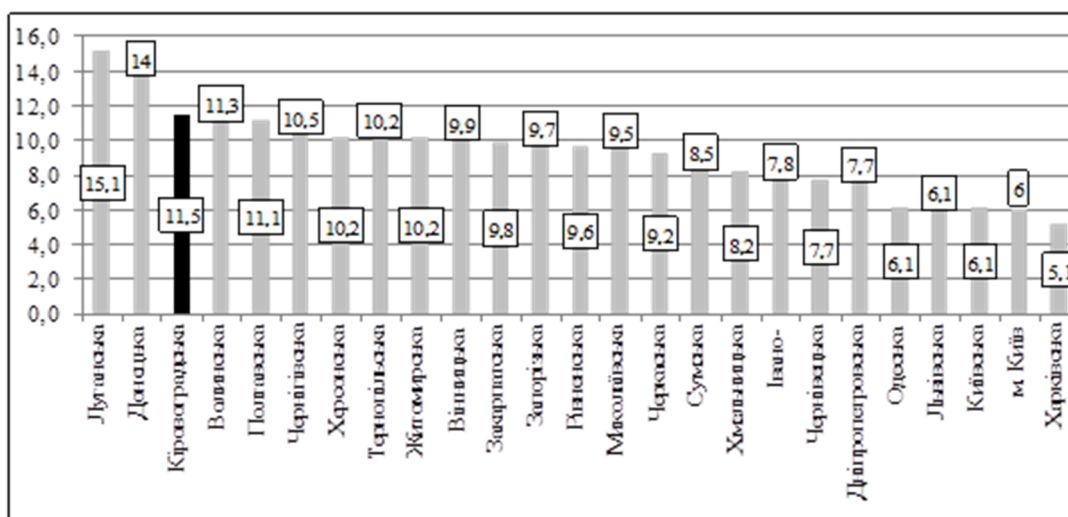


Рис. 2. Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за регіонами України у січні – вересні 2018 року (у % до економічно активного населення у віці 15-70 років) [2].

Рис. 2 засвідчує наявність значних асиметрій за рівнем безробіття населення. Наприклад, у Луганській обл. рівень безробіття більший, порівняно з Харківською, майже у 3 рази. Така ситуація штовхає робітників до переміщення усередині країни. Відбувається перерозподіл зайвої робочої сили, що загалом позитивно впливає на економіку держави в цілому, проте виникає загроза концентрації безробітних в одному регіоні через неможливість переселення до інших. Таким чином, зростатиме соціальна напруга в регіоні та навантаження на соціальні фонди, які виділяють кошти по безробіттю. Кіровоградська область посідає одне з лідируючих місць по рівню безробіття, який складає 11,5% до економічно активного населення. Більшість регіонів має значення рівня безробіття вище, ніж середнє по країні, що стимулює міграційні процеси.

Отже, є назрілою потреба регулювання створення привабливих робочих місць. За часів планової економіки держава активно впливала на формування повної зайнятості на основі розробки балансів трудових ресурсів, регулювання пропорцій розподілу працівників за галузями та сферами. Перехід до ринкових відносин має переваги вільного трудового самовизначення населення, передбачає вільний вибір людьми галузі, професії, місця роботи відповідно до своїх потреб, інтересів, здібностей, мотивів, стимулів. Це виключає примусову працю (крім випадків передбачених законодавством). Однак при цьому є проблемним ефективно залучення та використання наявного трудового потенціалу в економіці у відповідності до потреб підприємств. Якщо звернутися до регіональних статистичних даних, можна побачити позитивну тенденцію до скорочення навантаження на одне вільне робоче місце, проте абсолютне його значення залишається надмірно високим (рис. 3).

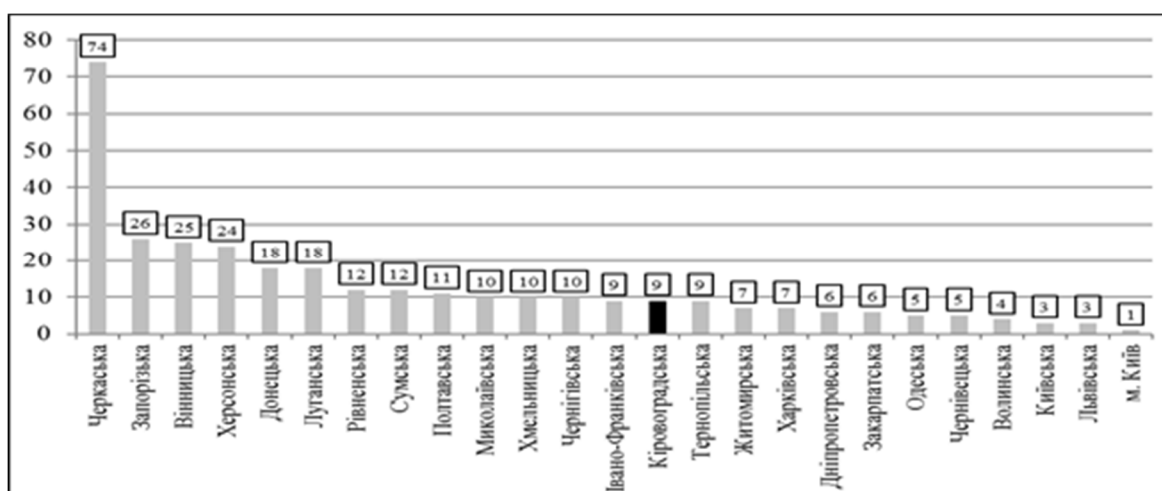


Рис. 3. Навантаження на одне вільне робоче місце (вакансію) в Україні у 2017 р. (осіб) по регіонам [3, с. 52].

Проаналізувавши тенденції навантаження на одне вільне робоче місце, прослідковуємо скорочення по всім областям, крім Черкаської, протягом останніх років. Це пояснюється тим, що в області значно скоротилась кількість вакансій, порівняно з минулим роком, з 0,5 тис. одиниць до 0,2 тис. одиниць за відповідні роки, тобто, пропозиція перевищує попит майже вдвічі, це слугує потужним мотиваційним фактором для міграційних рухів до інших областей чи країн. В цілому по Україні цей показник склав 7 осіб у 2017 р. (порівняно з 11 особами у 2016 р.), тобто більшість областей має вище значення навантаження на одне вільне місце, ніж по всій державі, що свідчить про недостатній рівень розвитку ринку праці. У Кіровоградській області цей показник вище загальноукраїнського його значення і складає 9 осіб.

Оплата праці залишається головним чинником функціонування ринку праці, чинником співвідношення попиту і пропозиції.

Мінімальна заробітна плата українських працівників у 2019 р. зросла на 450 грн. порівняно з 2018 р., і складає 4173 гривні, що свідчить про позитивну динаміку у цій сфері. Водночас, враховуючи індекс інфляції 109,8 % у 2018 р., можна дійти висновку, що реальна мінімальна заробітна плата становила лише

3391 гривень [2]. Низький рівень заробітної плати є демотиватором для працівників, призводить до зниження продуктивності праці, якості продукції та її конкурентоспроможності, зумовлює падіння платоспроможного попиту населення. Зіставляючи навіть номінальне значення мінімальної заробітної плати з іншими країнами, спостерігаємо значне відставання цього показника порівняно з державами ЄС. Неможливість забезпечити добробут, актуальні соціальні потреби стає проблемою для більшості працівників підприємств та організацій. Слабкість соціальної взаємодії влади та бізнесу призводить до сплеску трудової міграції, втрат трудового потенціалу країни.

Окреслене свідчить, що злам тенденцій розвитку ринку праці в Україні потребує комплексних заходів. Потрібно модернізувати економіку, залучати інвесторів для побудови високотехнологічних виробництв, створювати привабливі робочі місця з високим рівнем оплати праці. Це дозволить підвищити продуктивність праці, забезпечити бажану трудову та інноваційну активність персоналу підприємств, що врешті решт призведе до підвищення ефективності економіки України загалом. В іншому випадку Україна має перетворитися у країну пенсіонерів і керманічам країни доведеться запрошувати іноземних трудових мігрантів з менш розвинених країн, які погоджуватимуться на умови вкрай низьких стандартів життя та принизливо малої оплати праці.

Список використаних джерел

1. Економічна активність населення України 2017: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 205 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Праця України у 2017: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 282 с.

*Александровський О.О., студент,
Яковенко Р.В., к.е.н., доц.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ВАЖІЛЬ ПОЛІПШЕННЯ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ

Критичний демографічний стан України вимагає нового методологічного підходу до досліджень взаємодії економіки та екології. Поліпшення рівня охорони довкілля слід сприймати не як самодостатнє явище, а як один з важелів впливу на демографічні процеси в умовах гуманізації суспільного життя. Діалектична єдність людини і природи в системі суспільних, в тому числі й економічних відносин, є одним з головних об'єктів філософського дослідження, що свідчить про глибину зазначеної проблематики.

Збільшення чисельності населення викликає кількісне зростання його потреб. В умовах ринкової економіки таке зростання трансформується у збільшення обсягів виробництва, яке супроводжується, різною мірою, підвищенням рівня забруднення довкілля.

В той же час, експортно орієнтована країна може погіршувати власний екологічний стан, повніше задовольняючи потреби інших країн, і створюючи таким чином передумови для погіршення власного демографічного стану в царинах як природного, так і міграційного занепаду. В цьому випадку можна спостерігати протиріччя економічного та екологічного пріоритетів людського існування.

Скорочення чисельності населення пов'язане із соціально-економічними негараздами, як правило не викликається екологічними ускладненнями, особливо в умовах звуженого суспільного відтворення. Однак, темпи демографічної стабілізації можуть бути набагато меншими за темпи інтенсивного економічного зростання в умовах, коли не враховується екологічний чинник і збільшення обсягів виробництва перетворюється на самоціль.

Механізм розселення населення в умовах недостатнього рівня розвитку ринкового механізму та соціально-економічної інфраструктури буде діяти всупереч екологічній доцільності. Так, люди не зможуть змінювати місце мешкання, за умов відсутності альтернативної роботи, транспортних шляхів тощо.

Збільшення чисельності населення крупних міст внаслідок міграції, тобто механічного приросту, збільшує їх чисельність населення, але створює негативні передумови для його природного відтворення через погіршення екологічного стану. Урбанізаційні тенденції створюють різні за своєю шкідливістю екологічні зони, що диференціюються за рівнем придатності для життя та його відтворення.

За таких умов, необхідним є досягнення максимальної ефективності прямої дії трьох складових логічного ланцюга: застосування економічних важелів – обмеження або ліквідація забруднення довкілля – поліпшення демографічного стану. Економічну доцільність такого впливу можна висловити у наступній послідовності: здійснення екологічних інвестицій – перетворення їх на демографічний потенціал – формування з нього людського капіталу [2, с. 58].

В умовах подальшого руху до глобалізованого інформаційного суспільства концептуальним способом подолання зазначеної проблематики є застосування важелів масової інформатизації. Наслідком такої діяльності має стати формування суспільних екологічних потреб, по-перше, як засобу задоволення потреб фізіологічних (відновлення економічних природних ресурсів), і, по-друге, як засобу задоволення потреб безпеки (унеможливлення природних катаклізмів та погіршення довкілля) через механізм формування екологічної мотивації економічної діяльності. Це є можливим як на рівні міжнародних територіальних утворень, так і на рівні окремих країн.

Етичні принципи взаємодії з природним середовищем змінюються в процесі розвитку людства, суспільної свідомості та економічного світосприйняття, але в обов'язковому порядку, вони мають включати до себе:

– сприйняття природи не лише як оточуючого середовища, а й як елементу фізіологічної та духовної складової людського існування;

– використання природних ресурсів як фактору розвитку Землі та Всесвіту, а не лише людини тощо [1].

Серед додаткових важелів впливу на екологічні процеси можна назвати:

– створення системи державних закупівель екологічно чистої та безпечної продукції, або продукції створеної за допомогою екологічної технології, за цінами, що суттєво перевищують аналогічні зразки, з урахуванням державних пріоритетів;

– створення довгострокової програми лізингу очисних споруд із відповідним правовим та інституціональним забезпеченням;

– сприяння конкурентним перевагам „екологічної” продукції з метою витіснення з ринку демографічно несприятливих товарів;

– визначення „виделки” оподаткування в залежності від рівня безпечності господарської діяльності, не лише для приватних, а й для державних підприємств;

– розширення кола державних видатків, спрямованих на екологізацію виробництва та пропаганду екологізації споживання.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Екологічні чинники впливу на демографічні процеси [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2017/09/13/ekologichni-chinniki-vplivu-na-demografichni-protsesi>. – Назва з титул. екрану.

2. Яковенко Р.В. Екологічні фактори соціально-економічного розвитку / Роман Яковенко // Вісник Академії митної служби України. – Дніпропетровськ : Академія митної служби. – 2007. – № 1 (33). – С. 57-61.

Базан А.В., магістрант,

Прозор Я.Г., магістрант,

Брик І.Ю., магістрант,

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький

СУЧАСНІ МОДЕЛІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Бухгалтерський облік є невід’ємною складовою діяльності будь-якого підприємства. У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зазначено, що метою ведення бухгалтерського обліку є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [3].

У сучасних умовах успішне ведення діяльності неможливе без належно організованого бухгалтерського обліку, який передбачає збір, опрацювання та надання економічної інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, розрахунку і сплати податків, складання звітності [4]. При цьому цільова спрямованість бухгалтерського обліку пов'язана насамперед з вимогами управління підприємством для надання інформації про його фінансово-господарську діяльність користувачам. При цьому якість і оперативність цієї інформації прямо впливає на якість рішень, які приймаються на її основі користувачами.

При цьому у кожній країні використовується власна система бухгалтерського обліку, особливості побудови якої обумовлені історичними умовами розвитку, відмінностями у законодавстві, рівнем розвитку економіки, географічним положенням, рівнем освіти тощо. Сам термін «система» походить від грецького «*συστήμα*» (ціле, складене з частин). Загальновизнано, що кількість видів систем бухгалтерського обліку безпосередньо пов'язана з кількістю країн у світі. Так в Україні використовується українська система, у США – американська, у Франції – французька, у Німеччині – німецька тощо.

Системи бухгалтерського обліку, які можна поєднати за подібними ознаками, формують моделі бухгалтерського обліку. Найбільш поширеним є таке групування:

- британо-американська (або англосаксонська) – США, Канада, Великобританія, Австралія, Іспанія, Нідерланди, Індія, Мексика та інші країни;
- континентальна – Австрія, Франція, Німеччина, Норвегія, Бельгія, Швеція, Греція, Португалія, Швейцарія, Єгипет, Лівія, Японія та інші;
- південно-американська – Аргентина, Перу, Чилі та інші;
- інтеграційна – Україна, Росія, країни колишнього СРСР;
- інтернаціональна модель ООН – США та інші розвинуті країни;
- ісламська – поширена в країнах близького сходу – Іран, Сирія, Саудівська Аравія.

Британо-американська (англосаксонська) модель була розроблена у Великобританії і США. Ця модель орієнтована на потреби вільної ринкової економіки з мінімальним впливом держави і передбачає організацію бухгалтерського обліку відповідно запитам інвесторів і кредиторів. Бухгалтерський облік ведуть спеціалісти високої кваліфікації. Характерним для британо-американської моделі є відсутність уніфікованого плану рахунків, єдиних форм облікових регістрів і фінансових звітів, а підприємствам надається достатня свобода від втручання держави в організацію бухгалтерського обліку.

Щодо континентальної моделі, то вона передбачає тісний зв'язок бізнесу з банками. При цьому бухгалтерський облік суворо регламентується законами, є консервативним.

Південноамериканська модель ґрунтується на об'єднанні країни спільною мовою (іспанською). Суттєвою її особливістю є перманентне коригування облікових даних на темпи інфляції. При цьому бухгалтерський облік спрямований на потреби податкової політики, методи його ведення уніфіковані.

Інтеграційна модель будується на поєднанні елементів британо-американської і континентальної моделей. Ця модель орієнтована на потреби різних користувачів бухгалтерської інформації в умовах ринкової економіки, але ведення бухгалтерського обліку регламентується державою.

Інтернаціональна модель базується на узгодженості обліку з потребами міжнародних валютних і товарних ринків. В основу цієї моделі покладені загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку (Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку – International Accounting Standards (IAS)) та міжнародних стандартів фінансової звітності (International Financial Reporting Standards (IFRS)).

Щодо ісламської моделі то вона побудована з врахуванням релігії ісламу, а саме заборонено отримувати процент на вкладений капітал, а під час оцінки засобів і джерел підприємства використовують тільки ринкові ціни.

Отже, функціонування ефективної економіки передбачає наявність відповідного облікового забезпечення, яке визначається на основі моделі бухгалтерського обліку яка створена у конкретній країні.

Список використаних джерел

1. Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sum.in.ua/>.
2. Білошапка В.А. Транснаціональні корпорації в міжнародному бізнесі [Текст] / В.А. Білошапка. – Київ: КНЕУ, 2011. – 45 с.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс] Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14
4. Саблук П.Т. Бухгалтерський облік у сільськогосподарських підприємствах / П.Т. Саблук, В.Б. Моссаковський, Л.К. Сук; за ред. П.Т. Саблука, В.Б. Моссаковського. – К.: Урожай, 1998. – 416 с.

*Бачинський М.Г., магістрант гр. ЕП-18М
кафедри економіки та підприємництва
(науковий керівник – Полтавець М.М., викладач)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

МОБІЛЬНА КОМЕРЦІЯ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В широкому розумінні e-commerce включає всю ділова активність, що відбувається через електронні мережі, включаючи продаж товарів і послуг, переказ коштів, діяльність з онлайн-маркетингу, а також збір і обробку даних. Вужче визначення зводиться, перш за все, до надання споживчих товарів та послуг через онлайн-канали продажів.

Ринок електронної комерції у світі зростає зі швидкістю 23-25% на рік, що значно швидше за класичні роздрібні магазини. Український ринок e-commerce зростає зі швидкістю понад 30%, посідаючи друге місце за темпами в Європі. При цьому така тенденція може зберегтись і в майбутньому, оскільки частка онлайн-продажів у роздрібній торгівлі в Україні не перевищує 4%. Найбільшими гравцями на цьому ринку є інтернет-магазини, маркетплейси, класифайди, прайс-агрегатори, логістичні компанії тощо. Ступінь розвитку Інтернет-ринку в країні залежить від цілої низки факторів: рівня ВВП на душу населення, проникнення банківських послуг, розвитку Інтернет та логістичної інфраструктури, розповсюдженості мобільних пристроїв, надійності доставки, а також досконалості правових засад ведення бізнесу [1].

Обсяг товарів і послуг, придбаних онлайн у 2018 році, сягнув 65 млрд грн., а виручка від їхньої реклами в соцмережах, на маркетплейсах та онлайн-ресурсах гравців ринку 9,5 млрд. грн. На доставці товарів, придбаних онлайн, оператори заробили 2,6 млрд. грн., на онлайн-оплатах 0,8 млрд. грн. На 2019 рік прогнозується зростання: продажів фізичних товарів та послуг до 81,25 млрд грн., вартості доставки – до 3,25 млрд. грн., онлайн-оплат до 1 млрд. грн.

До основних переваг електронної комерції варто віднести:

- доступ до глобального ринку товарів, нівелювання географічного фактора, мінімізація фінансових вкладень та витрат;
- скорочення ланцюжка посередників завдяки прямому зв'язку зі споживачем, що дає змогу надавати продукцію і послуги згідно індивідуальних потреб споживача;
- близькість постачальників до клієнтів, що в свою чергу сприяє поліпшенню продуктивності та підвищенню конкурентоспроможності компаній.

Поряд із значними перевагами та новими можливостями, що з'являються у підприємців при виході на ринок Інтернет і снує і низка недоліків які пов'язані з електронною торгівлею:

- залежність від комунікаційних технологій. Ця проблема пов'язана з покриттям Інтернету на території країни;
- високий рівень шахрайства у сфері електронної торгівлі та законодавство яке не може належним чином регулювати виклики в сфері, що постійно розвивається;
- загрози конфіденційності та небезпеки втрати інформації при здійсненні транзакцій;
- проблема з доставкою товарів до віддалених територій та можливі проблеми з оформленням повернень.

При впровадженні будь-якої бізнес-моделі на електронному ринку слід враховувати зміну структури доступу до Інтернету на користь мобільних пристроїв, зростання мобільного трафіку, замовлень та платежів з мобільних телефонів, реакцію користувачів Інтернету на затримки у завантаженні сайтів та проблеми з їх мобільними версіями. За даними статистики близько 70% українських покупців шукають інформацію про продукт перед покупкою в Інтернеті, причому 39% робить це з мобільних телефонів. У 2013 р. лише 13%

українців здійснювали онлайн-покупки з мобільного телефону, у 2016 р. їх стало майже утричі більше; 62% користувачів мобільного Інтернету використовують його для пошуку товарів у мережі, з них 42% стають покупцями, хоча і не обов'язково укладають угоду саме з мобільного телефону [2]. Зростання популярності смартфонів та планшетів в Україні, а також розширення покриття мобільного Інтернету, що забезпечило кількісний приріст Інтернет-користувачів позитивно вплинуло на активний розвиток вітчизняної мобільної комерції.

Термін «мобільна комерція» (mobile commerce, m-commerce) увійшов в активний вжиток порівняно недавно, хоча і саме це поняття, і бізнес-напрямок, який під ним криється, зародилися наприкінці ХХ сторіччя. За визначенням Юрасова О.В. мобільна комерція – це купівля-продаж товарів, надання послуг із застосуванням мобільних електронних пристроїв. Ще в 1997 році компанія Кока-Кола встановила в Гельсінкі «безгрошові» автомати. Купити в них напій можна було за допомогою відправки СМС-повідомлення. Тоді ж у фінському Merita bank of Finland з'явилася послуга мобільного банкінгу. Ще через рік, знову ж у Фінляндії, запусився сервіс з продажу мобільних рингтонів. Ці три події стали стартовим майданчиком, трампліном, що підштовхнув до розвитку m-commerce.

На сьогоднішній день мобільна комерція є динамічним сектором інформаційної економіки, який активно розвивається, має достатнє технічне забезпечення та охоплює значну чисельність споживачів товарів і послуг. Покупки які робляться з мобільних пристроїв, складають третину від усього обсягу онлайн-продажів і з розвитком мобільних технологій ця цифра буде тільки зростати.

Найпопулярнішими товарами, які покупці купують за допомогою мобільних пристроїв є: побутова, комп'ютерна техніка та електроніка (69%); одяг (58%); аксесуари й подарунки (45%); косметика та парфумерія (39%), а також залізничні, автобусні й авіаквитки (37%). До товарів, які споживачі не схильні купувати відповідним чином, відносяться продукти харчування, медичні препарати, товари для тварин, будівельні матеріали й автотовари. Характерною особливістю мобільної комерції є те, що клієнти Інтернет-магазинів, які при покупці використовують мобільні телефони або планшети, зазвичай витрачають більше коштів та на 22 % більш схильні до імпульсних покупок [3].

Факторами, які сприяють розвитку мобільної комерції, є її доступність, простота, можливість здійснення повного циклу покупки за відсутності територіальних і часових обмежень. Також постійне впровадження нових інформаційних технологій дає змогу удосконалювати не лише механізми обміну інформацією, але й формування комерційного середовища.

Слід зауважити, що при здійсненні ділових угод в Інтернет більшість споживачів не буде користуватися «незручним» сайтом, неадаптованим до мобільного телефону: як вже відмічалось, 40% не буде чекати на завантаження сайту більше 3 с., і 80% ніколи не повернуться на «незручний» сайт. 77% тих, хто потрапляє зі смартфона на неадаптований сайт, закривають його відразу; 35% переходять на інший сайт, який працює на смартфонах краще. Одна секунда затримки завантаження сайту призводить до 7% втрачених конверсій (звернень у відділ продажів), 11% відходів з сайту і 16% зниження лояльності клієнтів. Все

це свідчить про важливість не просто розробки мобільних версій сайтів Інтернет-торговців, а про необхідність розробки саме сайтів, добре адаптованих під різні операційні системи. При цьому сумнівною видається тенденція на повне заміщення таких адаптованих версій спеціальними мобільними додатками, які вимагають окремого встановлення.

Також актуальною проблемою, з якою стикається мобільна комерція, є безпека передачі даних та мобільних платежів, що знижує її економічну й соціальну ефективність. З метою зменшення ризиків як ритейлерів, так і покупців на сьогоднішній день розробниками мобільних пристроїв і представниками банківської сфери застосовуються та постійно модифікуються різноманітні технологічні підходи, які дозволяють здійснювати операції купівлі-продажу та оплати товарів і послуг максимально швидко й безпечно [3]. В результаті цього можна передбачити, що загалом мобільна комерція як в світі, так і в Україні має значні перспективи розвитку і зможе суттєво розширити свої масштаби та обсяги діяльності за умови належної організаційної, технологічної та правової підтримки.

Список використаних джерел

1. Полтавець М.М., Катюжанська Л. Правові аспекти електронної комерції в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні проблеми розвитку підприємств в умовах нестабільної економіки» 15 грудня 2015 р. – КНТУ. – Кіровоград: КОД, 2015. – С. 130-132.

2. Гліненко, Л.К. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України / Л.К. Гліненко, Ю.А. Дайновський // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2018. – №1. – С. 83-102. – DOI: 10.21272/mmi.2018.1-06.

3. Шалева О.І. Організація і розвиток мобільної комерції в умовах становлення глобального інформаційного простору / О.І. Шалева // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове видання. – Вип. 7, 2015. – С. 925-929.

*Біловодська І. М., студентка гр. ЕП-17-Зск
(науковий керівник – Сисоліна Н. П., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ РОЗВИТОК В 2017-2019 РОКАХ

Інноваційна економіка – тип економіки, заснованої на потоці інновацій, на постійному технологічному вдосконаленні, на виробництві та експорті високотехнологічної продукції з дуже високою додатковою вартістю і самих технологій. Передбачається, що при цьому в основному прибуток створює інтелект новаторів і вчених, інформаційна сфера, а не матеріальне виробництво (індустріальна економіка) і не концентрація фінансів (капіталу).

Економіка інновацій базується на двох фундаментальних принципах: основна мета економічної політики полягає в тому, щоб стимулювати більшу продуктивність завдяки інноваціям, і що ринки, що спираються тільки на ресурси та цінові сигнали, не завжди будуть настільки ж ефективними, щоб сприяти підвищенню продуктивності та економічному зростанню.

Термін «інновація» почав застосовуватись у вітчизняній літературі пізніше, ніж за кордоном. У 1990 році цього терміну ще не було. За кордоном це поняття виникло на початку ХХ століття і отримало подальший розвиток та аналіз у 30-х роках. Найбільш інтенсивно проблема інновацій та їх оцінки почала розвиватися у 60-х роках минулого століття у зв'язку із різким зростанням масштабу та складності виконуваних НДР та ДКР, особливо у авіакосмічній, атомній та радіоелектронній промисловості, при розвитку біотехнологій.

Оцінюючи інноваційний стан в Україні за 2017-2019 роки, можна сказати, що інноваційний процес розвивається наступним чином:

1) Так в 2017 році Україна увійшла у топ-50 країн у Глобальному індексі інновацій, а за рік піднялася на 43-тє місце.

Глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index, GII) – дослідження інноваційного клімату країн, яке проводить з 2007 року школа бізнесу INSEAD, а також Світова організація інтелектуальної власності та Корнельський університет.

2) Уряд деталізував 8 середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017-2021 роки.

Відповідну постанову про визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого рівня на 2017-2021 роки – було прийнято на засіданні Кабміну 18 жовтня 2017 року.

Зокрема, постановою було уточнено такі напрямки:

– освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;

– освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;

– освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;

– технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;

– впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;

– широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;

– розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

3) Державний концерн «Укроборонпром» та ДІФКУ підписали Меморандум щодо підтримки інноваційних проектів у 2018 році, мета

підписаного Меморандуму – розбудова інноваційної системи та визначення наявних інноваційних можливостей, проектів та стартапів.

4) У 2019 році ряд українських «зелених» проектів стали переможцями програми «Інноваційні ваучери», започаткованої в рамках програми ЄБРР «Центр передачі технологій і фінансів у сфері зміни клімату».

Серед цікавих проектів Держенергоефективності відзначило: пасивні будинки, що обладнано енергоефективними технологіями та сонячними панелями; станції, що генерують електроенергію та тепло з пелет для приватних домогосподарств; «сонячні» жалюзі, здатні виробляти електроенергію і передавати її в мережу; системи рекуперації повітря з ефективністю роботи понад 90% та багато інших розробок.

5) З вересня 2018 року команда українських науковців працюватиме в кластерному проекті програми «EUREKA» «Future eHealth powered by 5G» – «Майбутня електронна сфера охорони здоров'я на основі технології 5G». Він розрахований на 36 місяців і повинен зробити е-медицину швидшою та мобільнішою. Створення мобільної медицини з використанням технології 5G. проект дасть змогу створити нові сервіси для моніторингу стану здоров'я пацієнтів, надати лікарям оперативний доступ до медичних баз даних тощо.

Передусім досліджуватимуться можливості використання в електронній медицині технології 5G, де інтегруються 4G, Wi-Fi, Bluetooth, міліметрові хвилі та інші технології бездротового доступу.

Отже, інновації це спосіб підвищити рівень економіки, полегшити та урізноманітнити наше життя, шляхом автоматизації певних процесів та насиченням ринку новими товарами, а також знайти способи вирішення основних макроекономічних проблем: безробіття, інфляції, економічного зростання та національного продукту.

Список використаних джерел

1. Інноваційна економіка [електронний ресурс] – режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Створення мобільної медицини з використанням технології 5G [електронний ресурс] – режим доступу: <https://mon.gov.ua>
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник. – Суми: Університетська книга, 2010. – 334 с.

*Буянова А., студентка гр. ЕП-15
(науковий керівник – Чумаченко О.С., к.т.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ІНДПОШИВУ ВЗУТТЯ

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 імпортованих 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 імпортовані комплектуючі.

Керівництво підприємства, що прагне ефективно займатись комерційною діяльністю, має об'єктивно усвідомлювати бажання і потреби покупців, їх платоспроможність та пропонувати товари і послуги для задоволення потреб.

Водночас конкурентні переваги є однією з основних характеристик стану сформованості та збалансованості підприємства як господарської системи мікрорівня, здатної виконувати господарські функції, формуючи перспективи стратегічного розвитку та управління конкурентними позиціями.

Крім того, в сучасних умовах здатність підприємства забезпечувати зростання конкурентних переваг є важливою передумовою його функціонування і розвитку. Адже, формування забезпечення конкурентних переваг актуальне, особливо для локальних підприємств, де розвиток надзвичайно обмежений об'єктивними чинниками та ускладнений.

Підприємства повинні зосереджувати свої зусилля не на одному з факторів конкуренції, а на їх сукупності разом із активним поліпшенням організації торгово-технологічного процесу, формуванням раціонального асортименту товарів та системи якості обслуговування покупців.

Процес забезпечення конкурентних переваг має реалізуватися поетапно і за окремими напрямками. Передусім важливо правильно встановити стратегічні цілі та пріоритети. Стратегічне планування конкурентних переваг дозволяє ідентифікувати управлінські рішення, спрямовані на визначення бажаних організаційних і структурних змін, мінімізацію впливу зовнішніх факторів невизначеності та ризику задля стратегічної рівноваги між цілями і конкурентними можливостями. Стратегічне планування сприяє адаптації суб'єкта господарювання до зміни умов конкуренції, використанню перспектив захоплення нових сегментів ринку, формуванню загальної місії конкурентоспроможності.

В умовах ринку успіх підприємства визначається його мобільністю, умінням швидко переорієнтуватися в економічних умовах, що змінилися, що означає або часткову, або повну заміну цілей.

Місія формується, виходячи із конкурентних переваг підприємства, визначає його місце у конкурентному середовищі, має враховувати як ефективне застосування ресурсного й економічного видів потенціалу задля формування і використання конкурентних переваг, так і вплив на забезпечення соціально-економічного розвитку району їх функціонування, ідентифікації спільного задоволення потреб споживачів, налагодження ефективних коопераційних відносин із суб'єктами бізнес-середовища, поліпшення співпраці з органами державного управління, прямими та опосередкованими конкурентами.

Стратегічні напрями обґрунтування конкурентних переваг:

- торгово-технологічна компонента (постійна системна модернізація бізнес-процесів);

- матеріально-технічна компонента (капіталізація системи нагромадження фінансово-інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку);

- інституційна компонента (прогнозування та випереджувальне задоволення статичних і динамічних потреб споживачів, вплив на формування нових потреб; поліпшення соціально-економічного становища та передумов розвитку території функціонування; формування бачення перспектив і особливостей співпраці з органами державного управління та місцевого самоврядування з метою забезпечення місцевого територіального розвитку; розвиток практик співпраці з підприємствами-конкурентами; активізація участі в проектах міжгалузевої та міжрегіональної співпраці).

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 неprestижною, 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, каблучки, 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 населення, 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. Лупак Р.Л. Конкуренентоспроможність 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.

*Ванельчук Д.В., студент гр. ЕП-16
(науковий керівник – Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викладач)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток інформаційних комп'ютерних технологій та поява принципово нових класів програмних продуктів призвели до зміни підходів при впровадженні та експлуатації існуючих інформаційних систем управління підприємством. Сучасні інформаційні технології стали рушійними силами технологічного та економічного розвитку нашої країни.

Інформаційна технологія (ІТ) – це сукупність методів, виробничих процесів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує виконання інформаційних процесів з метою підвищення їхньої надійності та оперативності і зниження трудомісткості ходу використання інформаційного ресурсу [1]. Використання інформаційних технологій дає можливість створити сприятливі умови для розвитку економіки, стимулювати зростання продуктивності праці, підвищення заробітної платні, полегшити організацію комунікацій на всіх рівнях управління, знизити матеріало- та енергоємність окремого виробництва тощо.

Питання впровадження сучасних інформаційних технологій в управлінні підприємством та їх економічне обґрунтування досліджували багато вчених та спеціалістів: С.В. Войтко, А. Абрамов, І. Ансофф, М. Потер та інші. Питання

щодо підходу до автоматизації управління підприємством розглядали: Ф.Ф. Бутинець [2], Н.М Чигасова [3] та ін. Але, не зважаючи на таку різноманітність вивчення і розроблення підходів щодо автоматизації управління підприємством, недостатня кількість теоретиків та практиків розглядають питання сутності управлінських інформаційних систем та уніфікації їх класифікаційних ознак.

Діяльність сучасного підприємства характеризується необхідністю проводити аналіз великих обсягів поточної інформації. Своєчасно обчислювати та аналізувати інформацію без застосування інформаційних систем (ІС) та ІТ неможливо. Використання ІС та ІТ дає можливість: полегшити організацію комунікацій на всіх рівнях управління; стимулювати зростання продуктивності праці та підвищення заробітної плати; створити сприятливі умови для розвитку економіки; створити основу для прискореного розвитку інформаційного суспільства та укріплення демократії; швидко знижувати енергоємність окремого виробництва та національної економіки в цілому [4].

Існує великий вибір програмного забезпечення. Вибір програмного забезпечення повинен базуватися виходячи з його можливостей і обмежень при чіткому усвідомленні цілей використання. На ринку представлено безліч систем управління підприємством: «SAP», «BAAN», «Галактика», «ІТПредприятие», «ІС» та інші. На шляху впровадження ІТ в управлінні сучасними підприємствами можна виділити такі перешкоди:

- відтік кваліфікованого персоналу за кордон;
- недостатня кваліфікація персоналу на місцях та відсутність у значній кількості керівників розуміння доцільності використання ІТ;
- недовіра захисту прав інтелектуальної власності;
- достатньо дорога вартість впровадження ІТ.

Вирішення проблем запровадження ІТ в управління сучасними підприємствами можливе завдяки змінам організаційного характеру (організаційна перебудова), підвищенням рівня кваліфікації управлінського персоналу, замінам застарілих інформаційних систем, переглядом стратегічних цілей та завдань розвитку підприємства, розробкою ефективної системи управління стратегічним потенціалом, де центральне місце буде належати застосуванню сучасних ІТ і систем [4].

Для того, щоб залишатися конкурентоспроможними в умовах прогресивного еволюційного ринку, підприємствам необхідно постійно поновлювати свої системи і щорічно інвестувати засоби в їх удосконалювання на регулярній основі та заохочувати свій кадровий персонал до підвищення рівня кваліфікації. Такий підхід дозволить зберігати високий технічний рівень і надійно захищати від зниження ефективності роботи.

Перспективою подальших досліджень може бути детальніший розгляд проблем впровадження сучасних інформаційних технологій на конкретному підприємстві регіону.

Список використаних джерел

1. Шкраб'юк Н.В. Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Informatica/68784.doc.htm.

2. Бутинець Ф.Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку [Текст] : підручник / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк, Т.В. Шахрайчук; За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Житомир: ПП Рута, 2002. – 544 с.

3. Чигасова Н.М. Місце інформаційних технологій у розвитку інформаційного суспільства в Україні.// Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – 2007. – № 9. – С.110-113.

4. Кіндрат О.В. Сучасні інформаційні технології – найперспективніша інвестиція у розвиток підприємства // Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Гжицького. – Львів. – 2016. – т. 18, №2 (69). – С. 72-74.

*Волик Д.А., студент гр. ГМ-16
(науковий керівник – Нісфоян С.С., к.е.н.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Нині в Україні налічується 28450 сільських населених пунктів, де проживають 14,2 млн. осіб (31,2% загальної чисельності) [1]. Щороку з карти України зникає в середньому 20 сільських населених пунктів. З 1991 року з мапи України зник 641 сільський населений пункт, зокрема 40 селищ і 601 село [2].

На сьогодні у селі маємо найвище безробіття, занедбання традиційних напрямків виробництва сільськогосподарської продукції, відсутність висококласних фахівців, люмпенізація, і, як наслідок, моральна та фізична деградація сільського населення. У сільській місцевості відбувається процес руйнації та закриття об'єктів соціальної інфраструктури, зокрема клубних закладів, бібліотек, кіноустановок, лікарень, підприємств торгівлі та побутового обслуговування.

Україна – аграрна держава, проте сьогоднішній стан справ у сільськогосподарській галузі є, по суті, катастрофічним. Україна має 41,8 млн. га сільськогосподарських угідь, а частка продукції аграрного сектору в зовнішньоторговельному обороті країни становить понад 19,7%. Україна, 90% площі якої становлять сільські території, і проживає третина населення, вирізняється низьким рівнем підтримки сільського господарства. У 2016 р., коли внесок останнього у ВВП склав 9,8%, обсяг державної підтримки становив 0,26% ВВП (в окремих державах ЄС цей показник сягає 4,1%). Через диспаритет цін на продукцію промисловості, що споживається у сільському господарстві, та цін на с/г продукцію відбувається «проїдання» навіть цих коштів.

Обмежені можливості дрібного землевласника щодо застосування механізації і впровадження нових технологій, вимушене використання здебільшого ручної праці, слабкий розвиток сільських територій обумовлюють постійний відплив економічно активного населення: 41% жителів села – пенсіонери, а 18% досягли віку 65 років [3]. Світова практика свідчить, що недостатня увага до соціального розвитку села може призвести до ліквідації

сільського устрою, до зникнення села як особливого соціуму. Проблема комплексного соціального розвитку українського села залишається надто гострою й такою, що має стабільну тенденцію до подальшого погіршення. Тому сьогодні необхідна розробка та запровадження першочергових заходів щодо покращення соціально-економічних процесів розвитку села [4]. Основними такими заходами вважаємо:

- сприяння відновленню роботи та створенню нових підприємств у галузі переробки сільськогосподарської продукції;

- відновлення та підтримування соціальної інфраструктури як передумови підтримки і нарощування людського потенціалу сільських територій та скорочення міграційного відтоку з села;

- зупинити закриття та поступово відновлювати діяльність раніше закритих, відкривати нові заклади соціально-культурного призначення в сільських населених пунктах, розподіливши зобов'язання щодо їх фінансування між органами місцевої влади та населенням;

- систематично здійснювати розбудову й розвиток інженерних мереж і споруд (водо- та газопроводів, дорожньої інфраструктури);

- при розподілі бюджетних видатків надавати пріоритетність фінансуванню освіти на селі, покращенню медичного обслуговування у сільській місцевості, розвитку мережі сільських бібліотек, закладів культури тощо;

- забезпечити інформування щодо можливостей розвитку різних видів альтернативного підприємництва в сільській місцевості; методів, форм і сучасних технологій ведення господарства; забезпечення якості та безпеки продукції.

Список використаних джерел

1. Куценко В.І. Соціальний вектор розвитку українського села. —«Економіка України». — 2014 — <http://nbuv.gov.ua/>
2. О.І. Продіус Проблеми соціально-економічного розвитку сільських поселень та шляхи їх вирішення — <http://dspace.nbuv.gov.ua/>
3. <http://www.niss.gov.ua/articles/1107/>© Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України
4. Мельник Л.Ю. Стан і перспективи розвитку аграрного сектору економіки України. — <http://irbis-nbuv.gov.ua>

*Гаращенко Н. О., викл.
Кропивницький інженерний коледж ЦНТУ
м. Кропивницький*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ: ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ

На сучасному етапі розвитку України виникають нові вимоги що до конкурентоспроможності підприємства і продукції. Ці поняття тісно

взаємопов'язані, оскільки без конкурентоспроможної продукції є неможливою конкурентоспроможність підприємства, і мають прямий зв'язок:

1) конкурентоспроможність товару – його ступінь відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними і т.д.

2) конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу[1].

Для створення міцних позицій підприємства на внутрішньому та міжнародному ринках, необхідно вирішити проблему управління конкурентоспроможністю продукції, що є однією з найактуальніших в даний час.

Відомі методики оцінки конкурентоспроможності продукції можна поділити на три види [2]:

а) підходи, що базуються на традиційному методі оцінки конкурентоспроможності товару та описують розрахунки одиничних і групових показників. Ці підходи є універсальними і можуть бути використані для оцінки конкурентоспроможності практично будь-якого товару.

Вищенаведені підходи знайшли своє місце у роботах авторів [3, 4, 5]. Першим етапом є визначення найбільш важливих для споживача характеристик товару, що, як правило, відображають співвідношення якості та ціни його споживання. Для порівняння обирається базовий зразок, що може бути еталоном або конкурентом по відношенню до оцінюваного виробу. Для кожної характеристики розраховуються одиничні показники конкурентоспроможності за формулою 1 або 2.

$$q_i = \frac{P_i}{P_{\text{бi}}} \quad \text{або} \quad q_i = \frac{P_{\text{бi}}}{P_i}, \quad (1, 2)$$

де – одиничний показник конкурентоспроможності;

– значення характеристики оцінюваного товару;

– значення характеристики товару, який приймається за базовий зразок.

Далі для кожного показника визначається його питома вага, залежно від того наскільки він є важливим для споживача.

На подальшому етапі здійснюють розрахунки групових критеріїв конкурентоспроможності за якісними (3) та економічними (4) параметрами:

$$Q_{\text{я}} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot a_{\text{яi}} \quad \text{або} \quad Q_{\text{е}} = \sum_{i=1}^m q_i \cdot a_{\text{ei}}. \quad (3, 4)$$

Загальний показник конкурентоспроможності розраховується відношенням якісних параметрів до економічних:

$$K_{\text{заг}} = \frac{Q_{\text{я}}}{Q_{\text{е}}}. \quad (5)$$

Якщо загальний коефіцієнт конкурентоспроможності більше 1, то товар вважається конкурентоспроможним на ринку, оскільки його параметри переважають параметри конкурента і навпаки.

Дана методика має ряд недоліків – не врахованими залишаються такі показники роботи підприємства, як конкурентоспроможність робочої сили, стан основних та оборотних фондів, маркетингова діяльність, показники рентабельності тощо; виробникові потрібно знати які характеристики повинна мати продукція щоб повністю задовольняти споживача; цей метод вимірює конкурентоспроможність на даний момент часу, не даючи прогнозу на майбутнє [5].

б) маркетинговий підхід усуває недолік попереднього методу, оскільки передбачає необхідність врахування факторів, що визначають конкурентоспроможність усієї маркетингової діяльності підприємства. До них належать: організація сервісу, гарантійне обслуговування, оперативність постачання, репутація підприємства, популярність торгової марки тощо [2].

Наступні етапи оцінки конкурентоспроможності для цього підходу пропонує Павлова Н.Н.: визначення вимог споживачів щодо характеристик виробу; оцінка очікуваної конкурентоспроможності товару на основі характеристик, обраних покупцями; оцінка конкурентоспроможності маркетингу фірми в порівнянні з конкурентами; висновки про реальну конкурентоспроможність товару та визначення дій для її підвищення [6].

Недоліком подібних підходів є великі витрати часу для збору інформації, використання експертних методів, що дають суб'єктивну оцінку. Перевагами є можливість прогнозування конкурентоспроможності на майбутні періоди та встановлення факторів її зростання; а також врахування крім характеристик продукції, результатів маркетингової діяльності підприємства.

в) виробничий підхід – засновано на оцінці рентабельності продажів конкретного товару та його частки ринку [7]. Для розрахунку показника конкурентоспроможності автори пропонують використовувати середню геометричну від конкурентних переваг. Чим більшою є ринкова доля виробника товару і рентабельність його продажів, тим даний товар є більш конкурентоспроможним.

Недоліком є неможливість визначення конкретних параметрів, що є гіршими ніж у конкурента.

Конкурентоспроможність продукції можна визначати кожним з вищенаведених методів, але найбільш повно врахувати усі переваги і недоліки можна використовуючи усі підходи у комплексі.

Застосування комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції доцільно розбити на три етапи [2]:

1) визначення важливих для споживача характеристик товару та їх оцінка на етапі розробки та виробництва товару за допомогою традиційного підходу.

2) якщо ж на даному етапі виробнику вдалося досягти прийнятний рівень конкурентоспроможності своєї продукції, то підтвердити це необхідно позитивними результатами оцінки маркетингової діяльності підприємства.

3) визначення рентабельності продажів товару та його ринкової долі. Якщо при наявності високого порівнюваного рівня конкурентоспроможності товару за якісними та ціновими характеристиками, а також за рівнем маркетингової діяльності підприємства, фактичні показники рентабельності продажів та ринкової долі не відповідатимуть очікуваним значенням, підприємству слід

шукати причину цьому у негативному впливі зовнішнього безпосереднього оточення (можливо конкуренти застосовують більш ефективні методи реклами та просування своєї менш конкурентоспроможної продукції).

Кожен вищенаведених підходів доцільно використовувати як окремо, на різних стадіях життєвого циклу, так і в комплексі, для більш повної та змістовної оцінки конкурентоспроможності продукції. Проте комплексний метод потребує подальшого вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Хринюк О.С., Дівенко Т.В. Підвищення конкурентоспроможності продукції молокопереробних підприємств // Сучасні проблеми економіки та підприємництво – 2012. - №10. – С. 190-193.
2. Ставенко Н.О. Аналіз підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції машинобудування [Електронний ресурс] / Н.О. Ставенко, І.В. Журило – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Npkntu_e/2009_15/stat_09/21.pdf
3. Буркинский Б.В. Лазарева Е.В. Конкурентоспособность продукции и предприятия . - Одесса.: ИПРЗИНАН Украины, 2002. – 132 с.
4. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю продукції в промисловій сфері. - Краматорськ.: ДДМА, 2005. – 196 с.
5. Журило І.В. Конкурентоспроможність нової продукції промислово-виробничого призначення: теоретичні аспекти, методика прогнозування та забезпечення: Монографія: - Кіровоград, ПВЦ «Мавік», 2007. – 186 с.
6. Павлова Н.Н. Маркетинговий похід к оценке конкурентоспособности товара // Маркетинг в России и за рубежом – 2004. – №1. – С. 82-89.
7. Завьялов П.С., Каплина О.В., Зайченко Д.А. Ранговая оценка массового потребительского товара // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №3. – С. 90-103.

*Гершкул А.Ю., курсант
Льотна академія Національного авіаційного університету
м. Кропивницький*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні економічні умови спонукають підприємства до зміцнення своїх позицій у ринковому середовищі підприємств. Практично будь-який напрям бізнесу у наш час характеризується високим рівнем конкуренції. Для того, щоб підприємства були конкурентоспроможними, вони повинні активізувати інвестиційні процеси. Інвестиційна привабливість відіграє важливу роль у вищезазначених процесах, оскільки вона є каталізатором розширення можливостей підприємства. Ці можливості повинні відповідати умовам інвесторів. Для підприємств одним із пріоритетних завдань покращення інвестиційної діяльності є пошук потенційних інвесторів та надання їм інформації з приводу доцільності вкладень. Отож, це свідчить про те, що питання

стосовно оцінки інвестиційних можливостей підприємства набуває дедалі більшої актуальності.

В літературі поняття сутності й аналізу основних підходів оцінки інвестиційної привабливості розглядалися у низці робіт відомих вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема І. О. Бланка, С. А. Буткевича [2], Хобта В.М., Мешков А.В. [7], Мамуль Л.О. [4], Малютін О.К. [5], Юр'єва О.Г. [6], Гаврилук О.В. [3].

Поняття інвестиційної привабливості слід розглядати як систему різних об'єктивних ознак, засобів, можливостей, що зумовлюють у сукупності потенційний платоспроможний попит на інвестиції у певній країні, регіоні, галузі, на підприємстві [1, с. 60].

Макроекономічне дослідження інвестиційної привабливості включає вивчення динаміки макроекономічних показників, законодавчого регулювання інвестиційної діяльності, розвиток фондового і грошового ринків. З позицій інвестора інвестиційна привабливість розглядається як узагальнена характеристика переваг і недоліків об'єкта інвестування. При вивченні інвестиційної привабливості інвестором здійснюється суб'єктивна оцінка інвестиційної ситуації, що складається в тій чи іншій країні. Інвестиційна привабливість визначається досягненням компромісу інтересів між інвестором і реципієнтом інвестицій [2, с. 154].

На мотивацію іноземного інвестора впливають політичні, економічні, виробничі, конкурентні, маркетингові, екологічні фактори. Рівень інвестиційної привабливості підвищується за швидкого досягнення консенсусу інтересів між суб'єктами інвестиційного процесу.

Для оцінки інвестиційної привабливості використовуються різноманітні методики, що дозволяють визначити її на макро, галузевому, регіональному рівнях, а також на рівні підприємства. Більшість учених дотримуються такої точки зору, що тільки комплексна оцінка всіх складових інвестиційного клімату країни, виявлення їх специфіки, встановлення взаємозв'язку між окремими елементами, а також забезпечення узгодження політики на рівні держави, регіону, галузі та підприємства, мають бути враховані щодо створення інвестиційного привабливого економічного середовища.

Виділяють два основні підходи для оцінки інвестиційної привабливості. Відповідно до першого підходу проводиться індивідуальна оцінка параметрів інвестиційного потенціалу й інвестиційного ризику, що дозволяє найбільш повно визначити значущість даних чинників при реалізації інвестиційного проекту. Зокрема пропонується здійснювати розрахунок показника якості інвестиційного клімату, що надає можливість ранжувати області за наступними групами: 1) найбільш сприятливі умови для розвитку інвестиційної діяльності; 2) достатньо сприятливі умови; 3) середні умови; 4) несприятливі умови; 5) несприятливі умови для розвитку інвестиційної діяльності [4, с. 88].

Інвестиційна, як і будь-яка економічна діяльність, об'єктивно пов'язана з ризиками. Система чинників, що характеризують інвестиційні ризики, зрештою може бути зведена до оцінки загальних умов господарювання в економіці. Чим більше сприятлива інвестиційна привабливість, тим менше ризик і навпаки. Економетричні дослідження підтверджують відсутність кореляційної залежності

між окремими складовими поняття «інвестиційна привабливість» і розміром інвестиційного ризику. Поведінка інвесторів у кожний заданий момент часу будується з урахуванням двох груп чинників:

1) розмір ринку країни-реципієнта капіталу, ресурсна забезпеченість реальної економіки;

2) стан економічної кон'юнктури, законодавча база для інвестицій, політичний ризик.

Інший підхід, який застосовується для оцінки інвестиційної привабливості, ґрунтується на вивченні інвестором співвідношення прибутковості й ризику, а також їх взаємозв'язку. Для оцінки інвестиційної привабливості регіонів ученими запропоновано використання п'яти груп показників: 1) оцінка економічного розвитку регіону; 2) оцінка рівня розвитку інвестиційної інфраструктури; 3) оцінка демографічної характеристики регіону; 4) оцінка рівня розвитку ринкових відносин та інфраструктури; 5) оцінка інвестиційного ризику [2, с. 44]. Розглянуті вище методи визначення інвестиційної привабливості ґрунтуються на оцінці визначеної групи аналізованих показників, що не дозволяє одержати цілісного уявлення про досліджуваний об'єкт.

На інвестиційну привабливість впливають безліч факторів. До них можна зарахувати фактори загальної дії та фактори регіональної (територіальної) дії. До факторів загальної дії належать:

1) соціально-економічні: загальний розвиток галузей економіки, розвиток фінансово-кредитної системи, функціонування фондового ринку, рівень інфляції;

2) політичні: політична ситуація у країні, нормативно-правова база в галузі інвестування.

До факторів територіальної дії належать: галузева структура економіки регіону, розвиток комерційної інфраструктури, стан дорожньо-транспортної інфраструктури, наявність фінансових ресурсів, дії місцевих органів влади в сфері інвестиційної політики регіону, привабливість регіонального ринку для іноземних інвесторів [1, с. 62]. Інвестиційна привабливість підприємства тісно пов'язана з регіоном, в котрому розташоване підприємство. Це пояснюється значними територіальними відмінностями, що, своєю чергою, зумовлені диференціацією природних, економічних та соціальних умов.

Отже, інвестиційна привабливість підприємства відіграє вагомий роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, залученні інвестицій, а також у зміцненні економічної системи країни загалом. Існує безліч факторів, котрі впливають на інвестиційну привабливість. За допомогою оцінювання та аналізу інвестиційної привабливості можна виявити недоліки діяльності підприємства та усунути їх, а також розробити інвестиційну політику підприємства. Існує перспектива подальших досліджень стосовно іноземних інвестицій, державної підтримки фінансування підприємств, удосконалення законодавства.

Список використаних джерел

1. Аранчій Д.С. Інвестиційна привабливість підприємств: сутність, фактори впливу та оцінка існуючих методик аналізу / Д.С. Аранчій, С.А. Гончаренко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/59.pdf>
2. Буткевич С.А. Инвестиционная привлекательность аграрного сектора экономики. – К.: Изд-во Епроп. ун-та, 2003. – 251 с.
3. Гаврилук О.В. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України // Фінанси України. – 2008. – № 3 (148). – С. 79-93.
4. Мамуль Л.О., Чернявська Т.А. Нові методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості регіонів // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 1(7). – С. 83-89.
5. Малютін О.К. Концепція поліпшення інвестиційного клімату в Україні // Фінанси України. – 2008. – № 11(156). – С. 65-74.
6. Юр'єва О.Г. Теоретико-методолгічні аспекти оцінки інвестиційного клімату // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – 2002. – 3 (10). – С. 250-255.
7. Хобта В.М. Мешков А.В. Порівняльна оцінка методів визначення інвестиційної привабливості підприємств // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 182: В 3 т Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. – С. 284-293.

*Горбенко К.С., магістрант
(науковий керівник – Пугаченко О.Б., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НОВАЦІЇ У СПРАВЛЯННІ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У 2019 РОЦІ

За даними Державної казначейської служби України станом на 01.01.2019 р. органами ДФС забезпечено запланований обсяг фактичних надходжень податків і зборів (обов'язкових платежів). Серед них один з найбільших розмірів у питомій вазі загальної суми надходжень до державного бюджету складають надходження з ПДФО – 91 741,8 млн. грн. [3]

З 01.01.2019 р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» [1], що вплинув на оподаткування деяких доходів фізичних осіб у поточному році.

Крім того, деякі граничні суми доходів, що не підлягають оподаткуванню, «зросли» і без змін у ПКУ, зокрема, це стосується таких виплат:

– Негрошові подарунки – з 1 січня 2019 року вартість подарунків (а також призів переможцям та призерам спортивних змагань) у частині, що не перевищує 25% мінімальної заробітної плати (з розрахунку на місяць), встановленої на 1 січня звітного податкового року, не оподатковується ПДФО і військовим збором.

– Стипендії – з 1 січня 2019 року оподатковується лише сума яка перевищує 2690,00 грн. (п.п. 165.1.26 ПКУ).

– Нецільова благодійна допомога – у 2019 році розмір неоподаткованої нецільової благодійної допомоги, у тому числі матеріальної (п.п. 170.7.3 ПКУ) складає 2690,00 грн. в сумі за рік.

– Вартість путівок – неоподатковувана вартість путівок на відпочинок, оздоровлення та лікування, у тому числі на реабілітацію інвалідів, на території України платника податків та/або членів його сім'ї першого ступеня споріднення, що надаються його роботодавцем – платником податку на прибуток підприємств безкоштовно або зі знижкою (у розмірі такої знижки), у 2019 році складає 20865,00 грн. (5 мінімальних заробітних плат, станом на 1 січня, один раз на календарний рік) (абз. 2 п.п. 165.1.35 ПКУ).

– Допомога на поховання – неоподатковуваний розмір допомоги на поховання або вартість майна (послуг), що надаються як допомога на поховання платникові податків роботодавцем такого померлого платника податків за його останнім місцем роботи (у тому числі перед виходом на пенсію) у 2019 році, – 5380,00 грн. (п.п. «б» п.п. 165.1.22 ПКУ).

– Оплата за навчання – неоподатковувана сума, сплачена юридичною або фізичною особою на користь вітчизняних вищих і професійно-технічних навчальних закладів за здобуття освіти, підготовку або перепідготовку платника податків у 2019 році, – 12519,00 грн. (3 мінімальних заробітних плати станом на 1 січня за кожен повний або неповний місяць навчання) (п.п. 165.1.21 ПКУ).

Поряд із зростанням бази оподаткування ПДФО мають місце і деякі виплати, які було звільнено. У Таблиці 1 згруповано зміни законодавства у частині звільнення оподаткування ПДФО у 2019 році.

Таблиця 1

Зміни законодавства у частині справляння ПДФО на 2019 рік [2]

Напрямок і норма ПКУ	До 01.01.2019 року	З 01.01.2019 року
Оподаткування стипендій (пп. 165.1.26 ПКУ)	Було звільнення від оподаткування стипендій з державного бюджету у межах 2470,00 грн. (включаючи суми індексації)	Звільнено від оподаткування всі стипендії у межах 2690,00 грн., тобто не тільки «бюджетні» стипендії, але й стипендії у приватних навчальних закладах, спонсорські, грантові стипендії тощо
Оподаткування подарунків (пп. 165.1.39 ПКУ)	Якщо вартість подарунка перевищувала 930,75 грн., то вона підлягала оподаткуванню (повністю) (25% мінімальної заробітної плати на 1 січня = $0,25 \times 3723,00$ грн.)	Оподатковується тільки сума перевищення 1043,25 грн. (25% мінімальної заробітної плати на 1 січня = $0,25 \times 4173,00$ грн.).
Страхові виплати (пп. 165.1.27 ПКУ)	Оподатковувалися за ставкою 18%	Звільнили від оподаткування

Отже, у частині ПДФО в 2019 році суттєвих змін порівняно з попередніми періодами, не відбулось. Зміни стосувались лише податкових соціальних пільг та інших показників, прив'язаних до соціальних стандартів (прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати).

Список використаних джерел

1. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» від 23.11.2018 р. № 2628-VIII. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-19>
2. Онищенко В. ПДФО 2019 / В. Онищенко // Головбух: праця та зарплата. – 2019. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.golovbukh.ua/article/7416-pdf-2019>
3. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/mijnarodne-/vsesvitna-mitna-organizatsiya/>

*Денисенко К.С., аспірант
(науковий керівник – Семикіна М.В., д.е.н., проф.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

МОТИВАЦІЯ ДО ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ ЯК ВАЖІЛЬ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Теоретичний аналіз дозволяє стверджувати, що перелік засобів та можливостей впливу на трудову поведінку сучасного працівника є надзвичайно широким. Це підтверджують публікації А. Колота, С. Цимбалюк, М. Семикіної, Г. Кулікова, Т. Костишиної та інших українських дослідників. Йдеться про різноманітні методи та технології мотиваційного менеджменту, які активно використовують сучасні підприємства та корпорації на початку ХХІ століття. Їх застосування є надзвичайно затребуваним в умовах руху держав до інноваційної економіки.

Водночас в Україні, як засвідчує практика, мотивація персоналу до продуктивної праці на підприємствах поки характеризується обмеженим переліком засобів впливу на трудову поведінку персоналу. Це пояснюємо багатьма причинами:

по-перше, необізнаністю багатьох менеджерів в питаннях заохочення до праці;

по-друге, нестачею коштів;

по-третє, застарілістю правового регулювання цих питань; по-четверте, тінізацією трудових відносин;

по-п'яте, поширеністю зрівнялівки в оцінці праці. Кожен роботодавець мріє мати персонал, який прагне працювати на 100% продуктивно і творчо. При цьому, за даними сайту hh.ua, для більшості працівників в Україні головним стимулом для того, щоб працювати краще, залишається перспектива збільшення доходу [2].

Аналіз наукових джерел засвідчує, що мотивація персоналу до продуктивної розглядається по-різному. Базуючись на розвитку ідей мотиваційного менеджменту, вважаємо розуміти сутність мотивації у широкому сенсі, а саме, – як багатофакторний вплив на працівника та його трудову

поведінку на різних економічних рівнях в інтересах зростання продуктивності праці (цей вплив не обмежується рівнем підприємства, адже правове поле, соціально-економічна ситуація в регіоні, країні не може не впливати на ставлення до праці).

На підприємстві мотиваційний вплив на працівника має передбачати залучення комплексу економічних, соціальних, моральних, психологічних, адміністративних методів та інструментів, отже, не повинен обмежуватися величиною оплати праці або премій (не зменшуючи їх значення).

Українське законодавство у цьому сенсі надає суб'єктам господарювання та бюджетним організаціям повну свободу у виборі засобів стимулювання працівників та процедури їх застосування. Водночас аналіз літератури дозволяє стверджувати, що в Україні заохочення до продуктивної праці хоч і може здійснюватися і регулюватися саме в такому розумінні, проте правові механізми дещо застаріли і не розглядають змін, що відбулися у змісті і характері праці.

Мотиваційні засоби впливу можуть бути матеріальними (заробітна плата, премії, бонуси) і нематеріальними (кар'єрне зростання, оголошення подяки, поліпшення умов праці тощо). Згідно статті 143 Кодексу законів про працю України до працівників можуть застосовуватись будь-які заохочення, що передбачені правилами внутрішнього трудового розпорядку, затвердженими на зборах трудових колективів. Якщо підприємство не має належним чином затверджених правил внутрішнього трудового розпорядку, або у них відсутній перелік видів заохочень та порядок їх застосування, то власник підприємства (роботодавець) має право застосовувати різні види заохочень (їх може передбачити, наприклад колективний договір між адміністрацією і профспілкою). Отже, поряд з нормативним регулюванням заохочень до продуктивної праці може активно застосовуватися також і договірне регулювання. Зокрема, воно характерне для контрактної форми трудового договору. Укладаючи контракт, сторони передбачають додаткові заходи заохочення, крім тих, які визначені законодавством, у разі успішного виконання працівником взятих на себе зобов'язань. Це можуть бути і разові винагороди, і премії, і відшкодування вартості навчання, відпочинку під час відпустки та ін. При цьому значно ширші можливості щодо вибору засобів заохочення до праці сьогодні мають приватні підприємства (це стосується не стільки колективних договорів, скільки індивідуальних контрактів).

Вивчення практичного досвіду доводить, що в організації заохочень до продуктивної праці слугує слабкою ланкою недосконалість наявного на підприємстві власного правового механізму таких заохочень, обмежене відображення його дії у нормативних актах. Це дозволяє роботодавцям не прислухатися до профспілок, ігнорувати їх пропозиції, досить довільно вирішувати питання про доцільність застосування заохочення до конкретного працівника. Варто визнати, що *чітка* регламентація правових засад заохочення вигідна, у першу чергу, найманим працівникам і найменш вигідна керівнику, власнику підприємства, оскільки обмежує його свободу вибору у застосуванні тих чи інших форм заохочень.

Список використаних джерел

1. Семикіна М.В. Підвищення продуктивності праці в контексті стратегічних завдань розвитку національної економіки // Экономика и управление. Научно-практический журнал: Национальная академия природоохранного и курортного строительства. Симферополь : 2010.– № 3. – С. 9-12.

2. Что вдохновляет украинцев на рабочие подвиги. Мотивация персонала. Исследование международного портала hh.ua [электронный ресурс]. – Код доступу: <https://hh.ua/article/18318>

3. Цимбалюк С.О. Компенсаційна модель винагороди за працю: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: монографія – К.: КНЕУ. – 359 с.

*Ehsan Ebrahim Shirazi, PhD Student,
Petrova I. L., Doctor of Economics, Professor, Head of Department of
Marketing and Behavioral Economy
“KROK” University, Kyiv*

MODERN FEATURES OF PROGRESSIVE INTERNET MARKETING TECHNOLOGIES APPLICATION

Abstract. Report discloses the particularities of Internet technologies development and its influence on formation of marketing policy on modern market. It studies the concept and essence of marketing Internet technologies, defines its main instruments as well as particularities of its application.

Introduction. Today's Internet technological progress is not only one of the main factors in ensuring the effective functioning of the marketing services market, but also the most important condition for the process of its sustainable development. Therefore, information marketing technologies that, due to their unique properties, contribute to the dynamic development of all sectors of the market should be given priority attention in studies of modern marketing features. All mentioned above ensures the relevance of the research problem.

Chosen research problem was studied in the literature, for example, in scientific works of the following authors: Chaffey D. [1], Allen R. [2], M. Miller [3], Easley D. and Kleinberg J. [4], Goy A. [5], Chen Y. [6] and Litovchenko I.L. [7]. But these authors concentrated their research efforts mainly on theoretical generalization of Internet marketing technologies features or on statistics of its application. This study is dedicated to disclosing of main features of Internet marketing technologies applications on modern stage of its development.

The purpose of this study is to study modern features of Internet marketing technologies application.

The development of the Internet somewhat changed the view on marketing, since such technologies combined the interactive nature of communication and personalization capabilities. The main difference between Internet technologies and other media in terms of marketing policy use is its multi-vector communication model named “many to many”, in which each subscriber has the opportunity to contact other subscribers and make a feedback. In addition, the feature of the Internet marketing

environment manifests itself in the active role of users (in traditional media, their role is passive), which is due to the control over the search for information at the expense of different mechanisms of search and navigation. The interactive nature of marketing Internet technologies can increase the effectiveness of the interaction of communication participants.

At present time, Internet marketing technologies use influences greatly on formation of marketing policy on modern market due to following reasons: a significant part of Internet users are those who are most likely to be able to perceive information about new products, and may subsequently affect other consumers; Internet marketing technologies are suitable to be used to promote information-rich goods, services (travel services, financial services, etc.) and such goods as home appliances, cars, etc. One of the most significant particularities of Internet marketing technologies is that it provide an opportunity to quickly determine the level of their efficiency, which allows objectively assessing the feasibility of using other marketing technologies.

Significant contribution of Internet technologies on modern market marketing policy can be described by raise of its number, which, in terms, happens due to increased demand for their use (fig. 1).

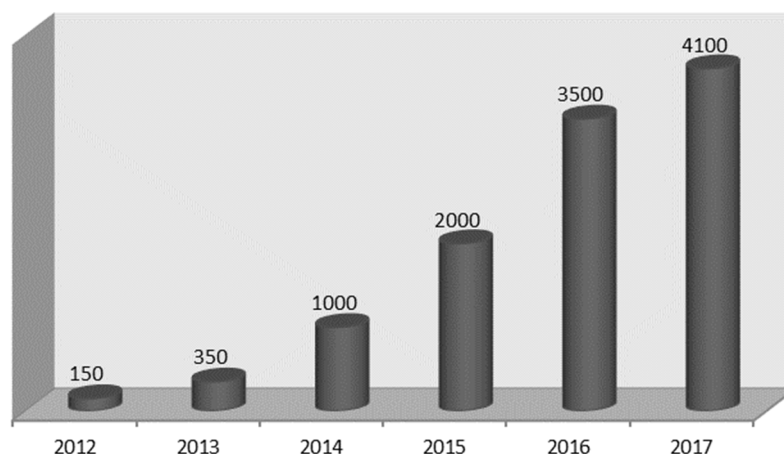


Fig. 1. The raise of marketing Internet technologies number in recent years [2]

According to some definitions, the concept and essence of marketing Internet technologies can be define as the practice of using all aspects of traditional marketing on the Internet. Its main goal is to obtain maximum effect from the potential target audience of the network [3]. Other author suppose, that marketing Internet technologies should be considered as an marketing activity that brings profit or other benefits and is carried out using the tools and technologies of the Internet [5].

So, after analyzing different approaches to the concept and essence of marketing Internet technologies definition, we can assume that it can be explained as a new type of marketing, which involves the use of traditional and innovative tools and technologies of the Internet to identify and meet the needs and requests of consumers (buyers) by exchange for the purpose of obtaining a commodity producer (seller) of profits or other benefits.

There can be distinguished the following main groups of modern marketing Internet technologies elements (fig. 2).

There are multiple instruments of marketing Internet technologies, but main of them are [5]:

- Internet advertising leads to traffic on ones site, mainly visitors who clicked on ad banner. Paid Internet advertising is usually placed in the form of banners on websites, social networks, as well as contextual ads in search engines.

Free online advertising or affiliate program is sharing banners between partner sites in order to gain additional online audience and increase site conversion.

- Content marketing solves the problem of engaging a visitors by providing useful information for a specific target audience. Content marketing also includes content promotion in social networks (SMM), search engines (content SEO), email distribution.



Fig. 2. Main groups of modern marketing Internet technologies [6]

Search engine optimization (SEO) is based on analytics data, closely related to content promotion, and at the same time solves technical problems for better indexing of the site by search engines.

Communication with the target audience is the most important component of the promotion, it includes in the basic foundations of Internet marketing. Communication channels are, first of all, Social Media (Social Media Marketing, SMM), in addition, different forms for entering messages on the site, as well as communication with the user via e-mail - email distribution and answers to customer questions. Also, one of the elements of communication is to use CTA (call to action) buttons as a call to action on the site. For visual communication in this case, the design of the site, which is created by the IT designer – SMM specialists, is based on the typical behavior of the user.

Web analytics is an important part of Internet marketing technologies, which is responsible for collecting and analyzing data on user behavior on certain sites, gives an idea of the nature of the site's audience, demonstrates the most effective traffic channels and paths for users to purchase [7].

So, generalizing all mentioned above data, we must note that marketing Internet technologies generally carry out following important tasks of:

- informing the client about a product or service;
- motivating to make a purchase;

– collecting and analyzing information about the target audience of the product and the impact on the behavior of such audience.

Compared to regular marketing, Internet marketing technologies can be called inbound marketing, since it mainly collects customers for the sites, and not simply declares advertising messages.

Listed above Internet marketing technologies have their own peculiarities and specifics. The tasks of enterprises, concerning marketing technologies use is to choose the optimal and most effective complex, which will not only meet the progressive requirements of consumers, but will also allow the company to achieve the commercial or non-profit benefits and goals set with the minimum resources spent on it. Thus, the creation and holding of promotions of their products or services using marketing Internet technologies will allow the company to increase its loyalty to existing customers as well as to attract the attention of potential customers. The implementation of SMM marketing promotion strategy will increase the company's popularity in social networks and blogging, which will increase the public's awareness of the company's activities. Conducting and participating in various events such as on-line exhibitions, web conferences and webinars, in target market segments will promote the company's promotion to professional communities, which will increase the company's business reputation.

Base on all mentioned above, following conclusions and suggestions can be made:

1. Because of features and suitability of Internet users for new products marketing, Internet marketing technologies have significant influence on formation of marketing policy on modern market.

2. Internet marketing technologies main particularities are connected mainly with its ability to provide quick determination of their efficiency level, which, in terms, allows objective assessment of the other marketing technologies feasibility.

3. Concept and essence of marketing Internet technologies can be defined as new type of marketing, which involves some innovative Internet tools for identification and meeting the needs of consumers.

4. Main groups of marketing Internet technologies are: research technologies; communication technologies; products technologies. Main instruments of marketing Internet technologies are Internet advertising and content marketing.

References

1. Chaffey D. The Marketing technology Landscape in 2017. Infographic [Electronic source]. – Access mode: <https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-technology-2014/>.
2. Allen R. Essential Digital Marketing tools. Infographic. [Electronic source]. – Access mode: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-platforms/essential-digital-marketing-tools-infographic/>.
3. Miller. M. The Ultimate Web Marketing Guide. Pearson, 2011. Chps. 14, 15, 16.
4. Easley D. and Kleinberg J. Networks, Crowds, and Markets. Cambridge University Press, 2010. Sections 9.1-9.6.
5. Goy A. et al. Personalization in E-Commerce Applications. Chapter 16 of The Adaptive Web, LNCS 4321, 2007.
6. Chen Y. Marketing Innovation / Y. Chen // Journal of Economics & Management Strategy. – 2006. – Vol. 15. – Issue 1. – P. 101-123.
7. Litovchenko I.L. Methodological aspects of Internet marketing: monograph / I.L. Litovchenko – K.: Scientific Opinion, 2009. – 196 p.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ВХІДНИХ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансово-господарська діяльність будь-якого комерційного підприємства супроводжується постійним рухом грошових коштів – їх надходженням і витрачанням. Цей безперервний процес визначається таким поняттям, як грошовий потік.

Актуальність даної теми полягає в тому, що всі суб'єкти господарювання постійно мають витрати, але надходження грошових коштів завжди буде залишатися важливим та головним питанням. Адже чим більше надходження коштів та менше їх виток з підприємства, тим більше в майбутньому підприємство отримає прибутків, які зможе направити на розширення не тільки випуску продукції, але й своєї основної господарської діяльності.

Всі грошові потоки будь-якого суб'єкта господарювання можна розділити на такі види: виручка від реалізації основної продукції, надходження у вигляді інших операційних доходів, доходи від фінансової та інвестиційної діяльності, кошти, які були залучені на умовах позик, державні субсидії та дотації [1].

Всі гроші, що надходять від різних видів діяльності, можна віднести до внутрішніх джерел, а ті, які залежать від мотивацій та спроможності третіх осіб – до зовнішніх.

Головним завданням будь-якого підприємства – є збільшення виручки від реалізації, особливо у довгостроковому періоді, адже в короткострокову отримання прибутків малоімовірна, тому що заходи щодо розширення ринків збуту своєї продукції мають особливо стратегічний характер.

Багато економістів та фінансистів знають, що розмір виручки від реалізації залежить від обсягу та ціни одиниці такої продукції. А для збільшення обсягів реалізації продукції можна прийняти такі засоби:

- надання знижок покупцям;
- помірне збільшення цін;
- застосування масової реклами, а також вчасне її припинення.

Всі заходи щодо збільшення виручки мають базуватися на системі прогнозів обсягів збуту з урахування динаміки цін та відповідним обсягів реалізації. Тобто, можна застосувати такі заходи:

- аналіз ринків збуту готової продукції;
- перевірка порядку ціноутворення;
- здійснення акцій зі спеціального розпродажу;
- підвищення якості обслуговування клієнтів;
- аналіз сервісних послуг;
- застосування гнучкої системи преміювання для продавців (реалізаторів);

- аналіз шляхів збуту;
- здійснення рекламних акцій;
- підвищення ефективності роботи з громадськістю;
- використання системи знижок за прискорену оплату продукції.

Крім основної діяльності та збільшення реалізації продукції, застосовують такий засіб, як реструктуризація активів. Тобто це та зміна активів, а також зміна складу активів балансу. В залежності від цього застосовують наступні основні заходи:

1. Мобілізація прихованих резервів – тобто тих активів, які не показують в балансі;

2. Використання зворотного лізингу – це передбачає продаж основних фондів в оперативний або фінансовий лізинг;

3. Здача в оренду основних засобів, які не повною мірою використовуються у виробничому процесі;

4. Оптимізація структури розміщення оборотного капіталу – визначення оптимального обсягу та структури запасів;

5. Рефінансування дебіторської заборгованості – це покращує платоспроможність підприємства і полягає в переведенні дебіторської заборгованості в інші, ліквідні форми оборотних активів: грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення тощо.

Крім основних активів в балансі для збільшення грошових потоків використовують дебіторську заборгованість. До основних форм якої відноситься:

- факторинг;
- форфейтинг;
- облік та/або дисконтування векселів;
- комплекс процедур з примусового стягнення заборгованості [2,с.140-143].

Також, крім цього, головним етапом збільшення грошових потоків є стимулювання та контроль фінансово-економічної безпеки підприємства. Адже від фінансового становища залежить майбутнє організації.

Отже, ефективно організовані грошові потоки є найважливішим показником фінансового стану підприємства, передумовою забезпечення стійкого зростання і досягнення високих кінцевих результатів його фінансово-господарської діяльності в цілому.

Список використаних джерел

1. Оптимізація грошових потоків на підприємстві. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://izron.ru/articles/aktualnye-voprosy-ekonomiki-menedzhmenta-i-finansov-v-sovremennykh-usloviyakh-sbornik-nauchnykh-trud/sekt-siya-3-finansy-denezhnoe-obrashchenie-i-kredit-spetsialnost-08-00-10/optimizatsiya-denezhnykh-potokov-na-predpriyatii/>

2. Управління фінансовою санацією підприємства [текст] : підручник. / Т.А. Говорушко, І.В. Дем'яненко, К.В. Багацька [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 400 с.

*Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.
кафедри економіки та підприємництва
Башняк Ю.Ю., магістрант гр. ЕП-18М
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЗАХОДИ ЩОДО РОЗВИТКУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАННЯХ

З розвитком і ускладненням виробництва, прискоренням науково-технічного прогресу змінюються вимоги до кадрового потенціалу. Від того, наскільки ефективно функціонує система управління трудовими ресурсами підприємства, залежить раціональне структурне та просторове розміщення персоналу, здатного до продуктивної роботи, культура управління. Підвищуються вимоги до загальноосвітньої, економічної, технічної, технологічної підготовки робітників та службовців, до рівня їхньої кваліфікації. А оскільки зазначені напрямки управлінської діяльності відносяться до області кадрової роботи, одночасно розширюються функції кадрових служб підприємств.

Значну частину кадрової роботи на підприємстві ведуть безпосередньо керівники (організація роботи кадрових служб по підборі і розміщенню кадрів), задля забезпечення виконання завдань на всіх стадіях діяльності підприємства. Крім того, необхідно мати на увазі, що в питаннях призначення чи переміщення працівників, оцінки його ділових якостей завжди активну участь приймає його безпосередній керівник, що припускає компетентність останнього в питаннях кадрової роботи.

До функцій керівництва також входить піклування про розширення компетенції відділу кадрів, підвищенні ролі кадрової служби, удосконаленні її роботи, підвищенні кваліфікації кадрових працівників. Тому, основними напрямками зростання кадрового потенціалу є постійне підвищення кваліфікації, нарощування професійних знань керівника, оскільки успішне управління має ґрунтуватися не лише на досвіді керівника, але і на постійному освоєнні ним нових напрямів в управлінні персоналом, налагодженні нових взаємовідносин, обміні досвідом з іншими успішними управлінцями. Керівники і спеціалісти працюють з персоналом своєї організації, контактують з працівниками суміжних організацій, органів місцевої виконавчої влади, відповідають за рівень виробництва, за діяльність і розвиток організацій, тому значно складніше оцінити їх результати діяльності. Для оцінки складності виконуваних функцій працівників необхідно виділити ознаки, що дозволяють найбільш повно охопити всі аспекти змісту робіт і водночас врахувати характер та особливості того чи іншого виду діяльності; характер робіт, що визначають зміст праці; різноманітність, комплексність робіт.

Необхідно ввести більш сучасний підхід до ведення кадрової документації на агропідприємствах (вести облік працівників в електронному вигляді,

розробити на кожного працівника посадову інструкцію), що сприятиме кращому орієнтуванню в кадровому стані справ.

Для систематичного вдосконалення своїх навичок та вмій безпосередньо самим керівником відділу кадрів та його підлеглими необхідно направляти їх на спеціальні семінари та тренінги.

Практика показує, що успіх будь-якої організації залежить від якості керівництва нею і професіоналізму керівників. Якщо керівник відповідає певним вимогам – агропідприємство достатньо забезпечене кадрами, впроваджуються у виробництво досягнення науки, висока ефективність виробництва: всіх успішних керівників об'єднує високий професіоналізм, вміння організовувати працю людей для досягнення поставлених цілей.

Таблиця 1

Заходи щодо розвитку кадрового потенціалу

Назва заходу	Термін виконання	Виконавці
Організація та проведення лекцій з персоналом агропідприємства	1 раз в місяць	Відділ кадрів Керівництво
Організація та проведення семінарів-тренінгів з питань розвитку колективу підприємства	1 раз в місяць	Відділ кадрів Керівництво
Проведення підготовки кадрів з урахуванням пріоритетних напрямів розвитку підприємства	Протягом року	Відділ кадрів
Розважально-масові заходи в місцях поза межею підприємства	2 рази на рік	Відділ кадрів
Дослідження задоволення потреб у подальшій роботі	Протягом року	Відділ кадрів
Розробка та затвердження в установленому порядку програм підвищення кваліфікації фахівців по підприємству	Протягом року	Відділ кадрів
Розробка та впровадження Програми підготовки спеціалістів керівних структур	Червень-липень	Відділ кадрів, Керівництво
Робота по наданню консультацій	Протягом року	Відділка днів

Однією із задач розвитку кадрового потенціалу аграрних підприємств має стати організація підготовки та перепідготовки кадрів, забезпечення росту кваліфікації працівників безпосередньо на виробництві, вдосконалити систему планування кадрів та ввести ефективну систему управління персоналом підприємства для забезпечення зменшення плинності кадрів. Підприємство з цією метою повинне розвивати навчально-матеріальну базу, створювати програми по удосконаленню умов праці.

Отже, основними напрямками розвитку кадрового потенціалу аграрних підприємств мають бути:

- планування та добір персоналу,
- мотивація персоналу,
- підвищення кваліфікації персоналу.

Результатом вдосконалення кадрового потенціалу підприємства за такою системою повинна стати прийняття економічно грамотних рішень на всіх рівнях і на цій основі – постійне нарощування темпів виробництва продукції і підвищення його ефективності.

*Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.
кафедри економіки та підприємництва
Рябоволик Т.Ф., к.е.н., ст. викладач
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ АГРОПІДПРИЄМСТВАМИ

Аналіз сучасної економічної практики свідчить, що високих результатів підприємства можуть досягати лише за систематичної і цілеспрямованої інноваційної активності, спрямованої на пошук можливостей. Це передбачає особливий інноваційний стиль господарювання, що базується на нових знаннях, їх технологічному застосуванні та ринковій реалізації. Нині постійне впровадження новітніх розробок є запорукою сталого розвитку аграрної сфери.

Пріоритетним напрямком розвитку агропідприємств, який спрямований на динамічність агропромислового виробництва, є використання передових інноваційно-технологічних процесів. Це, у свою чергу, сприяє зростанню фондоозброєності та продуктивності праці, підвищенню рентабельності роботи, впливатиме на соціально-економічний розвиток сільських територій та економічну стабільність держави.

У Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності» серед стратегічних пріоритетних напрямів на 2011-2021 роки 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 [2].

Аграрна інновація – 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 [1].

Впровадження та використання сучасних інноваційних технологій у рослинництві створюватимуть позитивний ефект, впливаючи на врожайність, економію витрат, раціональне використання ресурсів та сприятимуть підвищенню економічного потенціалу агроєкосистем (таблиця 1).

Напрями використання інноваційних технологій у рослинництві [3]

Сфера застосування	Можливості використання
Селекція	Покращення сортових якостей Підвищення стійкості до ґрунтово-кліматичних умов та шкідників Значний приріст урожайності Одержання насіння елітних сортів
Генна інженерія та ГМО	Стійкість рослин до втрат врожаю, хвороб, шкідників Покращення якості продукції та підвищення рівня врожайності Стійкість проти гербіцидів Здатність рослин виробляти власні пестициди Скорочення процесу догляду та переробки продукції Економія затрат на вирощування ГМО
Органічне землеробство	Відсутність пестицидів та добрив Зменшення шкідливого впливу сільськогосподарського виробництва на навколишнє середовище Відмова від ГМО
Мікрозрошення	Забезпечення оптимального рівня вологості в посушливих умовах Економія поливної води, електроенергії, добрив Уникнення ерозії ґрунту Можливість освоєння малопродатних для обробітку земель Зменшення експлуатаційних витрат Можливість проведення агротехнічних робіт разом з поливом
ІТ технології	Визначення дійсних посівних площ Прогнозування продуктивності збору та втрат врожаю Визначення рівня використання матеріально-технічних ресурсів Можливість виявлення прихованих від обліку продукції та ресурсів
Нанотехнології	Сприяють збільшенню врожайності Низька токсичність наноматеріалів Сприяють прискоренню фотосинтезу рослин та озоненню повітря Підсилення захисних властивостей рослин

Основним завданням для галузі тваринництва є збільшення виробництва валової продукції, що можливе завдяки використанню інноваційних технологій (таблиця 2).

Напрями використання інноваційних технологій у тваринництві

Сфера застосування	Можливості використання
1	2
Біотехнології	Збереження генофонду тварин Покращення здоров'я тварин Удосконалення якості продуктів тваринництва Поліпшення продуктивності тварин з використанням селекційних методів розведення Одержання тварин як донорів внутрішніх органів
Племінна робота	Удосконалення існуючих і створення нових порід тварин Покращення продуктивних якостей тварин Використання генетичного потенціалу кращих порід
Системи годівлі	Ефективність використання різних режимів годівлі Зниження втрат корму Вільний доступ тварин до кормів через сучасну систему їх подачі Збільшення приросту живої маси Точність дозування та роздачі кормів

1	2
Техніко-технологічне забезпечення	Удосконалення умов утримання та обслуговування тварин Поліпшення умов праці Зниження витрат на виробництво одиниці продукції Поліпшення якості тваринної продукції Економія ресурсів
Ресурсозберігаючі технології	Зниження витрат і собівартості Спеціалізація робіт щодо вирощування та утримання тварин Підвищення відтворювальної здатності тварин Ефективна організація відпочинку і раціону тварин Ефективне використання систем транспортування й утилізації відходів

На інноваційні процеси в сільському господарстві мають безпосередній вплив особливості сільськогосподарського виробництва. Основними особливостями формування і розвитку інноваційного процесу в аграрній сфері є [4]:

- 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.

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.

А тому, для здійснення більш масштабної політики впровадження та реалізації інновацій, основними пріоритетами розвитку інноваційної діяльності на аграрних підприємствах мають стати:

- вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств;
- технічне і технологічне переоснащення агропідприємств;
- активізація інноваційної діяльності агропідприємств, 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 господарств у великі виробничі структури.

Список використаних джерел

1. Крачок Л.І. Новітні технологій в сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження [Електронний ресурс] // Л.І. Крачок // Сталій розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2013. – №3. – режим доступу <http://www.google.com.ua>.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Петров В.М. Технічне забезпечення інноваційних технологій у рослинництві // В.М. Петров // Економіка АПК.– 2013. – №2. – С. 100
4. 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.

*Кандиба М.А., студент,
Яковенко Р.В., к.е.н., доц.*

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ВІДПОВІДНІСТЬ ПСИХОЛОГІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Розподіл закономірностей поведінки на психологічні та економічні є доцільним, оскільки, згідно з економічними закономірностями, приймаються рішення щодо придбання продукції, натомість психологічні особливості детермінують бажання купівлі.

Економічні чинники споживання обумовлюються психологічними закономірностями, а психологічні закони залежать від рис особистості та параметрів ринкової комунікації [1].

Сьогодні, в практичній діяльності використовуються співставлення економічних і психологічних закономірностей аналізу споживчої поведінки, які ми наводимо далі.

Таблиця 1

Співставлення психологічних та економічних закономірностей споживчої поведінки

Закономірності	
Психологічні	Економічні
1	2
1. Ефект алло	1. Загальна закономірність споживання Енгеля
2. Логічна помилка	2. Перший закон Енгеля
3. Закон Вебстера	3. Розширений закон Енгеля (закон Енгеля – Шваба/Райта)
4. Помилка Паралаксу	4. Другий закон Енгеля
5. Оцінка фізичних атрибутів	5. Категорія капіталу вільного розпорядження Катони
6. Закон Майєра	6. Закон Райта
7. Стереотипізація	7. Закон Сіні

Продовження таблиці 1

1	2
8. Закон ефекту Торндайка	8. Закон Парето
9. Закон Гампертона	9. Закон Метьюза
10. Закон Рудіна	10. Закон суб'єктивної вартості грошей Буффона
11. Ефект сполучення Лейбенштейна	11. Повторюваність попиту і витрат
12. Снобістський ефект Лейбенштейна	12. Закон попиту Маршалла
13. Ефект кислого (зеленого) винограду Ельстера	13. Парадокс Гіффена
14. Ефект забороненого плоду Ельстера	14. Ефект демонстрації
15. Ефект навмисного планування властивості Фрея	15. Ефект зрушення, шоку і звикання Дюсенберрі
16. Ефект придбання Талера	16. Парадокс Веблена
17. Ефект пізнавального дисонансу Фестінгера	17. Закон (ефект) Кінга
18. Закони Шеллінга:	18. Ефект Шеферда (трансмисії торгового сектора)
18.1. закон самоздійснення	19. Категорія комплементарності
18.2. закон самопідтримки	20. Категорія заміщення
18.3 закон самозаперечення	21. Ефект заміщення Маршалла
18.4. закон самоврівноваження	22. Ефект Фішера
18.5. закон самопідтвердження	23. Прибутковий ефект зміни цін Хікса
19. Закон споживчої конкуренції	24. Спекулятивний ефект
	25. Фази розвитку споживання

Джерело: Яковенко Р.В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – С. 123-124.

Список використаних джерел

1. Яковенко, Р.В. Співставлення психологічних та економічних закономірностей споживчої поведінки [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2018/06/13/spivstavlennja-psihologichnih-ta-ekonomichnih-zakonomirnostei-spozivchoi-povedinki>. – Назва з титул. екрану.

2. Яковенко, Р.В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.

*Ковальова В.В., студентка гр. ЕП-16
(науковий керівник – Полтавець М. М., викладач)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

**ПОЯВА НОВИХ ПРОФЕСІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА**

Проблема відставання системи освіти від кадрових потреб реального сектору економіки актуальна майже для всіх країн світу. Швидкість змін у галузях народного господарства настільки велика, що поки стандарт підготовки нового фахівця увійде в практику, галузь взагалі вже може зникнути.

В Україні фахівці Державної служби зайнятості склали атлас нових професій України. Згідно з проведеними дослідженнями, більше десяти сучасних спеціальностей можуть зникнути після 2020 року: кондуктори, провідники, оператори інформбюро, касири, тур-менеджери, перекладачі і навіть бухгалтери. В той же час, прогнозується поява нових професій, які увійдуть в економіку після 2020 року. Так, в Україні найближчим часом з'являться: проектувальники роботів, оператори безпілотників, менеджери аватарів, архітектори віртуальної реальності, пілоти авіолітаків і т. ін.

Вже сьогодні більшість професій стають все більш комплексними, та змінюється сама суть професій. На перший план виходять навички та вміння, які не тільки дозволяють людині реалізувати себе як фахівця в окремо взятій галузі, але й за необхідності кардинально змінити сферу своєї професійної діяльності. Особливо цікавими в цьому плані є колл-центри на базі аутсорсингу. Вони представляють собою команду професійних операторів, яка тимчасово обробляє вхідні дзвінки або здійснює вихідні дзвінки для потрібної бази клієнтів в зручному режимі. Аутсорсери зазвичай пропонують широкий спектр послуг та приймають на себе шквал дзвінків, тому переваги їх діяльності відразу очевидні.

В Україні перші колл-центри почали працювати в кінці 90-х років. Як правило, вони використовувалися операторами мобільного зв'язку. Тепер до послуг таких центрів вдаються компанії практично будь-яких сфер діяльності: фінансів і страхування, продажів побутової техніки, електроніки та офісної техніки, фармпрепаратів і косметичних засобів, а останнім часом навіть юридичні фірми.

Це пояснюється просто: чим більше у компанії клієнтів і партнерів, тим більш актуальною є потреба швидко надати їм детальну інформацію про свою діяльність та послуги. Тобто, виникає потреба у відповідних спеціалістах, що само собою призводить до появи робочих місць операторів колл-центрів.

Найбільшими перевагами в такій роботі є зручний графік. Колл-центр вважається вдалим місцем роботи для тих, кому необхідно встигати скрізь. Залежно від компанії, робочі зміни можуть бути тривалістю від 4 до 12 годин. Це особливо зручно для людей, які хочуть поєднувати роботу з навчанням, розвагами та відпочинком, одним словом все і одразу.

Всім відомо, що для кожної людини, яка прагне чогось досягти особливо важливим є саме кар'єрне зростання і реалізація себе у суспільстві.

Робота оператора колл-центру дає можливість розраховувати на кар'єрне зростання позицію супервайзера або начальника відділу та навіть керівника майданчику. Але частіше цю роботу розглядають саме як тимчасовий варіант перед тим, як зайняти більш престижну посаду в цій же фірмі, або перейти на іншу роботу.

Якщо після роботи в колл-центрі виникне потреба розвивати кар'єру в абсолютно іншій сфері, досвід роботи і набуті навички все одно стануть у пригоді і будуть додатковою перевагою при виборі вашої кандидатури.

В майбутньому, саме вміння знаходження спільної мови з будь-якою людиною у будь-якій сфері допоможе реалізувати себе та знайти у тій чи іншій професії або навіть у декількох професіях.

Світ змінюється так швидко, що люди більше не можуть дозволити собі п'ять років вивчати теоретичні дисципліни, а потім ще деякий час освоювати професію за рахунок роботодавця. Тому освіта, особливо стає все більш предметною і орієнтованою на практику.

Освіта сама по собі традиційно вважається дуже консервативною сферою, але розвиток технологій змінює уявлення про способи отримання знань і змушує серйозно переосмислити звичні підходи до навчального процесу, а саме:

- в освіті починають використовуватися інструменти навчання із застосуванням інформаційних технологій: онлайн-курси, тренажери, ігрові форми онлайн-світи;

- нові технології дозволяють зробити освіту більш індивідуальною;

- дистанційність освіти – курси багатьох престижних вузів вже зараз можна слухати он-лайн з будь-якої точки світу.

Це означає, що акцент зміщується з теорії на реальні проекти учнів, в тому числі їх стартапи. Крім цього, розвиваються форми, в яких студент може одночасно вчитися і працювати.

Підводячи підсумки дослідження слід відзначити, що перевагами використання послуг аутсорсингових колл-центрів є можливість для клієнтів якісно і ефективно оптимізувати всі бізнес-процеси, уникнути дублювання ключових функцій, дати можливість керівникам сфокусуватися на стратегічному розвитку бізнесу, поліпшити його керованість, підвищити ефективність роботи з використанням передових інформаційних технологій.

Готовність до того чи іншого виду діяльності – це цілеспрямований вияв особистості, що включає її переконання, погляди, мотиви, почуття, волю та інтелектуальні якості, знання. Вона досягається в ході моральної, психологічної, професійної та фізичної підготовки і є результатом всебічного розвитку особистості з урахуванням вимог, обумовлених особливостями діяльності, професії. Відтак, готовність до діяльності є складним соціально-психологічним явищем.

*Ковальова В.В., студентка гр. ЕП-16
(науковий керівник – Сисоліна Н.П., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

РОЛЬ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Використання інформації та інформаційних технологій, в умовах ринкових і їх інтенсивного розвитку, стає одним із найбільш важливих елементів ефективного управління. Підприємства все частіше вдаються до допомоги сучасних інформаційних систем і технологій, аби стежити за зовнішніми і внутрішніми потоками інформації, що постійно збільшуються, використовувати її для аналізу, прогнозування, ухвалення управлінських рішень.

Протягом останніх років значна частина дискусій, що стосуються розвитку корпоративного менеджменту, протікає з позиції практичного застосування сучасних інформаційних технологій. Проблематика побудови комплексних управлінських систем виросла в окрему гілку науки про управління і стала причиною розвитку цілої галузі високих технологій. При цьому іноді складається враження, що весь нинішній інформаційний простір розвивався і продовжує розвиватися таким чином, що стає здатним ввести в оману не тільки непідготовлених читачів, але і самих фахівців у області управління.

З одного боку це не дивно, якщо підходити до даної проблеми з наукової точки зору, а з іншого якщо брати до уваги інтереси всіх існуючих і потенційних замовників інформаційних систем, на підприємствах яких провадяться коштовні і достатньо часто невдалі досліди по адаптації існуючих рішень, то фокус необхідно змістити з науково-методичної області в область бізнесу.

При цьому основними цілями автоматизації діяльності підприємства є:

- збір, обробка, аналіз, зберігання і представлення даних про діяльність організації, його зовнішнє середовище у вигляді, зручному для ухвалення управлінських рішень;

- автоматизація виконання бізнес-операцій, складових цільової діяльності підприємства;

- автоматизація процесів, що забезпечують виконання основної діяльності.

Успішне функціонування підприємств в умовах конкуренції, нестабільності ринкового середовища стає неможливим без використання інформаційних систем управління.

Інформаційні системи – це сукупність управлінської інформації, суб'єктів управлінської діяльності, інформаційних технологій та зв'язки між ними.

Якщо ж все таки більш детально розглянути саме корпоративну інформаційну систему (КІС) то можна сказати, що вона – це інформаційна система, яка підтримує автоматизацію функцій управління на підприємстві (в корпорації) і поставляє інформацію для прийняття управлінських рішень. КІС можна розглядати як управлінську ідеологію, що поєднує бізнес-стратегію підприємства (з будованою для її реалізації структурою) і передові інформаційні технології.

Прийнято вважати, що на підприємствах головну увагу приділяють відпрацьованій структурі керування, що складає функціональну частину підприємства, а автоматизація виконує другорядну, інструментальну роль. Повноцінна КІС повинна забезпечити інформаційну прозорість підприємства, формувати єдиний інформаційний простір, який об'єднує інформаційні потоки, що йдуть від виробництва до нього, з даними фінансово-господарських служб і видавати необхідні повідомлення для всіх рівнів управління підприємства.

Основними критеріями при виборі корпоративної інформаційної системи вітчизняні користувачі вважають функціональні можливості та вартість системи.

На мою думку, для того, щоб успішно впровадити КІС на наших вітчизняних підприємствах, спочатку підприємству потрібно вирішити цілу групу питань:

1. Вибір фірми-виробника системи. Для цього необхідно відслідкувати інформацію про репутацію фірми-виробника системи, інформаційної системи, термін перебування фірми на ринку, число продажів.

2. Наявність упроваджень системи на родинних підприємствах. Можливість ознайомлення з досвідом таких підприємств може мати вирішальне значення при виборі системи для впровадження.

3. Якість локалізації західної системи. Система повинна підтримувати не лише юридичні стандарти і форми вихідних документів, але також і фактичні стандарти, що, наприклад, склалися в нашій країні, методи міжцехової взаємодії (кооперації).

4. Ціна системи. Приймаючи рішення про впровадження, слід пам'ятати, що повний цикл (покупка, безпосереднє впровадження, супровід на першому етапі) обійдеться в 2-6 раз дорожче, ніж вартість програмних засобів.

5. Гнучкість системи. Система упроваджується на термін не менше 10 років. На підприємстві за цей час можуть відбутися різні зміни, а саме змінитися виробництво, організаційна структура тощо.

6. Архітектура системи. Всі солідні компанії на даний час пропонують клієнт-серверну тризіркову систему, яка в подальшому буде лише покращуватися.

7. Сумісність економічної інформаційної системи з автоматизованими системами управління технологічними процесами.

Отже, необхідність використання корпоративної інформаційної системи, як більш об'єктивного комплексу інформації для прийняття управлінських рішень, саме на українських підприємствах обумовлюється потребою управління виробничими процесами в умовах інфляції та жорстокого пресингу, а ефективний вибір і впровадження КІС сприяють осмисленню діяльності підприємства, розуміння шляхів його динамічного розвитку в постійно змінних умовах.

*Кондратенко О. В., курсант
Льотна академія Національного авіаційного університету
м. Кропивницький*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ З ПОЗИЦІЙ ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО МЕТОДУ

Успішна реалізація стратегічних і тактичних завдань організації можлива лише за відповідної мотивації його персоналу. Сучасні власники, керівники, і менеджери всіх рівнів в рамках своїх посадових функцій повинні розуміти і враховувати в управлінській діяльності, що на діяльність конкретного працівника в процесі праці значний вплив мають різні мотиви, потреби, стимули, цілі.

Система мотивації повинна розвивати почуття належності до конкретної організації. Відповідне ставлення до праці та свідоме поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці й застосовуваними стимулами.

У розвинутих країнах світу основна роль у процесі виробництва приділяється людині, вивченню впливу факторів, які спонукають її до високопродуктивної праці.

В Україні підхід з позиції унікальності та важливості врахування людського потенціалу у будь-якій сфері виробництва використовується не в повній мірі, особливо в нинішніх кризових умовах. Глобалізаційні процеси, що охоплюють більшість країн світу, в тому числі й Україну, зорієнтовують на нові умови й чинники розвитку, що відображаються в принципах менеджменту, у яких наголошується на всезростаючій ролі людини, її професіоналізмі, особистих якостях, а також усієї системи взаємовідносин людей в організаціях [3, с. 144].

Як правило, мотивація – це складний процес, ефективність якого оцінюється за результатами діяльності підприємства.

Для успішного керування поведінкою людей у процесі їх трудової діяльності дуже важливо мотивувати працівників до праці. Мотивування – це вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання себе та інших працівників до діяльності, що спрямована на досягнення особистих цілей або цілей організації [2, с.76].

Мотивування полягає в спонуканні персоналу до ефективної, сумлінної діяльності для досягнення цілей підприємства, тобто у визначенні потреб персоналу, розробленні систем винагороди за виконувану роботу, використанні різних форм оплати праці, застосуванні стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності. Керівник організації повинен розуміти, що ні прекрасно складені плани, ні її досконала структура самі по собі не спонукають людей до роботи. Саме ефективна система мотивування покликана забезпечити високоякісне й сумлінне виконання працівниками підприємства своїх обов'язків [4, с. 15-17].

Мотивація трудової діяльності не може бути дієвою без застосування сучасних форм і методів матеріального стимулювання персоналу.

У сучасних умовах в організаціях України досить цікаво, що керівник, який прагне заохочувати працівників, завжди намагається зробити це максимально економно. Звідси дилема: роздати гроші чи вибрати нематеріальні способи мотивації. Експерти вважають цей вибір надуманим. Навіть нематеріальна для працівника винагорода, як правило, вимагає витрат від компанії. Бажаючи заощадити, багато компаній вирішують піти на хитрість, поєднавши програми мотивації персоналу із заходами щодо посилення командного духу. Вважається, що корпоративні акції (свято, тренінг, виїзд на пікнік) – все одно що подарунок працівникам. Зрозуміло, створення якомога згуртованішої команди однодумців – це дуже добре. Проте винагорода конкретного працівника є визнанням його персональних заслуг з боку керівництва. Сплутування особистого й громадського у цьому випадку може призвести до неприємних казусів [5, с.53].

Дієва система мотивування працівників вітчизняних підприємств та організацій повинна базуватися на таких принципах [1, с. 21]:

- сприйняття працівника як особистості, повага до нього, його потреб та інтересів;
- створення безпечних, комфортних умов праці;
- створення умов та надання однакових можливостей для професійного просування працівників;
- застосування об'єктивних критеріїв оцінки працівника;
- забезпечення відповідності винагороди працівника результатам його праці;
- справедливий розподіл доходів, участь працівників у прибутках;
- залучення працівників до управління виробництвом;
- моральної та соціальної захищеності трудового колективу.

Формуючи систему мотивування працівників на вітчизняних підприємствах, доцільно скористатися світовим досвідом. Із всього розмаїття моделей систем мотивації праці можна виділити, як найхарактерніші, японську, американську, французьку, англійську, німецьку, шведську моделі.

Більш детально розглянемо японську модель, адже Японія є однією з найбільш успішних країн, де відбувся динамічний розвиток економіки після Другої світової війни та японські організації досягли першості не лише на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках [2, с.213-215].

В центрі концепції управління, яка використовується в Японії, знаходиться людина, яка розглядається як цінність організації. Мета даної системи управління націлена на виявлення здібностей працівників, їх використання, а людина повинна прагнути до процвітання фірми, в якій працює.

Персонал японських компаній відрізняється однією спільною для переважної їх більшості якістю: японські працівники віддані своїй фірмі. Відданість ця межує часом із жертівністю, зневагою до своїх інтересів, коли, наприклад, службовець компанії трохи нездоровий, він рідко візьме день відпочинку, а буде продовжувати працювати. Як результат – в Японії найнижчий у світі рівень втрат робочого часу через прогули [3, с.198].

Організаціям вдається домогтися такого ототожнення працівниками себе самих із своєю організацією за допомогою принципу «довічного найму» і системи бонусного трудового стажу, які ґрунтуються на таких засадах [5, с.18]:

- чим довше людина працює в компанії, тим більша в неї зарплата і вища посада;
- якщо людина переходить працювати в іншу компанію, то накопичення її стажу в даній компанії ліквідується;
- поряд з основною зарплатою, рівень якої залежить від стажу і посади, службовці отримують грошові винагороди та різноманітні пільги;
- підвищення кваліфікації співробітників є обов'язковим елементом роботи компанії;
- при прийнятті працівників на керівні посади, в першу чергу розглядаються кандидатури «своїх».

Отже, високо мотивований управлінський персонал це основний чинник забезпечення ефективної, конкурентоспроможної діяльності підприємства. Досягнення підприємством поставлених цілей повною мірою залежить від

ефективності управлінських рішень. У цьому зв'язку, посилення мотивації управлінської праці дозволить підприємствам та організаціям швидше здійснювати організаційний розвиток та більш повно реалізовувати свої потенційні можливості. Мотивація праці є органічною складовою системи управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Армстронг М. Как стать еще лучшим менеджером / М. Армстронг // Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. – 350 с.
2. Балабанова Л.В. Организация работы менеджера. Навч. пос. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардал. – Київ: В-во «Професіонал», 2004. – 304 с.
3. Лозниця В.С. Психология менеджмента: Навч. пос./ В.С. Лозниця – К.: КНЕУ, 1997. – 248 с.
4. Герчикова И. Менеджмент: Учебник : [Для экон. спец. вузов] / И. Герчикова – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Банки и биржи, 1995. – 478 с.
5. Стадник В. Менеджмент : Посібник / В. Стадник, М. Йохна,. – К.: Академія, 2003. – 463 с.

*Кошетар О.М., студент
спеціальності «Економіка»
Кропивницького інженерного коледжу ЦНТУ
м. Кропивницький*

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Будь-який суб'єкт господарювання у процесі фінансово-господарської діяльності створює не лише економічні блага, товари та послуги, але й створює власний імідж, що безпосередньо впливає на рівень його інвестиційної привабливості. Інвестиційний рейтинг відображає не тільки загальні тенденції розвитку інвестування в масштабах всієї держави, а й можливості підприємства щодо залучення додаткового фінансування.

Залучення інвестицій безпосередньо пов'язане з інвестиційною привабливістю об'єкта інвестування. В свою чергу, оцінка інвестиційної привабливості потенційного об'єкта інвестування є першим кроком під час прийняття інвестиційного рішення. При цьому можливість залучення інвестицій залежить від розуміння та урахування підприємством преференцій партнерів, від можливості побачити об'єкт інвестування з позиції інвестора та оцінити його інвестиційну привабливість. Підприємство зацікавлене в підвищенні рівня інвестиційної привабливості, адже кожен суб'єкт господарювання прагне розвивати своє виробництво, підвищувати свою конкурентоспроможність, освоювати нові ринки [1].

На даному етапі розвитку України питання залучення інвестицій в будь-яку сферу народного господарства є надзвичайно важливим. Саме тому питання інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств дедалі стає все більш актуальним. Про це, також, свідчить широке коло публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, присвячене вказаній тематиці. Серед них можна виділити

праці таких авторів як С.С. Донцов, І.О. Бланк, О.А. Андраш, Д.В. Коробков, А.П. Гайдуцький, А.П. Дука та багато інших. В загальному плані теоретичні та практичні аспекти інвестування підприємства знайшли своє відображення в наукових роботах таких вітчизняних та зарубіжних економістів, як: Г.Г. Бірман, І.М. Бланк, В.М. Геєць, Л.П. Лігоненко, Г.О. Марковиць та ін.

Конкурентоспроможність України, як і будь-якої іншої держави, забезпечується інвестиційною привабливістю, та навпаки, інвестиційно приваблива країна завжди буде конкурентоспроможною, оскільки матиме можливість поповнювати свої фінансові ресурси, за необхідності, за допомогою вкладень інвесторів в його діяльність [2].

Крім того, формування інвестиційної привабливості підприємства необхідно для:

- забезпечення конкурентоспроможності продукції та підвищення її якості;
- структурної перебудови виробництва;
- створення необхідної сировинної бази для ефективного функціонування підприємств;
- вирішення соціальних проблем;
- інвестиції необхідні для забезпечення ефективного функціонування підприємств, їх стабільного стану та, у зв'язку з цим, вони використовуються для досягнення подальшого розширення та розвитку виробництва;
- відновлення основних виробничих фондів;
- підвищення технічного рівня праці та виробництва тощо.

Проте, щоб підприємство було інвестиційно привабливим, воно, перш за все, повинно мати корпоративну форму власності, стабільне зростання показників діяльності та високий рівень корпоративного управління, що виражається, зокрема, через вартість акцій, динаміку її зростання. На жаль, вітчизняні підприємства частіше за все не відповідають даним вимогам, відчуваючи постійний брак власних фінансових ресурсів та працюючи із застарілими потужностями, (якщо мова йде про виробничі підприємства), що значно погіршує інвестиційний потенціал підприємства для інвесторів [3].

Оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, що є сполучною ланкою між етапом аналізу та етапом прийняття рішень про інвестування коштів, являє собою інтегральну характеристику окремих підприємств як об'єктів перспективного інвестування з позиції сталого розвитку, ефективності використання активів, їх ліквідності та цілої низки інших показників. Крім того, повноцінна оцінка інвестиційної привабливості підприємства повинна включати у собі всі складові цього поняття, а саме, абсолютні та порівняльні методи визначення привабливості підприємства як об'єкта інвестування.

В Україні в основі методики визначення інвестиційної привабливості підприємства використовується Положення «Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації», а також «Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» [4].

Існуючі методики визначення рівня інвестиційної привабливості не у всіх випадках задовольняють потреби інвестора у об'єктивній, неупередженій, доцільній та достатній для прийняття рішення інформації. Спроба виправлення певних недоліків призвела до створення різноманітних методів відносно оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Отже, можна сказати, що кожна методика аналізу інвестиційної привабливості підприємства потребує внесення коректив та нових підходів. Зі зміною економічних умов на ринку змінюється трактування та застосування різних показників, тому виникає необхідність у більш конкретному трактуванні та методиці визначенні показників аналізу діяльності підприємства [5].

На сьогоднішній день інвестиційна привабливість підприємства та держави в цілому відіграє вагомий та надзвичайно важливу роль в активізації інвестиційних процесів. В умовах обмеженості ресурсів та гострої конкуренції між підприємствами за одержання ресурсів, у тому числі і фінансових, на перший план виходить питання про створення у інвесторів уявлення про підприємство, як привабливий об'єкт інвестування – тобто, формування його інвестиційної привабливості. В свою чергу, роль визначення інвестиційної привабливості підприємств полягає в тому, що потенційних інвесторів необхідно переконати в доцільності вкладень за допомогою конкретних показників, які розраховуються в процесі здійснення її оцінки.

Інвестиційна привабливість підприємства є багаторівневою інтегральною характеристикою. Це економічна категорія, що характеризується комплексом фінансово-економічних, соціальних, інформаційних, техніко-організаційних та інших показників, на основі яких можна прийняти об'єктивне рішення про доцільність вкладання коштів у певне підприємство (інвестиційний об'єкт).

Виходячи з даної ситуації, постає важливе питання якомога більш професійної та чіткої оцінки підприємства з точки зору привабливості для інвесторів. Формування комплексної інтегральної оцінки інвестиційної привабливості може здійснюватися за різними методиками. Основною вимогою до будь-якого методу визначення рівня інвестиційної привабливості є можливість інтерпретації отриманої інформації та прийняття на основі визначених показників ефективності та доцільності управлінських рішень, як з боку інвестора щодо вкладання коштів, так і з боку підприємства-реципієнта щодо підвищення власного інвестиційного рейтингу.

Всі зроблені, у процесі дослідження, рекомендації щодо оцінки інвестиційної привабливості підприємства, допоможуть підвищити інвестиційний рейтинг підприємств та підвищити економіко-технологічний розвиток.

Список використаних джерел

1. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посібник. – 2-е вид./ А.П. Дука. – К.: Каравела, 2008. – 432 с.
2. Козаченко Г.В. Управління інвестиціями на підприємстві / Г.В. Козаченко, О.М. Антіпов, О.М. Ляшенко та ін. – К.: Лібра, 2004. – С. 368.

3. Буднікова Ю.В. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори впливу на неї / Ю.В. Буднікова // Інноваційна економіка. – С. 194-197.

4. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу Підприємства / В.О. Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2005. - №1. – С. 68-75.

5. Овдій Л.І. Оцінка привабливості підприємств за допомогою статистичних моделей / Л.І. Овдій, Я.А. Некрасова // Економічні науки. – 2009. – № 4. Т. 2. – С. 184-188.

*Крижан Я.В., магістрант гр. ЕОБ-18М
Запірченко Л.Д., к.е.н., доц.
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПІДВИЩЕННЮ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦТВА

Ефективність в широкому розумінні – це загальна результативність людської діяльності що відображає співвідношення одержаного корисного результату та обсягу витрачених на це ресурсів. Економічна ефективність характеризує економічний стан будь-якого підприємства, а саме рентабельність підприємства, забезпеченість основними фондами, ефективність праці робітників.

Під ефективністю сільськогосподарського виробництва ми розуміємо одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольняти потреби споживача, за такого рівня та структури витрат на її виробництво, який дасть змогу отримати максимальний прибуток. Критерієм економічної ефективності сільськогосподарського виробництва є стале збільшення виходу необхідної суспільству конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції з розрахунку на одиницю застосованих і спожитих ресурсів при збереженні і підвищенні родючості ґрунту та повноцінному відтворенні людського ресурсу.

Докорінне перетворення економічних відносин в агропромисловому секторі має узгоджуватися з комплексом заходів щодо застосування досягнень науково-технічного прогресу, соціальної перебудови села, поліпшення умов праці та побуту сільських трудівників господарювання, який має встановити залежність оплати праці від розмірів госпрозрахункового доходу господарства.

У комплексі заходів підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва найважливішим є поліпшення використання землі на основі підвищення її родючості і зростання врожайності сільськогосподарських культур. Ці завдання успішно вирішуються шляхом вирощування сільськогосподарських культур за технологією програмованих урожаїв з використанням досягнень науки, передової практики і забезпеченням високої якості праці.

Водночас впровадження у виробництво культур і сортів інтенсивного типу може мати й негативні наслідки. Розвиток інтенсифікації землеробства без

дотримання відповідних умов призводить до погіршення структури ґрунту, підвищення темпів деградації земель і загострення екологічної ситуації.

Суттєвим резервом збільшення виробництва продукції рослинництва є покращення структури посівних площ, тобто збільшення питомої ваги більш урожайних культур в загальній посівній площі.

Збільшення виробництва продукції за рахунок збору врожаю в оптимальні строки необхідно за мінімуму скоротити простої машинних агрегатів з різних причин, раціонально організувати робочі місця, правильно визначити співвідношення площ для збирання врожаю роздільним способом і прямим комбайнуванням.

Значно підвищити урожайність сільськогосподарських культур можна дотриманням агротехнічних умов. Проте не всі агротехнічні фактори однаковою мірою зумовлюють високу врожайність, тому особливу увагу приділяють сортооновленню, хімізації, меліорації, комплексній механізації і автоматизації виробничих процесів.

Для підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва господарства повинні застосовувати оптимізацію сівозмін, що поліпшить використання земельних ресурсів, і дасть змогу уникнути виснаження земель.

Першочерговими проблемами рослинництва, що потребують негайного вирішення, на наш погляд є: уповільнений рух капіталу, низька господарська маневреність галузі, залежність від змін природно-кліматичних умов, відсутність інвестиції на розвиток соціальної сфери села, втрата селянами частини орендної плати за землю, відсутність кваліфікованих кадрів на селі; відсутність конкурентоспроможного великотоварного агропромислового виробництва та ринку сільськогосподарських земель, розбалансованість сільського господарства, комплексна проблема матеріально-технічного забезпечення і формування повноцінного ринку інновацій в АПК, неврегульованість ринку мінеральних добрив та хімічних препаратів, відсутність достатньої кількості зерносховищ, недостатня державна підтримка галузі.

Сучасна аграрна політика спрямована на підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва на основі вдосконалення економічних відносин між галузями в системі агропромислового комплексу. Це передбачає насамперед створення системи цін на продукцію агропромислового комплексу, яка б орієнтувала всі його ланки на високі кінцеві результати і створювала умови для роботи сільськогосподарських та переробних підприємств на принципах господарського розрахунку і самофінансування.

Серед основних напрямів по підвищенню ефективності виробництва можна запропонувати деякі шляхи: впровадження прогресивних виробничих технологій; раціональну концентрацію і спеціалізацію виробництва; удосконалення оплати та організації праці; впровадження здобутків науково-технічного прогресу та передового досвіду; вдосконалення структури виробництва і системи управління; підвищення конкурентоспроможності й якості продукції; різносторонній розвиток і вдосконалення зовнішньо економічного функціонування підприємства.

Діяльність сільського господарства України можлива лише за допомогою державної бюджетної підтримки, яка повинна забезпечувати безперервність сільськогосподарського виробництва, розробку та реалізацію виробничих і соціальних програм, спрямованих їх на збільшення обсягів виробництва й покращення життя аграріїв.

*Лучик С.Д., д.е.н., професор
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Лучик М.В., к.е.н.
Київський кооперативний інститут бізнесу і права*

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Характерною рисою сучасного світового господарського розвитку є перехід країн до нового етапу формування інноваційного суспільства, тобто до побудови економіки, що базується переважно на генерації, розповсюдженні та використанні знань. Унікальні навички та здібності, вміння адаптувати їх до постійно мінливих умов, висока кваліфікація стають провідним виробничим ресурсом. Інвестиції в інтелектуальний людський капітал перетворюються в найбільш ефективний спосіб розміщення ресурсів. Нематеріальні активи займають все більшу частку в засобах компаній. Однак не тільки на рівні окремого виробництва або корпорації, але і в національному масштабі людський фактор не має собі рівних. Саме від людини, її праці в найбільшій мірі залежить конкурентоспроможність будь-якої країни.

Основою існування і розвитку людського капіталу є інвестиції в нього. Інвестиції в людський капітал – це вкладення грошей або інших ресурсів в освіту, виховання, охорону здоров'я, наукові дослідження і розробки, культуру, здійснювані з метою збільшення інтелектуального потенціалу і збільшення доходів шляхом вдосконалення людей і підвищення рівня їх професіоналізму.

Людський капітал створюється як в громадському секторі економіки (наприклад, у сфері освіти) за рахунок державних і приватних інвестицій, так і на особистісному рівні, оскільки витрати часу і праці на саморозвиток і самовдосконалення майбутнього власника людського капіталу абсолютно необхідні для нарощування цього капіталу. Ці приватні витрати потім обов'язково включаються в суспільні витрати відтворювального процесу, оскільки накопичений запас знань, умінь та інших продуктивних якостей людина може реалізувати, а суспільство зможе оцінити завдяки активній діяльності його власника.

Освіта має велике значення в житті людини. Ще більш важливим фактором вона стає зараз в сучасному світі стрімкого розвитку технологій, у тому числі цифрових. Розвиток робототехніки, безпілотного транспорту, штучного інтелекту змінюють наше життя і характер роботи. Опанувати нові професії безперечно допоможе саме освіта.

Обсяг фінансування освіти в різних країнах встановлюють у відсотках від ВВП, що означає пряму залежність показника від рівня розвитку економіки. Частка ВВП на освіту в Україні збільшилася від 5,72% у 2016 р. до 6,7% у 2018 р. Зведений бюджет освіти в країні за цей же період зріс на 112,7 млрд. гривень. У 2019 р. заплановано видатків на освіту у розмірі 6,1% ВВП. У країнах ЄС (дані 2015 р.) видатки на освіту коливались від 2,72% (Румунія) до 6,75% (Фінляндія). Високі витрати на освіту мають місце у таких країнах, як Польща, Велика Британія, Норвегія. Отже, український показник відповідає середньоєвропейському значенню, проте, оскільки ВВП у розрахунку на душу населення в розвинених європейських країнах значно вищий, тому в абсолютному грошовому вимірнику між країнами маємо суттєві відмінності. Так, у 2017 р. ВВП на душу населення в Україні склав 2640,3 дол. США. За прогнозом МВФ цей показник у 2018 р. становитиме 2407 дол. США, що утричі менше, ніж у Болгарії, у 4 рази, ніж у Румунії, у 6 разів, ніж у Польщі, у 8 разів, ніж у Чехії, у 17 разів, ніж у Німеччині, у 31 раз, ніж у Норвегії [1].

За обсягом фінансування у розрахунку на одного студента Україна істотно відстає від більшості європейських країн. Наразі держава виділяє на навчання одного студента державної форми навчання близько 30 тисяч гривень на рік (1102,9 дол. США), що є дуже невеликою сумою [2]. У розвинених країнах такі витрати коливаються від 9000 до 30000 дол. США. За даними Євростату, державні витрати на освіту в Болгарії склали 1779,1 млн. євро, в Словаччині – 3611,5 млн. євро, Румунії – 4346,8, Угорщині – 4667,3, Польщі – 20705,2, Німеччині – 136972,7, Великій Британії – 143567,7 млн. євро. Приватний бізнес менше вкладає в освіту, але в окремих розвинених країнах його вклад доволі значний. Наприклад, у Великій Британії – 6793,2 млн. євро, Іспанії – 3074,3 млн. євро, Італії – 1460,9 млн. євро. В країнах, які недавно приєдналися до ЄС, цифри значно скромніші. Так, в Румунії – це 7,8 млн. євро, Болгарії – 9,5, Словенії – 83,0, Словаччині – 96,4, Польщі – 704,8 млн. євро [3].

У 2019-2020 роках ЄС надасть Україні 5 млн євро на фінансування системи вищої освіти. З них 2,5 млн. євро буде виділено на розвиток міжнародної кредитної мобільності, 2 млн. євро – на «розвиток потенціалу» вищої освіти і ще 500 тис євро – у напрямку Жан Моне. [4]. За результатами минулорічного конкурсу Україна отримала в середньому 1 млн. дол. США на кожний з шести проектів за програмою Розвитку потенціалу вищої освіти.

Освіта і професійна підготовка підвищують продуктивність праці кожної окремої людини. Про це свідчить тісна взаємозалежність між рівнем освіти і заробітком, підтверджена статистичними даними. Освіта або збільшує продуктивність праці на даному робочому місці, або робить співробітника здатним до такої роботи, результати якої становлять велику цінність, і тому краще оплачуються. Таким чином, зростання кваліфікації і рівня освіти економічно активного населення підвищує продуктивність праці і ефективність економіки в цілому.

Зіставлення обсягу ВВП, тривалості робочого року та кількості зайнятого населення виявляє, що за годину український працівник у середньому виробляє товарів та послуг лише на \$3,7. Якщо ж брати до уваги не номінальний, а

реальний ВВП, показник знижується до \$2,8 [5]. Дешева робоча сила дає власникам підприємств можливість отримувати прибуток і бути конкурентоспроможними на ринку лише за рахунок цього чинника. У таких умовах вони не мають стимулів інвестувати у технологічний розвиток виробництва. За даними Євростату у 2018 р. в країнах ЄС, за виключенням Греції, Італії, Люксембургу, продуктивність праці зростала. Порівняно з 2010 р. це зростання склало у Румунії – 142,7%, Польщі – 123,7, Болгарії – 122,9, Словаччині – 112,8, Словенії – 109,0, Іспанії – 106,6, Великій Британії – 105,0%. В середньому для країн ЄС-27 підвищення продуктивності праці становило 106,6% [6].

Деякі компанії для підвищення компетентності своїх кращих співробітників оплачують їх додаткову освіту в провідних вузах світу. При цьому фірми, безумовно, мають значні витрати – це і вартість проживання і навчання співробітника за кордоном, і втрачений прибуток від його роботи, і необхідність пошуку його заміни. Однак таке капіталовкладення є корисним: в результаті компанія отримує власних висококласних фахівців, збільшує продуктивність і стимулює своїх співробітників, підвищує свій авторитет серед клієнтів і здобувачів. Важливу роль відіграють для роботодавців відіграють також додаткові знання і вміння співробітників, такі як знання іноземних мов, професійне володіння інформаційними технологіями тощо. Вони теж потребують додаткових інвестицій. Згідно з дослідженням, проведеним Ритою АЛМЕД спільно з Педро Карнейро, норма доходу на капітал, вкладений компанією в освіту і професійну підготовку персоналу, становить 8,6% [7].

Отже, інвестиції в людський капітал приносять відчутну вигоду. В умовах формування суспільства, заснованого на знаннях, інтелектуальний людський капітал стає необхідним ресурсом для забезпечення національної конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Дорошенко О. Друге місце з кінця: Україна в рейтингу ВВП Європи / О. Дорошенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uainfo.org/blognews/1524646686-druge-mistse-z-kintsya-ukrayina-v-reytingu-vvp-evropi.html>.
2. На навчання одного студента-бюджетника держава витрачає 30 тисяч гривень, - директор департаменту М. Шаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reforms.censor.net.ua/n3046637>.
3. Population and social conditions (Education finance (Expenditure on education)) /Eurostat / European Commission. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>. (Accessed 28 March 2019) (in Eng).
4. Европа готова предоставить финансирование высшего образования в Украине: названы цифры <https://economy.apostrophe.ua/news/finansy-i-banki/2018-11-09/evropa-gotova-predostavit-finansirovanie-vyisshego-obrazovaniya-v-ukraine-nazvany-tsifry/145567>.
5. Віхров М. Праця без результату / М. Віхров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Economics/214378>.
6. National accounts (Auxiliary indicators (Nominal labour productivity per person employed)) /Eurostat / European Commission. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>. (Accessed 28 March 2019) (in Eng).
7. Хмелевская Э. Инвестиции в человеческий капитал / Э. Хмелевская [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sbr.in.ua/?p=2111>.

Малес О.С., студент
(науковий керівник – *Фоміна Т.В., к.е.н., доц.*)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький

СПІВПРАЦЯ ДФС УКРАЇНИ З ВСЕСВІТНЬОЮ МИТНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

У процесі інтеграційного курсу України до Європейського Співтовариства відбуваються трансформаційні процеси в суспільних інститутах, зокрема в фіскальній службі. На шляху побудови сучасної сервісної податкової служби на рівні кращих світових стандартів особливої актуальності набувають питання співпраці України в рамках міжнародних організацій, що сприятиме процесу вивчення методів податкового стимулювання, проблем міжнародного ухилення від оподаткування; визначення шляхів модернізації податкової системи та впровадження позитивного світового досвіду в національну сферу оподаткування, а також надасть нові можливості щодо боротьби з ухиленнями від сплати податків, і як наслідок, забезпечить поліпшення міжнародного іміджу нашої держави.

Історія сучасної податкової системи України розпочинається з 1990 року, адже саме в цьому році було створено податкову службу Української РСР. Доцільно зауважити, що з самого початку формування своєї сучасної податкової системи Україна завжди відчувала допомогу міжнародної спільноти, зокрема міжнародних організацій. На урядовому рівні, в рамках програм співробітництва України з такими організаціями, як Міжнародний валютний фонд, Рада Європи, Світовий Банк та іншими, передбачені окремі проекти реформування податкової політики та податкового адміністрування [1, с. 63-64].

Метою дослідження є висвітлення пріоритетних напрямів міжнародного митного співробітництва Державної фіскальної служби України з Всесвітньою митною організацією.

Всесвітня митна організація (далі – ВМО) є міжурядовою міжнародною організацією зі штаб-квартирою в м. Брюссель, яка створена у 1947 році згідно з запитом Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ).

Завданням ВМО є розробка міжнародних інструментів регулювання митної справи, прийняття конвенцій з питань класифікації товарів, митної вартості, правил походження товарів, митних зборів, безпеки ланцюгу постачання товарів, спрощення процедур міжнародної торгівлі, боротьби з правопорушеннями в митній сфері та незаконним переміщенням контрафактної продукції (захист прав інтелектуальної власності), а також боротьби з корупцією, надання підтримки при проведенні реформ та модернізації митних служб.

Україна стала повноправним членом ВМО з 10 листопада 1992 року шляхом приєднання до Конвенції про створення Ради Митного Співробітництва. З 1995 року в Україні функціонує Національний вузол зв'язку по правоохоронній роботі, який входить до складу Регіонального вузла зв'язку (RILO-«Варшава»). З 2010 року в Україні функціонує Регіональний навчальний центр ВМО, що

взаємодіє з Регіональним центром інституційного розвитку в м. Баку. З 15 вересня 2011 року Генеральному секретарю ВМО передано Інструмент про приєднання України до Кіотської Конвенції, після чого Україна є договірною стороною таких Конвенцій ВМО:

- Конвенція про створення Ради Митного Співробітництва;
- Міжнародна конвенція про Гармонізовану систему опису та кодування товарів;
- Міжнародна конвенція про взаємну адміністративну допомогу у відверненні, розслідуванні та припиненні порушень митного законодавства;
- Конвенція про тимчасове ввезення тощо [2].

Україна приймає активну участь у роботі Всесвітньої митної організації у частині співпраці з відповідними профільними органами (Таблиця 1).

Таблиця 1

Співпраця ДФС України з профільними органами ВМО

Орган	Напрямки співпраці
Технічний Комітет ВМО з митної оцінки	дозволяє отримувати актуалізовану інформацію та відстоювати інтереси України у сфері формування методології визначення митної вартості у відповідності до Угоди Світової організації торгівлі про митну оцінку
Комітет у сфері трансфертного ціноутворення	дозволяє використовувати інноваційні можливості, найкращий досвід та інформацію про трансфертне ціноутворення для перевірки транзакцій між пов'язаними сторонами
Комітет з Гармонізованої системи опису і кодування товарів	дозволяє сконцентрувати зусилля на аналізі інформації з питань класифікації товарів та моніторингу міжнародної торгівлі та сприяє вирішенню проблемних питань у сфері номенклатури товарів, що виникають в Україні
Постійний Технічний комітет	дозволяє відстоювати інтереси України в процесах та при прийнятті рішень стосовно розробки нових інструментів торговельного спрощення, оновлення керівництв, прийняття резолюцій та рекомендацій ВМО з питань спрощення та гармонізації митних процедур
Комітет ВМО з інституційного розвитку	сприяє формуванню позитивного іміджу національної митної адміністрації, налагодження співпраці з іншими країнами, міжнародними міжурядовими, неурядовими та донорськими організаціями
Політична комісія	надають можливість впливати на керівні стратегічні рішення ВМО стосовно її діяльності, зокрема у політичній (зміни структури, затвердження стратегічного плану, аудиту та основних тематичних напрямів діяльності) та фінансовій сферах (збільшення/зменшення внесків країн до бюджету, підвищення заробітної плати співробітників, визначення капітальних та оперативних видатків ВМО тощо)
Фінансовий комітет	
Рада ВМО	

Джерело: авторська розробка на основі [2]

ДФС України бере активну участь у спільних операціях під егідою ВМО у сферах боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил, захисту прав інтелектуальної власності та інших подібних заходах. Також ДФС України

співпрацює з Інтерполом і ВМО з питань здійснення контролю за ввезенням культурних цінностей на територію України та отримано погодження Інтерполу на використання бази даних викрадених культурних цінностей. Наразі розроблено і впроваджується спеціальний курс підготовки операторів скануючих систем, який використовується для митних адміністрацій країн-членів ВМО Центральної Європи і Чорноморського басейну.

У рамках роботи, спрямованої на реалізацію Рамкових стандартів ВМО, ДФС України вживаються заходи для автоматизації інформаційних митних технологій та впровадження системи електронного декларування. Окрім цього, здійснюється підготовка до впровадження системи інтегрованого контролю на основі міжвідомчої взаємодії у пунктах пропуску через державний кордон та ведеться робота над створенням єдиної міжвідомчої автоматизованої системи збирання, зберігання і обробки інформації, необхідної для здійснення контролю зовнішньоторговельної діяльності.

Процеси глобалізації та взаємної інтеграції, вільний рух у міжнародному економічному просторі людей, товарів і капіталу спонукають до активного діалогу між країнами та встановлення і поглиблення міждержавних зв'язків, розвитку інформаційної взаємодії державних інститутів. Активізація міжнародної діяльності України у податковій сфері сприятиме більш ефективному поширенню інформації про податкове законодавство країни, інтенсифікації процесу вивчення та впровадження позитивного світового досвіду в сфері оподаткування, надасть нові можливості щодо боротьби з ухиленнями від сплати податків та забезпечить поліпшення міжнародного іміджу України [1, с. 70].

Отже, співпраця ДФС України з ВМО базується на всебічній підтримці реформи фіскальних органів на основі визнаних міжнародних стандартів. Це дозволяє активізувати співпрацю у сфері стратегічного планування, реалізації проектів технічної допомоги у сфері інституційного розвитку, та зосередитись на викликах, які стоять перед Україною у протидії корупції на митниці. У цьому аспекті роль ВМО є важливою, зокрема у запровадженні спільних пунктів пропуску на кордоні з ЄС та електронної системи управління ризиками.

Список використаних джерел

1. Матвейчук Л. Механізм управління процесами обміну податковою інформацією в умовах глобалізації / Л. Матвейчук, Н. Герасименко // Ефективність державного управління. – 2016. – Вип. 1/2 (46/47). – Ч. 2. – С. 63-71.
2. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/mijnarodne-/vsesvitna-mitna-organizatsiya/>

ЗАКОНОДАВЧІ КОЛІЗІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ

Станом на 1 січня 2019 року за даними Державної казначейської служби органами Державної фіскальної служби забезпечено фактичних надходжень податків і зборів (обов'язкових платежів): ГУ ДФС – 623 298,2 млн. грн. до Зведеного бюджету України, з яких 399 134,8 млн. грн. або 64,0% – до Державного бюджету; ГУ митницями ДФС – 375 806,2 млн. грн., з яких 369 452,4 млн. грн. або 98,3% – до Державного бюджету.

Найбільшу питому вагу у загальній сумі надходжень до державного бюджету складають надходження з:

- ПДВ із ввезених на територію України товарів (295 377,3 млн. грн.);
- ПДВ із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) з урахуванням бюджетного відшкодування (79 130,9 млн. грн.) [3].

Враховуючи бюджетоутворюючу характеристику ПДВ у надходженнях до Державного бюджету України всі аспекти, пов'язані із процедурою його справляння, особливо у частині адміністрування, є надзвичайно важливими та суттєвими. Ця проблема посилюється в умовах використання системи електронної обробки даних, яка, за своєю суттю, має виключити «ручне» втручання. Проте, наразі, існують випадки впливу на інформацію про ПДВ шляхом його арешту. Все це підвищує актуальність обраної тематики, особливо при наявності законодавчих колізій функціонування системи електронного адміністрування ПДВ, що й стало метою даного дослідження.

Система електронного адміністрування ПДВ (далі – СЕА) функціонує в Україні з 2015 року з низкою змін впродовж цього часу щодо режиму застосування і фактично виконуваних нею функцій. Хоча СЕА визначена (п. 200-1.1. ПКУ) просто як система, яка забезпечує автоматичний облік у розрізі платників податків за переліченими в п. 200-1.1 [4] параметрами, насправді її значення виходить далеко за функції власне обліку. Крім того, як свідчить практика, облік вказаних параметрів зовсім не такий вже й автоматичний.

У ПКУ електронному адмініструванню ПДВ присвячено окрему однойменну главу 200-1, однак нею електронне адміністрування не вичерпується, адже на певних її положеннях зав'язані деякі ключові моменти чинної моделі справляння ПДВ загалом. пп. 200-1.3 ПКУ визначає сукупну суму (ліміт) податку, на яку платник може зареєструвати податкові накладні. Нагадаємо, що спрощено цей ліміт дорівнює сумі вхідного ПДВ з можливістю його певного перевищення (дозволений овердрафт) + сума коштів, депонованих на спеціальному рахунку, зменшених на суму вже виписаних податкових накладних і сум, заявлених до відшкодування. Ця сума також є лімітом, у межах якого може бути заявлене бюджетне відшкодування ПДВ (пп. 200.4 (б), пп. 200-1.6.).

Штучна зміна цього показника (практика засвідчує, що поки відбувались лише факти зменшень) означає позбавлення платника ПДВ права на відповідну суму бюджетного відшкодування або виписку податкових накладних [2].

На практиці арешт лімітів у СЕА ПДВ оформлюють як арешт майна згідно з главою 17 КПК. Частиною 1 статті 170 КПК України встановлено: «Арештом майна є тимчасове, до скасування у встановленому КПК порядку, позбавлення за ухвалою слідчого судді або суду права на відчуження, розпорядження та/або користування майном, щодо якого існує сукупність підстав чи розумних підозр вважати, що воно є доказом злочину, підлягає спеціальній конфіскації у підозрюваного, обвинуваченого, засудженого, третіх осіб, конфіскації в юридичної особи, для забезпечення цивільного позову, стягнення з юридичної особи отриманої неправомірної вигоди, можливої конфіскації майна. Арешт майна скасовується у встановленому КПК порядку» [1]. Вказані положення КПК надають право на арешт саме майна, тобто відповідного об'єкта цивільного права щодо якого існує цивілістична тріада – права на відчуження, розпорядження, користування. Проте, ліміти ПДВ у системі електронного адміністрування не є майном для цілей застосування зазначеної норми, тому арешт на підставі вказаних положень не може бути застосований.

Як зазначено вище, ліміт СЕА ПДВ визначений у ст. 200-1 ПКУ – тобто він є елементом податкових правовідносин. При цьому, п. 14.1.105 ПКУ надано визначення майна для податкових правовідносин: «Майно у значенні, наведеному в Цивільному кодексі України». Водночас у ст. 190 ЦКУ зазначено, що майном, як особливим об'єктом, вважається окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки [5]. Майно входить у категорію об'єктів цивільного права, визначених ст. 177 ЦКУ. Відповідно до приписів ст. 178 ЦКУ, кваліфікаційними ознаками майна є можливість його відчуження або переходу від однієї особи до іншої, тобто його оборотоздатність. Суми ліміту в СЕА ПДВ не можуть бути предметом договору купівлі-продажу та не мають оборотоздатності (зокрема, не можуть бути реалізовані або іншим чином передані третій особі), а отже, не можуть вважатися майном ні в розумінні ЦКУ, ні в розумінні ПКУ, ні в розумінні КПКУ.

Законодавча колізія також підтверджується тим фактом, що арешт може здійснюватись саме шляхом позбавлення права на відчуження, розпорядження, користування, тобто через заборону обороту відповідного майна. При цьому, КПК не надає права на арешт сум лімітів у СЕА ПДВ, оскільки вказаний показник не входить до категорії майна.

Не може визнаватися як належне обґрунтування арешту лімітів у СЕА ПДВ також і посилення на п. 1 ч. 2 ст. 170 КПК України, яким встановлено, що «арешт майна допускається з метою забезпечення збереження речових доказів...». Знову ж таки, ключовим тут є «майно», до якого ліміти в СЕА ПДВ не належать. Окрім того, ч. 3 ст. 170 КПК України закріплено, що для того, щоб накласти арешт на майно з підстав визначення їх речовими доказами, таке майно повинно відповідати критеріям, зазначеним у ст. 98 КПК України: «Речовими доказами є матеріальні об'єкти, які були знаряддям вчинення кримінального правопорушення, зберегли на собі його сліди або містять інші відомості, які

можуть бути використані як доказ факту чи обставин, що встановлюються під час кримінального провадження, у т.ч. предмети, що були об'єктом кримінально протиправних дій, гроші, цінності та інші речі, набуті кримінально протиправним шляхом або отримані юридичною особою». Проте, суми ліміту в СЕА ПДВ не є матеріальним об'єктом, тому взагалі не можуть вважатися доказом. Ліміт у СЕА ПДВ – це розрахунковий показник, який визначений відповідно до положень ПКУ. Дані про такий ліміт, серед інших даних, на кожен момент часу зберігаються в електронній системі адміністрування ПДВ, адміністратором та зберігачем даних якої є державний орган – ДФС України.

Отже, відповідно до положень ПКУ, облік у СЕА ПДВ здійснюється автоматично і виключно за законодавчо встановленим алгоритмом. ПКУ не передбачає будь-якого «ручного» втручання в ці показники. КПК також цього не передбачає. Тому арешт лімітів у СЕА ПДВ, яким де-факто змінюється відповідний показник є неправомірним втручанням у систему автоматичного обліку. Відповідні ухвали судів про накладання такого арешту є незаконними та неправомірними. Є ухвали судів, які розібралися у проблемі про відмови. Однак, на жаль, з боку суддівського корпусу з цього питання бачимо частіше або бажання «підсудити» на користь контролюючих органів (держави), або невігластво, коли судді не розуміють, що саме вони ухвалюють, арешт якого майна, за відсутності взагалі майна за законом [2].

Наявність законодавчих колізій функціонування системи електронного адміністрування ПДВ знижує ефективність усієї системи адміністрування податкових платежів та створює можливості для зловживання при визначенні бази оподаткування окремих операцій. Розробка пропозиції з усунення даних невідповідностей при справлянні як ПДВ, так і інших податків і зборів стане об'єктом наших подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Кримінальний процесуальний кодекс України від 13 квітня 2012 року № 4651-VI (зі змінами та доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17
2. Мінін О. Система електронного адміністрування – ПДВ на ручному керуванні? / О. Мінін // Юридична Газета . – 2018. – № 37 (639). – с. 17
3. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/diyalnist/>
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI (зі змінами та доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: /zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
5. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV (зі змінами та доповненнями). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15

Мельник К.М.
(науковий керівник – *Пугаченко О.Б., к.е.н., доц.*)
Кіровоградська Мала академія наук учнівської молоді
м. Кропивницький

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Надмірна централізація повноважень органів виконавчої влади та відповідних фінансово-матеріальних ресурсів для їх втілення, що була в Україні до 2015 р., зумовила потребу проведення реформ за принципом децентралізації з наданням значних повноважень територіальним громадам, наділенням їх більшими ресурсами задля місцевого розвитку. Разом із тим, перші роки реалізації бюджетної реформи з одночасним проведенням добровільного об'єднання територіальних громад свідчать про наявність немалих проблем щодо формування місцевих бюджетів та здійснення видаткових повноважень. При цьому саме фінансову децентралізацію спрямовано на забезпечення спроможності органів місцевого самоврядування самостійно, за рахунок власних ресурсів, вирішувати питання місцевого значення [1, с. 1].

Станом на 01 січня 2019 року в Україні створено 878 об'єднаних територіальних громад. Протягом січня-жовтня 2018 року надходження до загального фонду місцевих бюджетів України (без урахування міжбюджетних трансфертів) склали 189,4 млрд грн, що на 22% більше у порівнянні з аналогічним періодом 2017 року. З початку реформи фінансової децентралізації доходи місцевих бюджетів показують позитивну динаміку: якщо у 2014 році їх обсяг становив 68,6 млрд грн, то за чотири роки він зріс у 3,4 рази та за підсумками 2018 року становить понад 230 млрд грн [3]. Це свідчить про актуальність обраної тематики дослідження та її нагальність.

Метою дослідження є виявлення напрямків вирішення проблем фінансування місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації.

Здійснення видатків на функціонування й розвиток ОТГ є завданням органів місцевого самоврядування, а доходи місцевого бюджету є засобом їх покриття. Тому кожна місцева рада (різного рівня бюджету) для правильності планування надходжень має володіти інформацією про стан фактичної сплати податків та зборів, а також про платників податків, які знаходяться та здійснюють свою підприємницьку діяльність на відповідних територіях. Хоча держава, безсумнівно, фінансово підтримує локальне самоврядування, бере участь у формуванні доходів місцевих бюджетів, контролює законне, ефективне, доцільне й економне витрачання коштів, а також веде облік їх надходження за допомогою фіскальних органів, але органи місцевого самоврядування сьогодні не мають доступу до відповідної інформації щодо платників податків та сплачених сум. Для покращання ситуації з цього питання, вважаємо за необхідне запровадження заходів, які представлено у таблиці 1.

**Заходи для покращення стану фінансування ОТГ
у їх взаємодії з фіскальними органами**

Захід	Його реалізація
Доступ до інформації персонального обліку платників податків	Організація автоматизованого оброблення інформації про сплату податків та інших обов'язкових платежів фізичними особами в режимі комп'ютерної мережі з безпечним доступом обмеженого кола посадових осіб місцевого самоврядування, які займаються аналізом та плануванням бюджету
Посилення взаємодії територіальних органів ДФСУ з органами місцевого самоврядування	Забезпечення контролю правильності та своєчасності сплати фізичними та юридичними особами податків та інших обов'язкових платежів
Організація нормативно-довідкової інформації	Налагодження взаємодії державних податкових інспекцій всіх рівнів з іншими органами виконавчої влади

Джерело: авторська розробка на основі [1]

Розвиток громади може відбуватися лише за умови, що кошти, які надійшли до місцевих бюджетів за результатами децентралізації, буде інвестовано в ефективність енергетики, покращення місцевої інфраструктури, економіки та підвищення якості життя мешканців. Між тим, з 2017 р. органам місцевого самоврядування передано повноваження про фінансування оплати комунальних послуг та енергоносіїв закладів охорони здоров'я, загальноосвітніх навчальних закладів, оплати праці обслуговуючого персоналу у сфері освіти та виконання інших видатків щодо утримання цих закладів, а ще й видатки на компенсацію за пільговий проїзд пільговим категоріям громадян автомобільним та залізничним транспортом (раніше ці компенсації надходили з державного бюджету до місцевого).

Намагання перекласти на місцеві бюджети додаткові витрати є зайвим навантаженням, яке значно обмежує їхні можливості щодо втілення заходів із розвитку й оновлення інфраструктури та суперечить вимогам ст. 85 Бюджетного кодексу України стосовно передачі державою права на здійснення видатків, згідно з якою держава може передати органам місцевого самоврядування право на здійснення видатків лише за умови відповідної передачі фінансових ресурсів у вигляді закріплених за відповідними бюджетами загальнодержавних податків і зборів (обов'язкових платежів) або їхньої частки, а також трансфертів із Державного бюджету України. Тому потрібно гарантувати передачу відповідним місцевим бюджетам додаткового фінансового ресурсу достатнього для якісного надання послуг та забезпечення соціальних гарантій.

Основною з проблем законодавчого регулювання процесу об'єднання територіальних громад була ймовірність утворення територіальних громад навколо міст обласного значення. Проте, з квітня 2018 року стало можливим добровільне приєднання територіальних громад до міст обласного значення. Відтепер громади можуть за спрощеною процедурою приєднуватися до міст обласного значення. Всього в Україні 187 міст обласного значення, а станом на 01.01.2019 р. цією можливістю скористались вже 24 міста [2, с. 4].

Українською особливістю є відсутність бажання органів місцевого самоврядування міст обласного значення, у т.ч. й обласних центрів, приєднувати до себе кого-небудь. Міста від такого приєднання дійсно отримують додаткові проблеми у вигляді обов'язку турбуватися про розвиток навколишніх сіл та їх інфраструктуру, але досвід свідчить, що переважна більшість населення сільських територіальних громад, розташованих навколо великих міст, працює у цих містах і за рахунок сплати податку на доходи фізичних осіб фактично поповнює бюджет міста, а не своєї громади. Тобто, використовуючи трудові ресурси навколишніх громад і формуючи своє благополуччя частково за їх рахунок, місто не має стосовно таких громад жодних зобов'язань, що є доволі несправедливим.

З іншого боку, розуміючи необхідність об'єднання з міськими громадами, територіальні громади сіл висловлюють обґрунтовані побоювання стосовно того, що у разі приєднання вони взагалі не матимуть власного бюджету, а органи місцевого самоврядування міської громади не будуть звертати увагу на їх проблеми. Єдиним цікавим для міст моментом є можливість отримати в результаті приєднання до них навколишніх сільських територіальних громад нові земельні ресурси. Але і тут є перепони у вигляді чинного земельного законодавства, яке ще не пристосовано під потреби об'єднаних територіальних громад [4, с. 9-10].

Перенавантаження бюджетів ОТГ відволікає значну частину їх бюджетних ресурсів, що робить фінансування місцевого економічного розвитку неможливим навіть за умови значного, порівняно з попередніми періодами, збільшення доходів місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Меуш Н.В. Проблеми місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації / Н.В. Меуш // Теорія та практика державного управління. – 2017. – № 4 (59). – С. 1-6
2. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 02.10.2019 р. // Прес-центр ініціативи «Децентралізація». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://storage.decentralization.gov.ua/uploads/library/file/378/10.02.2019_ukr.pdf
3. Результати фінансової децентралізації за 10 місяців 2018 року – експертний аналіз // Прес-центр ініціативи «Децентралізація». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/10197>
4. Створення об'єднаних територіальних громад в Україні 2015-2017 [Аналітична доповідь від громадськості у форматі Shadow Report]. – К.: ГО «Лабораторія законодавчих ініціатив», 2018. – 45 с.

*Ментух Д.В., студент гр. ЕП-16,
Савеленко Г.В., к.т.н., ст. викладач
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В епоху глобальної інформатизації ресурсом першої необхідності стала інформація. Для успішної діяльності підприємств, установ, організацій різних рівнів і підпорядкування (далі – підприємство) та прийняття компетентних управлінських рішень керівники повинні мати у своєму розпорядженні повну, оперативну й достовірну інформацію з різних напрямів діяльності.

Особливий внесок у розв'язання теоретичних і методологічних питань формування та розвитку автоматизованої системи управління підприємством зробили такі видатні вчені: І.О. Белебега, Ф.Ф. Бутинець, С.А. Гаркуша, Р.М. Захарченко та ін. Наукові теоретичні та практичні розробки даної проблеми є досить актуальними. Нині залишається багато невирішених питань, які стосуються практичного впровадження даних інформаційних систем на підприємствах. Адже ринок програмного забезпечення представлений різними видами спеціалізованих та універсальних програм, які складаються з декількох окремих модулів і які дозволяють обробляти всю інформацію в одному середовищі.

Дані, необхідні для прийняття рішень керівниками на всіх етапах організації та ведення бізнесу, стають стратегічним ресурсом, під яким розуміється сукупність економічної інформації й організаційних, нормативних, правових, технічних і програмних засобів, що забезпечують можливість збору, передачі, накопичення, зберігання та актуалізації інформації, а також реалізована можливість надання її користувачам відповідно до конкретних запитів в зручній для них формі в задані терміни і за обумовленою ціною.

Реалізація цих завдань у повному обсязі можлива за умови використання сучасних інформаційних технологій та ефективної інформаційної підтримки управлінської діяльності підприємства, яку здійснює служба діловодства (на невеликих підприємствах – секретар чи інші відповідальні особи). Гарантом підвищення продуктивності праці офісних працівників за умови постійного зростання обсягу робіт є правильний вибір програмних забезпечення (ПЗ).

Існує великий вибір програмного забезпечення. Вибір програмного забезпечення повинен базуватися виходячи з його можливостей і обмежень при чіткому усвідомленні цілей використання. На ринку представлено ряд офісних програм: Microsoft Office, Google Docs, Microsoft Web Apps, Zoho Office, LibreOffice, OpenOffice та інші. Асортимент офісного ПЗ не вичерпується програмами з вище перелічених пакетів програм. Взяти, наприклад, бухгалтерський облік: навіть невеликі фірми виконують його за допомогою комп'ютерних програм. Найпопулярнішою в Україні є програма «1С:Бухгалтерія», яка входить до пакета «1С:Підприємство». За її допомогою

можна вести облік касових і банківських операцій, розрахунків з покупцями й постачальниками, витрат на виробництво і випуск продукції та багато іншого [1]. Пропозиція на ринку ПЗ для обліку не обмежується однією лише «1С:Бухгалтерія». Наприклад, програмні комплекси «Бест-про», «М.Е.Дос», дають можливість вирішувати комплексні облікові завдання, зокрема, з фінансового, управлінського й податкового обліку. На вітчизняному ринку представлені й комплексні рішення по автоматизації управління підприємством: «SAP», «BAAN», «Галактика», «ІТПредприятие», «1С», IT-Enterprise, «Капітал», «Oracle EBusiness Suite», «Компас», «МОНОЛИТ SQL», «Scala», «Галактика», «АСТОР», «Business Control», «Global ERP» та інші. Вищезначені системи мають широкі функціональні можливості і є основою єдиного інформаційного простору підприємства. Вони орієнтовані на автоматизацію вирішення завдань, що виникають на всіх стадіях управлінського циклу.

Сьогодні вітчизняні підприємці часто використовують у своїй діяльності не ліцензоване ПЗ, що призводить до низки проблем, серед яких [2]:

- відсутність технічної підтримки та оперативного супроводу з боку виробника, що суттєво впливає на надійність роботи;

- низький рівень безпеки інформації, що опрацьовується в комп'ютерній системі: існує висока вірогідність зараження комп'ютерів шкідливим програмним кодом, зокрема вірусами, як наслідок – виникає загроза втрати конфіденційної (персональної) інформації;

- відповідальність за використання не ліцензованих програм.

Програмне забезпечення для автоматизації управління підприємством дозволяє істотно полегшити працю керівної ланки, позбутися від рутинної роботи, підвищує оперативність та точність облікової інформації, дозволяє звернути більшу увагу на проведення економічного і фінансового аналізу роботи підприємства та пошуку резервів щодо підвищення ефективності цієї роботи. Разом з тим комплексні рішення по автоматизації управління підприємством, на відміну окремих програм по автоматизації набагато дорожчі при введенні в експлуатацію, оскільки, потребують додаткових інструментів взаємодії з існуючими клієнтськими додатками на підприємстві.

На практиці виявляється, що більшість компаній не готові до впровадження повнофункціональних систем по автоматизації управління підприємством через їх високу вартість з одного боку і відсутність методологічної готовності замовників (недостатньою формалізації внутрішніх бізнес-процесів, відсутності реального управління, малої опрацьованості та інтегрованості ІТ-інфраструктури) – з іншого. Таким чином, при впровадженні складної в управлінні і украй дорогої системи можуть зруйнуватися ті механізми управління, які все-таки функціонують у компанії, не знайшовши заміни на повнофункціональну систему управління. Відомі приклади невдалих впроваджень систем управління якістю, які, збільшивши вартість управління компаній, приносили швидше шкоду ніж користь, оскільки знижували оперативність і привносили негативні зміни в корпоративну культуру.

Успішна діяльність сучасних підприємств вимагає від працівників раціонально використовувати сучасні програмні засоби та інформаційні

технології. Що ж до вибору програмних засобів, то слід зазначити, що більшість із запропонованих у статті мають інтуїтивно зрозумілий користувацький інтерфейс, є стабільними та достатньо поширеними. Важливим аргументом для використання ПЗ на приватних малих підприємствах є економія коштів і дотримання політики непорушення авторських прав виробників ПЗ.

Саме тому підприємствам необхідно визначитися з вибором ПЗ, яке було здатне задовольнити всі потреби управління підприємства і водночас було досить економним і не потребувало великих витрат на його придбання, налаштування та підтримку. З одного боку, різниця в ціні обумовлена якістю продуктів і, відповідно, відмінностями в обсягах витрат праці на їх розробку. Крім того, вартість продуктів ERP прямо залежить від їх функціональних можливостей і потреб клієнтів. Наприклад, програмні продукти фірми – 1С розглядають як «конструктор», на базі якого можна автоматизувати окремі бізнес-процеси. А, скажімо, SAP/R3, Oracle EBusiness Suite контролюють якість кожного етапу господарської діяльності. Тому керівник підприємства може у будь-який момент визначити, де знаходиться контейнер з певним номером, в якому місці він буде через годину і як це відобразиться на бізнесі. Дешеві системи на таке часто нездатні. Попит з боку підприємств середнього бізнесу в Україні спонукав розробників шукати нові рішення і пропонувати ринку програмні системи в ціновому сегменті між 10 тис. і 300 тис. доларів.

Тільки за умови вибору можна максимізувати ефективність та ведення управлінської діяльності, що, безумовно, є необхідним кроком на шляху до розвитку підприємства.

Таким чином, вибір стратегії автоматизації і розвитку системи є відповідальним кроком. Метою функціонування автоматизованої системи на підприємстві має бути забезпечення зацікавлених осіб інформацією для прийняття обґрунтованих рішень при виборі альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів. Проте, технологія досягнення бажаного результату не є очевидною. Необхідно орієнтуватися на істотні переваги, що можуть бути направлені на ефективне вирішення конкретних поточних завдань, та не забувати про існуючі загрози.

Перспективою подальших досліджень може бути детальніший розгляд проблем впровадження сучасних програмних продуктів на конкретному підприємстві регіону.

Список використаних джерел

1. Лук'янчук С. Офісні програми: «джентльменський набір». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://patent.km.ua/ukr/articles/i356>.
2. Паламарчук Л. Огляд програм для оптимізації та спрощення роботи офісних працівників / Л. Паламарчук, В. Бородачик // Діловодство та документообіг. – 2017. – № 5 (72). – С. 50-65.

ПОКАЗНИК БІДНОСТІ В КОНТЕКСТІ ВИВЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Однією із найважливіших проблем для України в сфері розвитку людського капіталу є бідність, яка пов'язана з економічною безпекою людини. Розробка показників оцінки добробуту населення як одне з важливих завдань оцінки відтворення людського капіталу не втрачає актуальності для вітчизняної науки і практики. Це обумовлено зростаючими потребами органів державного управління в надійній і якісній інформації, яка необхідна для вироблення соціальної політики. На якість інституційних реформ та соціально-економічних стратегій, спрямованих на розвиток людського капіталу, впливає широкий спектр факторів. Наразі Україна має достатньо політичних інструментів для розвитку людського капіталу. Складність цього завдання полягає в багатоаспектності категорії добробуту, що включає множину параметрів рівня і якості відтворення людського капіталу.

Над проблемою впливу кризових явищ на людський капітал, зокрема бідності, продовжують працювати такі вітчизняні науковці як О. Брінцева, Л. Гальків, Г. Гаман, О. Грішнова, А. Колот, В. Лисак, Е. Лібанова, Д. Мельничук, О. Пальчук, О. Пищуліна, А. Шахно та інші. Так, зокрема О. Грішнова [1] акцентує увагу на так званій «новій бідності». Держстатом України проводиться оцінка рівня бідності за чотирма показниками [2].

Метою дослідження є висвітлення методів оцінки бідності.

Стандартним показником рівня бідності є кількість людей, дохід яких є нижчим заданого порогу (межі) бідності. Межа бідності береться як частка (у %) від середньомедіанного кінцевого особистого доходу в розрахунку або на душу населення, або на сім'ю. Ця частка може бути різною, але як правило, межа бідності визначається як 50% від середнього доходу. Важливим аспектом при цьому стає не лише постійне відстеження стану бідності на національному рівні, а і порівняння зі станом в інших розвинених країнах.

Аналіз зарубіжного досвіду державного впливу на людський капітал показує, що розвиток людського капіталу залежить від активізації такого напряму державної політики як ліквідація бідності. Людський капітал – знання, навички, здоров'я, які людина акумулює протягом життя – був ключовим чинником сталого економічного розвитку та зниження рівня бідності в багатьох країнах у 20-му столітті, особливо в Східній Азії. Сімейство індикаторів, які вимірюють індекс людського розвитку, було розширено – на додаток було введено індекс багатовимірної бідності.

Вибір показників, що відображають рівень добробуту населення, визначається пріоритетами соціально-економічного розвитку країни. Аналіз

може включати характеристики очікуваної тривалості життя, демократизації, безпеки, культурних цілей, рівня правопорядку та інших аспектів людського розвитку. Чим ширше коло оцінюваних цілей і показників, тим складніше їх виміряти та визначити їх внесок для проведення загальної оцінки.

При зіставленні рівнів добробуту також необхідно враховувати такі аспекти, як:

- темпи економічного зростання;
- зайнятість та безробіття;
- розподіл доходів (аналіз розриву між багатими та бідними, або оцінка масштабів бідності);
- рівень охоплення соціальним забезпеченням і медичним обслуговуванням;
- охорона навколишнього середовища та використання ресурсів.

Це означає, що більш широке визначення концепції добробуту включає не тільки аспекти зайнятості та розподілу доходів, але й ступінь соціального захисту населення та рівень охорони навколишнього середовища.

Оцінку добробуту можна здійснювати декількома методами. Так, суб'єктивна базується на оцінках власного матеріального становища й рівня життя, досягнутого людьми. Суб'єктивні оцінки бідності є помітно вищими за офіційні розрахунки, у першу чергу, порівняно з показником чисельності населення з доходами нижче прожиткового мінімуму. Однак і перші, і другі мають однакову динаміку.

Крім того, виділяють наступні концепції виміру бідності:

- якісна – ураховується не тільки величина доходу, але й фактичне положення людей у загальній системі виробництва й розподілу;
- інтегральна – узагальнений в єдиному показнику ряд статистичних характеристик, що визначають бідність населення.

У контексті вивчення відтворення людського капіталу варто розрізнити також соціальну бідність, яка охоплює слабозахищені категорії населення, які через свій статус (непрацюючі пенсіонери, інваліди, неповні й багатодітні родини) не можуть забезпечити собі необхідний рівень доходів для нормальної життєдіяльності, та економічну бідність – бідність працюючого населення, рівень оплати праці якого не дозволяє йому забезпечити гідний рівень життя.

Оцінку бідності можна здійснювати декількома методами. Зокрема, це статистичний метод, який існує у двох різновидах: по-перше, межа добробуту встановлюється на рівні доходів 10-20% найменш забезпеченого населення в загальному ряді його розподілу за розмірами одержуваних душевих доходів, або частина цього ряду; по-друге, за мінімум матеріальної забезпеченості приймається середньодушовий дохід громадян, визнаних суспільством як незаможні громадяни; фактичні витрати цих груп населення по окремих статтях споживчих витрат у цьому випадку становлять структуру мінімального споживчого бюджету.

Вимірниками бідності є: коефіцієнт бідності й рівень бідності; індекс глибини бідності; індекс гостроти бідності. Так, рівень бідності надає рівної ваги кожному домогосподарству, незалежно від того, наскільки нижче межі бідності

його доходи, що є недоліком цього показника; індекс глибини бідності дозволяє оцінити, наскільки нижчими межі бідності є доходи бідних домогосподарств.

Нормативний метод виміру бідності передбачає визначення набору товарів і послуг, необхідних для задоволення основних фізіологічних і соціально-культурних потреб людини, а також розробку норм і нормативів споживання з урахуванням особливостей статевовікових груп населення. Для побудови й розрахунку прожиткового мінімуму використовуються споживчі кошики товарів і послуг.

При складності у визначенні нормативів на окремі товари й послуги застосовується комбінований (нормативно-статистичний) метод.

Виходячи із прийнятого в країні нормативного методу, Держкомстат України визначає склад населення, що живе за межею прожиткового мінімуму, тобто вартості мінімального набору продуктів харчування, необхідних промислових товарів і низького споживання послуг.

За оцінками експертів, використання прожиткового мінімуму в якості нормативу не відображає стан проблем бідності, оскільки він не забезпечує відтворувального споживання. Варто погодитись з тим, що бідність варто оцінювати не тільки за рівнем доходів, але й за рівнем споживання, якості життя. Проблема бідності серед працюючих має розглядатися з акцентом на наступних моментах: при визначенні рівня бідності необхідно зіставляти прожитковий мінімум не з реальними доходами населення, а з сукупною їх величиною, яка включатиме тіньові доходи: конвертові зарплати, доходи орендодавців, натуральні виплати, доходи з підсобного господарства та іншої власності; у споживчий кошик для працездатного населення необхідно включити витрати на освіту та професійну підготовку й перепідготовку.

Таким чином, ідеї, які закладені вченими у теорію людського капіталу, вплинули на переорієнтацію соціально-економічної політики держави. Соціальні програми почали розглядатися як ефективна боротьба з бідністю завдяки перерозподілу доходів. Різні вимірники рівня бідності визначають соціально-політичний клімат у суспільстві, дозволяють оцінювати рівень соціальної напруженості та визначати можливість появи асиметричних загроз. Доцільно залучити досвід розвинених країн у вирішенні проблеми бідності.

Список використаних джерел

1. Грішнова О.А., Дмитрук С.М. Людський капітал в умовах кризи: оцінка та пошук можливостей збереження // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. – № 5 (170) – С. 11-16.

2. Про затвердження Методики комплексної оцінки бідності [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства соціальної політики України від 18 травня 2017 р. № 827/403/507/113/232. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0728-17>.

ФОРМУВАННЯ І ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ПОСЛУГ

Процеси формування і розвитку конкурентних переваг підприємства (КПП) реалізуються функціональними сферами діяльності підприємства: виробничою, фінансово-інвестиційною, маркетинговою, науково-дослідницьких розробок (НДР) та інноваційною.

Конкурентні переваги мають такі основні властивості:

– мінливість (конкурентна перевага не є постійною якістю підприємств. Вплив факторів конкуренції в галузі створює умови для її динамічного розвитку, а отже, «старіння» наявних конкурентних переваг і необхідності їх підтримки. Щоб досягти КПП, слід докласти комплексних зусиль. Іноді їх буває недостатньо через вплив зовнішніх, неконтрольованих факторів. Також, ті самі фактори можуть як підсилювати, так і послаблювати конкурентну перевагу);

– відносність (конкурентна перевага має порівняльний характер, оскільки її можна оцінити лише шляхом порівняння окремих характеристик. При їх аналізі необхідно обов'язково враховувати фактор прив'язки до реальних ринкових умов);

– прив'язаність до конкретних умов і причин (товар чи послуга, що має перевагу за ціною на одному географічному ринку, може не мати цієї переваги на іншому. З іншого боку, товар (послуга), що зазнає комерційної поразки, через деякий час може мати успіх внаслідок виходу з ринку головного конкурента, стрибка інфляції, влучної рекламної кампанії. Отже, конкурентна перевага будь-якого економічного об'єкта не може мати універсального характеру. При її аналізі потрібно обов'язково враховувати фактор прив'язки до реальних ринкових умов).

Значна частина дослідників називають базовими дві КПП: більш низькі витрати, які дозволяють встановити більш низькі ціни й отримувати більш високі прибутки, і унікальність товару (послуги), яка б забезпечувала найвищу споживчу цінність. Т. Коллер і Д. Мурін додають до зазначених вище двох переваг більш продуктивне порівняно з конкурентами використання капіталу. Хессіг К. і Азоев Г. значну увагу приділяють часовому фактору, тобто швидкості реагування на потреби ринку, і виокремлюють його як одну з ключових конкурентних переваг.

Велике практичне значення для підприємства має поділ конкурентних переваг за джерелами створення та стійкістю до копіювання на переваги:

– «низького рівня», які можна легко досягнути чи скопіювати у підприємств-конкурентів (використання дешевої робочої сили, забезпеченість широким спектром сировинних ресурсів). Ці переваги базуються на вартості чи доступності факторів виробництва і не гарантують стабільної позиції на ринку;

– «високого рівня», які є наслідком цілеспрямованої діяльності підприємства, пов'язані зі значними витратами і важко піддаються копіюванню (сучасна патентована технологія; спеціалізовані програми відтворення робочої сили високої кваліфікації; висока репутація підприємства, заснована на активній маркетинговій діяльності; наявність розгалуженої збутової мережі та мережі технічного обслуговування);

– «найвищого рівня», до яких належить постійна модернізація виробництва і видів діяльності, що супроводжується виснаженням конкурента, якщо він їх і досягає.

Керівництво підприємства, зацікавлене у формуванні й підтримці конкурентного потенціалу, повинно приділяти головну увагу другій і третій групам переваг, які дозволяють не лише підвищити конкурентний потенціал підприємства, а й забезпечити можливість тривалого збереження досягнутих конкурентних позицій. З точки зору підприємства пріоритетною є орієнтація на створення та розвиток саме цих переваг, проте процес їх формування здебільшого потребує суттєвих інвестицій і достатньо тривалого періоду часу.

Для розробки ефективних управлінських рішень рівень конкурентних переваг потребує постійного відстежування та оцінки. Для цього застосовують одномоментні та стратегічні методи оцінювання. Одномоментні методи оцінюють фактичний стан справ на певний момент часу і не забезпечують можливості розробки заходів на перспективу. Стратегічні методи дозволяють на основі оцінки стану конкурентоспроможності потенціалу підприємства на певну дату розробити стратегічні заходи щодо удосконалення потенціалу підприємства.

За способом оцінювання виокремлюють індикаторні та матричні методи. Індикаторні методи засновані на використанні системи індикаторів (сукупність характеристик і показників, які відображають стан окремих елементів досліджуваного об'єкта), за якою можна оцінити конкурентоспроможність потенціалу підприємства і національної економіки в цілому. Індикаторні методи широко використовують інвестори для визначення оптимального розміщення капіталовкладень.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, необхідно обґрунтувати систему індикаторів, які охоплюють найбільш важливі аспекти якості та ефективності використання потенціалу підприємства, до яких включають: конкурентоспроможність та якість продукції; відносна частка підприємства на ринку продукції; темпи розширення ринків збуту; методи продажу та способи реалізації готової продукції; рентабельність реалізації; темпи зростання виручки від реалізації; ділова репутація та імідж підприємства; фінансові коефіцієнти; показники ефективності використання ресурсів; вартість підприємства та темпи її зростання; ефективність реклами і способи стимулювання збуту продукції; компетенція та досвід персоналу; показники екологічності виробництва; відомість товарної марки; ефективність обслуговування і т. ін.

Крім характеру джерела конкурентної переваги, на її стійкість впливає також кількість таких джерел. Чим складнішим і численнішим є набір джерел

певної переваги підприємства над конкурентами, тим менша імовірність копіювання та тривалішим буде термін відставання конкурентів. Визначальну роль відіграє також постійна модернізація всіх сфер діяльності підприємства – від поповнення та вдосконалення інструментарію маркетингових досліджень попиту до рівня якості та комплексності післяпродажного обслуговування клієнтів. Тобто для збереження конкурентних переваг потрібні зміни, вдосконалення, нововведення.

За джерелами виникнення КПП поділяють на внутрішні та зовнішні. Під зовнішніми конкурентними перевагами розуміють переваги підприємства в задоволенні потреб споживача, які відтворюють цінність для споживача: якість, ціна і т. п. Внутрішні конкурентні переваги характеризують цінність для підприємства-виробника і засновані на процесах формування КПП у всіх функціональних сферах його діяльності. Створенню та підтримці зовнішніх КПП передують процеси формування і розвитку внутрішніх конкурентних переваг.

Внутрішнє середовище формування КПП узагальнюють, запропонованою М. Портером, концепцією «ланцюга цінностей» або «ланцюга створення вартості», що відображає процес створення вартості на підприємстві та складається з різних елементів основних і допоміжних (підтримуючих) процесів. Створена на підприємстві вартість – це результат послідовного здійснення різних видів діяльності, що відповідно розподіляє підприємство на певну кількість функціональних підсистем, стає можливим і необхідним визначати внесок кожного виду діяльності (основні та допоміжні) в кінцеві результати роботи підприємства. До основних видів діяльності належать процеси матеріального створення і продажу продукту (послуги), доставки до покупця та післяпродажного обслуговування. Допоміжні види діяльності (інфраструктура підприємства) забезпечують основні види в плані придбання технологій, постачання засобів виробництва та трудових ресурсів, здійснення загального керівництва підприємством.

На сьогодні ступінь розвитку сфери послуг почав виступати критерієм та ознакою розвиненості суспільства. В даний час країна не може бути зарахована до розвинених країн світу, якщо в її сфері послуг створюється менше 60% ВВП. В податковому кодексі лише побутових послуг зазначено 40 найменувань. Саме послуги виявляються в центрі сучасної економіки, як це було свого часу з промисловістю в індустріальній економіці. Домінуюча роль сфери послуг в постіндустріальному суспільстві дозволяє застосовувати терміни «сервісна» економіка, «економіка послуг». У сервісній економіці головним чинником, що визначає успіх підприємства, є його здатність зрозуміти систему переваг клієнта і тенденції їх розвитку і якнайкраще задовольняти його запити. Перетворення сфери послуг на провідний сектор суспільного господарства визначає ступінь розвитку і конкурентоспроможності національної економіки різних країн світу.

Так, формування КПП, виходячи з основних положень концепції «ланцюга створення вартості», повинно передбачати вирішення таких завдань, як оптимізація рівня виконання базових функцій, ефективна міжфункціональна координація, погодження з впливом зовнішніх чинників.

Висновки про ефективність управління КПП можна зробити тільки на підставі оцінки процесів їхнього формування і розвитку, що дозволяє приймати якісні управлінські рішення в цій сфері. Завдання оцінювання є визначення ступеня досягнення цілей, виявлення проблем, встановлення причин їх виникнення.

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.

*Онойко Л.В., курсант
Льотна академія Національного авіаційного університету
м. Кропивницький*

СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КЕЙТЕРІНГОВОЇ КОМПАНІЇ

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, використовуваних для оцінки ефективності економічної діяльності господарюючих суб'єктів. Саме слово конкурентоспроможність, стосовно якого б суб'єкту воно не розглядалося, означає здатність даного суб'єкта витримати конкуренцію [4].

Конкурентоспроможністю підприємства є здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [3].

Оскільки на даний момент досить вагомою є конкурентна боротьба на ринках нашої держави, кожне підприємство-товаровиробник намагається спрямувати свої зусилля на захоплення якомога більшої частки ринку та залучити більшу кількість потенційних споживачів. У сучасній конкурентній боротьбі, за всієї її гостроти та динамізму виграє той, хто аналізує та змагається за свої конкурентні позиції. Щоб вижити у цій боротьбі, кожне підприємство має поставити перед собою завдання підвищення рівня конкурентоспроможності не лише своєї продукції, а й підприємства в цілому [4].

Кейтерінг – галузь громадського харчування, пов'язана з наданням послуг на віддалених точках, що включає всі підприємства і служби, які надають підрядні послуги з організації харчування співробітників компаній і приватних осіб у приміщенні і на виїзному обслуговуванні, а також здійснюють обслуговування заходів різного призначення і роздрібний продаж готової кулінарної продукції. На практиці під кейтерінгом розуміють не лише приготування їжі і доставку, а й обслуговування персоналом, сервірування, оформлення столу, розлив і подачу напоїв гостям і тому подібні послуги [5].

Сьогодні прийом їжі на борту літака можна порівняти з походом в непоганий ресторан. І все це стало можливим завдяки розвитку бортового кейтерінгу. Кожна авіакомпанія вирішує для себе питання, чим годувати пасажирів на борту, і чи потрібно взагалі зберігати цей рядок витрат. Тим часом, згідно з даними опитувань, пасажири вважають за краще вибирати саме тих перевізників, які пропонують харчування на рейсі. Авіаційний кейтерінг – це їжа та напої, запропоновані пасажирам на борту під час польоту [5].

Конкурентоспроможність авіаційного кейтерінгу – це здатність фірми, що надає даний вид послуг, перевершити конкурентів у таких умовах, як своєчасність передачі харчування на борт повітряного судна, бездоганне виконання комплексного замовлення, постійна висока якість продукції та сервісу обслуговування, забезпечення гігієни та чистоти, індивідуальний сервіс по всьому світу, швидке вирішення проблем, пов'язаних з організацією харчування [4].

Бортовий кейтерінг вже зараз можна виділити в окремий напрям діяльності, так як існує багато специфічних особливостей сервісу на борту літака. Кожна авіакомпанія прагне відрізнятись від конкурентів колірним оформленням салону, формою персоналу, наданими послугами. Сформувати імідж за рахунок бортової кухні допоможе саме кейтерінг. Меню оформляється з використанням кольорів компанії, логотипів і асоціативних предметів [5].

Процес створення меню складається з декількох основних етапів. У сумлінних компаніях всі етапи бортове харчування проробляє безпосередньо в день рейсу, тому продукти залишаються свіжими і зберігають свої поживні і смакові властивості. Забезпечення бортового харчування умовно можна розділити на дві складові бізнесу: безпосередньо виробництво харчування і його подальша доставка на борт повітряного судна. Все це складні технологічні процеси, вписані в загальну діяльність аеропорту. Для їх забезпечення необхідна наявність спеціального обладнання, здатного забезпечувати авіакомпанії раціонами харчування відповідно до індивідуального меню, точно до часу і в необхідній кількості [5].

Перші зачатки Українського кейтерінгу з'явилися в середині 1990-х. З роками, ці послуги удосконалювалися, але більшість важливих аспектів, що перешкоджають можливості суперництва з європейськими кейтерінговими компаніями все ще присутні на даному ринку. Одним з них є наявність монополізму, що природно означає відсутність здорової конкуренції. [5]

Яскравим прикладом може послужити міжнародний аеропорт «Бориспіль». В одних з головних повітряних воротах країни залишився один оператор ринку бортового харчування та організації харчування в залах аеропорту, компанія з рукотворно створеним статусом монополіста – Do & Co Kyiv. Під гаслом наведення порядку в «Борисполі» остаточно монополізований ринок кейтерінгових послуг, емність якого оцінюється в 36 мільйонів доларів на рік [4].

Показником відсутності конкуренції, а отже і розвитку, є той факт, що авіакомпанія Turkish Airlines харчування для пасажирів, що прямують з Києва до Стамбулу і назад, завантажує в Стамбулі, у компанії Turkish Do & Co. Чи це не реальна оцінка ціни і якості бортового харчування від українського Do & Co Kyiv? [4].

Також, проблема монополізму зустрічається і в інших випадках організації бортового харчування, причиною якої могли послужити недостатні темпи формування конкурентного середовища в тих секторах інфраструктури аеропорту, де конкуренція економічно доцільна [3].

Важливо відзначити, що необхідною негативною ситуацією монополізації є надлишкова влада підприємств-монополістів. Число вміють вести бізнес, регулярно зменшується і тому вся економіка стає монополістичною. Нові підприємства не можуть фактично проникнути на ринок, що руйнує саму структуру підприємництва. Через малої числа приходять на ринок нових підприємств немає можливості розвиватися здорової конкуренції, тому у підприємств немає стимулу до зростання і поліпшення ефективності праці [1].

Монополізм породжує паразитизм в економіці. Проблемами державної монополії різного характеру може бути вирішене з використанням цінової політики, а саме покриття витрат або отримання достатнього доходу, а також суспільний поділ праці, свобода підприємництва, економічна самостійність [3].

В Україні в даний час проблема монополізації припиняє бути суто фінансовою, і більше стає політичною. Але, відомо, що економіка, не повинна мати ніякого політичного приєднання. І тільки в цьому випадку держава повністю буде в змозі замінити монополії, розвиваючі десятиліттями з самоорганізацією і вільним ринком. Дуже сильна монополізація, поява конкурентної боротьби між самими монополіями, без необхідного контролю з боку держави може в кінцевому підсумку призвести до створення «держави в державі». Монополізм уповільнює науково-технічний прогрес, закріплює низький рівень якості продукції, робить товари і послуги неконкурентоспроможними на світовому ринку, відбувається втрата стимулів пошуку найбільш ефективних рішень функціонування в економіці [2].

На даний момент, не дивлячись на відносно новий ринок послуг, що надаються авіакейтерінгом, існує досить великий перелік зарубіжних компаній, кожна з яких не поступається високим рівнем якості своїх послуг. У топ-5 входять: Abby's Catering (США), AAS Catering Co. Limited (Японія), ANA Catering Service Co. Limited (Японія), Brahim's Airline Catering (Малайзія), Cathay Pacific Catering Services (Гонконг). Головним аспектом переваги в конкурентній боротьбі цих підприємств, крім високої якості запропонованої їжі, є своєчасність передачі харчування на борт повітряного судна. Цей аспект дозволяє авіапідприємству не тільки забезпечити своєчасно повітряне судно необхідною кількістю бортового харчування, а й обслуговувати за короткий проміжок часу більшу кількість суден, що є не тільки фінансово вигідно, а й дозволяє самому підприємству досягати успіху в конкурентній боротьбі [5].

Список використаних джерел

1. Баканов М.І. Теорія економічного аналізу: підручник для студентів екон. спеціальностей /Фінанси і статистика, 2004. – 536 с.
2. Басовский Л.Є. Фінансовий менеджмент: підручник / Л.Є. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 240 с.

3. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова ; 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання-прес, 2006. – 640 с.

4. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І.З. Должанський. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.

5. Інформаційний сайт Вікіпедія «Кейтерінг»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wikipedia.org.ru>.

*Орищенко Ю.О., студент гр. ЕП-16
(науковий керівник – Резніченко О.О., викл.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

В епоху глобальної інформатизації, ресурсом першої необхідності стала інформація. Вона являє собою особливий і найбільш важливий елемент організації системи управління, що є сукупністю кількісно виражених даних про фактичний і бажаний стан систем і підсистем підприємства, зовнішні умови його функціонування з обґрунтуванням різних типів управлінських рішень.

Інформаційна сфера як системоутворюючий фактор життя суспільства активно впливає на стан політичної, економічної, оборонної та інших складових безпеки країни. Неправомірний доступ до комерційної, банківської таємниці може завдати організації значний матеріальний збиток, а також іміджеві витрати. Тому не дивно, що організація та здійснення захисту конфіденційної інформації належить до основних напрямків інформаційного забезпечення підприємництва. До того ж існують певні вимоги щодо організації інформаційного забезпечення підприємницької діяльності, якими не можна нехтувати.

Законність передбачає, що діяльність осіб, які забезпечують інформаційну безпеку, повинна носити законний характер, інакше весь захисний механізм може виявитися ненадійним з вини самого суб'єкта підприємницької діяльності. В якості несприятливих наслідків можливі різноманітні санкції правоохоронних органів, залучення в якості відповідача в суд, шантаж з боку кримінальних структур і т.д. [1].

Комплексність, тобто можливу взаємодію всіх підрозділів підприємства з метою забезпечення необхідного рівня захисту, створення клімату співпраці та довіри.

Економічна доцільність означає, що в першу чергу слід організувати інформаційну безпеку тих об'єктів, витрати на захист яких менше, ніж втрати від незаконного їх використання. У цьому випадку повинні враховуватися також фінансові можливості організації.

Безперервність, що припускає, що функціонування комплексної системи забезпечення інформаційної безпеки підприємства має здійснюватися постійно.

Оперативність забезпечується швидкодією спеціальних інформаційних служб та ефективністю проведених заходів щодо доведення потрібної інформації з технологічних ланцюжків, а також своєчасним інформуванням адміністрації підприємства.

Координація та підконтрольність системи забезпечення інформаційної безпеки керівництву суб'єкта підприємницької діяльності. Це необхідно, по-перше, щоб локальна система безпеки не виявилася зорієнтована на вирішення вузьких завдань, без урахування інтересів партнерів та інших структурних підрозділів; по-друге, для правильної оцінки ефективності системи інформаційного забезпечення підприємства та її можливого вдосконалення. В рамках підприємства має бути забезпечено організацію служби інформаційної безпеки. Серед суб'єктів, які забезпечують захист інформаційної безпеки підприємницької діяльності, найбільше значення має служба власної безпеки, звичайно, при наявності у підприємців необхідних для цього фінансових коштів.

Поява сучасної техніки й технології збирання та обробки управлінської інформації викликала необхідність вивчення й осмислення їх суті, місця й ролі в управлінському процесі, сприяє якісним змінам механізму державного управління. Залежно від рівня механізації й автоматизації процесу переробки інформації можна виділити такі класи ІС.

Прості ІС – весь цикл збирання та опрацювання інформації проводиться вручну. Змішані ІС – збирання та опрацювання інформації за допомогою механізованих й автоматизованих пристроїв.

Інформаційно-пошукові (чи довідково-інформаційні) системи базуються на ЕОМ. Вони здатні накопичувати інформацію в тій чи іншій галузі й видавати її на замовлення, які часто надходять з дистанційних пультів каналами зв'язку. Наприклад, на основі ЕОМ реорганізований облік із застосуванням багатоаспектного опису людей дає змогу опрацювати версії щодо варіантів скоєння злочину, який розслідується. Інформаційно-довідкові системи дають можливість не тільки видавати інформацію про стан керованого об'єкта, але й розробляти певні рекомендації щодо формування управлінської дії. Системи, що інформаційно розвиваються, самі настроюються, керують своїми інформаційними потоками й разом з тим створюють нову інформацію. Вони здатні при зміні зовнішніх умов в ситуаціях, які не відповідають раніше заданій програмі, автоматично змінювати алгоритм прийняття управлінських рішень. Самонавчаючі системи здатні аналізувати здобуті результати з метою пристосування алгоритму розробки рішення до змінюючих умов. Інформаційно-управлінські системи сприяють управлінським діям, спрямованим на оптимізацію керованого об'єкта, на основі розроблених управлінським персоналом алгоритмів [2].

Інформаційні відносини за способом регулювання поділяють на: організаційно-майнові (коли мова йде про довідково-інформаційне обслуговування) та організаційно-управлінські (коли мають на увазі інформаційні потоки в сфері управління й координації керівництва народним господарством). Однак у нинішній час відбувається пошук специфічних засобів впливу на інформаційні відносини, що особливо помітно у зв'язку з розробкою

проблем юридичної відповідальності в умовах використання сучасних інформаційних технологій.

Загальний обсяг нормативних актів, керуючих технічних матеріалів, положень, інструкцій, які стосуються засобів обчислювальної техніки (ЗОТ), інформації настільки великий, а головне дуже поверховий і суперечливий, що виникла необхідність видання єдиного основоположного нормативного документу, який охоплював би найважливіші аспекти інформатизації, акумулював вітчизняний та зарубіжний досвід.

У зв'язку з цим системи управління, які використовують ЗОТ, мають оцінюватись, а їх створення – плануватись з урахуванням не тільки техніко-економічних параметрів, але й критеріїв їх соціальної ефективності, тієї ролі, яку вони відіграють у підвищенні продуктивності праці, в гармонійному розвитку головної виробничої сили – людини. Це означає, що науково-технічні й техніко-економічні основи прогнозування розвитку ЗОТ мають бути доповнені методами «людського», соціального й особливого вимірювання науково-технічного прогресу. Результати застосування ЗОТ необхідно співвідносити із соціально-цінними орієнтаціями й цілями розвитку всієї суспільної системи. Це означає, що науково-технічні й техніко-економічні основи прогнозування розвитку ЗОТ мають бути доповнені методами «людського», соціального й особливого вимірювання науково-технічного прогресу. Результати застосування ЗОТ необхідно співвідносити із соціально-цінними орієнтаціями й цілями розвитку всієї суспільної системи. Тут необхідно враховувати щонайменше дві обставини. По-перше, впровадження ЗОТ, мікропроцесорів і роботів, що полегшує важку й малоцікаву працю, активізує процеси навчання й виховання. По-друге, масове застосування ЗОТ спонукає до відповідних змін у самій структурі людської діяльності. Це, наприклад, перерозподіл трудових ресурсів у різних галузях, які пов'язані з виробництвом і особливо з експлуатацією ЕОМ і розробкою програмного забезпечення, що вимагає зовсім іншої, ніж сьогодні, системи професійної підготовки та перекваліфікації кадрів.

Отже, дуже важливо в прогнозах і програмах розвитку ЗОТ давати оцінку очікуваним змінам у структурі зайнятості, визначати характер і обсяги заходів щодо професійної підготовки інженерів, програмістів, техніків, які зайняті в галузях створення і експлуатації ЗОТ, а також перепідготовки спеціалістів суміжних професій. Також необхідно взяти до уваги можливі психологічні проблеми, які можуть виникнути у користувачів ІС пов'язаних, зокрема, з подоланням психологічного бар'єра при «спілкуванні» з машиною.

Список використаних джерел

1. Організація інформаційного забезпечення підприємницької діяльності. Електронний ресурс: <https://stud.com.ua/21268/pravo/organizatsiya/>.
2. Інформаційне забезпечення управлінської діяльності: використання сучасних технологій. Електронний ресурс: http://ru.osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18353/.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В Україні широко розповсюджені різного роду торговельні підприємства. На їх розвиток спрямовано бізнес-плани, як документи, що містять систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту.

На відміну від внутрішньовиробничих планів, бізнес-план спрямований на розробку та детальний опис процесу виконання проекту торговельного підприємства, а не на встановлення планових показників роботи самого підприємства. Тому підприємство може мати в розробленні та виконанні одночасно декілька бізнес-планів (залежно від кількості бізнес-проектів) або один бізнес-план може належати декільком підприємствам (якщо проект об'єднує діяльність декількох підприємств). Крім того, мета складання бізнес-плану може бути різною (проектне планування майбутньої діяльності, отримання фінансування для здійснення проекту, координація роботи підприємств у спільному проекті тощо).

Значення бізнес-плану в діяльності підприємства зумовлено таким: він з його конкретними цілями і програмою дій щодо їх досягнення виступає як засіб управління розвитком підприємства; розроблення бізнес-плану змушує підприємство моделювати ситуації і розглядати проблеми, які можуть виникнути; це засіб для залучення позичкового капіталу для розвитку бізнесу; бізнес-план – інструмент комунікацій між підприємством та інвесторами; під час складання бізнес-плану набувається досвід оцінки умов конкуренції, визначення оптимальних шляхів товаропросування, використання конкурентних переваг, фінансового планування, розроблення різних сценаріїв діяльності.

Місце бізнес-плану в системі управління торговельним підприємством полягає в тому, що він виконує дві функції:

1) зовнішню: ознайомити зацікавлених суб'єктів зовнішнього середовища (для інституцій фінансово-кредитного сектора, інвесторів, засновників, партнерів по бізнесу тощо) із сутністю та основними аспектами підприємницького проекту;

2) внутрішню: створити цілісну систему управління реалізацією підприємницького проекту (апаратом управління, персоналом) торговельного підприємства [2, 3].

У сучасній практиці бізнес-планування варто виокремити декілька типів бізнес-планів, вибір яких залежить від групи задач, що визначені на майбутнє:

1. Комерційно-виробничий бізнес-план необхідний для вирішення проблем комерційної і виробничої діяльності під час досягнення цілей розвитку

підприємства. Для нього характерне обґрунтування шляхів досягнення цілей розвитку з найменшими витратами. Тому є сенс говорити і про бізнес-план розвитку підприємства, який передбачає викладення перспектив діяльності підприємства на майбутній плановий період для презентації раді директорів або зібранню акціонерів із зазначенням основних бюджетних витрат і числових значень економічних та фінансових показників, для обґрунтування залучення необхідних інвестицій і ресурсів.

2. Інвестиційний бізнес-план є інструментом заохочення інвесторів. Метою такого плану слугує будівництво нового об'єкта або кардинальні зміни застосовуваної технології діяльності, тобто використання економічних категорій, пов'язаних з поняттям інвестицій або капітальних вкладень. Бізнес-план такого типу передбачає посилення акценту на таких питаннях, як забезпечення повернення кредитів і своєчасної оплати процентів за їх використання. Існують певні стандарти інвестиційних бізнес-планів, розроблені банками та інвестиційними структурами.

3. Бізнес-план фінансового оздоровлення складається підприємством, яке є неплатоспроможним. Для нього характерна складна процедура погоджень розрахунків з кредиторами і власником підприємства, який є потенційним банкрутом.

4. Бізнес-план для отримання кредиту розробляють з метою збільшення оборотного капіталу для реалізації широкомасштабних цілей діяльності, які можуть бути не пов'язані з основною діяльністю, а спрямовані на диверсифікацію роботи.

5. Бізнес-план структурного підрозділу – викладення вищому керівництву підприємства розробленого плану розвитку господарської діяльності підрозділу, ціллю якого є обґрунтування обсягів і ступеня пріоритетності централізованого виділення ресурсів або величини прибутку, що залишається в розпорядженні окремого підрозділу. Такий бізнес-план особливо важливий для підприємства, яке входить до складу акціонерного товариства або холдингової компанії.

6. Бізнес-план заявки на грант складається з метою отримання фінансових коштів з державного бюджету або благодійних фондів для вирішення соціально-політичних та наукових проблем. Він супроводжується обґрунтуванням прямих та непрямих економічних і соціальних вигод для регіону чи для суспільства в результаті виділення коштів чи ресурсів під запропонований бізнес-проект та ін. У цьому контексті бізнес-планування пов'язане як із стратегічними, так і з тактичними планами підприємства.

Потрібно зазначити, що розроблення бізнес-плану торговельного підприємства ґрунтується на принципах, методах та інформаційній базі. Вивчення наукових джерел дає змогу акцентувати на головних принципах бізнес-планування:

– адекватність – бізнес-план, загалом, та зміст його окремих розділів повинні відповідати наявним ринковим умовам, розмірам та можливостям підприємства, його ресурсному забезпеченню тощо;

– цільовий характер – зміст окремих розділів бізнес-плану повинен розкривати підприємницьку ідею;

- системність – показники, розраховані під час бізнес-планування, мають бути ув'язаними в єдину систему та узгодженими між собою;
- науковість – усі розрахунки, проведені під час розроблення бізнес-плану, мають ґрунтуватись винятково на наукових підходах та методиках;
- оптимальність – під час бізнес-планування потрібно забезпечити обрання найкращого варіанта реалізації підприємницького проекту [1].

До того ж варто звернути увагу і на додаткові принципи, яких потрібно дотримуватись під час розроблення бізнес-плану торговельного підприємства:

- ініціювання – активізація, стимулювання і мотивація дій, проектів, угод;
- координація та інтеграція – взаємозв'язок всіх структурних підрозділів підприємства та орієнтація їх на єдиний результат;
- безпека управління – оцінка можливих ризиків для своєчасного прийняття запобіжних заходів щодо зменшення чи запобігання негативних наслідків;
- контроль – можливість оперативного відслідковування виконання плану, виявлення помилок та можливостей його коригування.

Отже, бізнес-план торговельного підприємства повинен відображати як методологічні так і специфічні складові, що враховують його можливості.

Список використаних джерел

1. Экономика торгового предприятия: Торговое дело / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 314 с.
2. Планування в підприємствах і організаціях споживчої кооперації: стан і перспективи розвитку: Монографія / Іванова В.В., Сидоренко-Мельник І.М., Фастовець А.А., Юрко І.В. / За ред. А.А. Фастовець. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. – 157 с.
3. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: Розробка, обґрунтування та аналіз / Тарасюк Г.М. – К.: Каравелла, 2006. – 280 с.

*Пелих О.Л., викладач комісії економічних дисциплін
Кропивницький інженерний коледж ЦНТУ
м. Кропивницький*

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління промисловим підприємством орієнтоване на створення і підтримання конкурентних переваг, що дозволяють підприємству досягати поставлені цілі, отримувати прибуток, збільшувати частку ринку.

Підприємства, що діють у конкурентному середовищі, досягають успіху, коли вони задовольняють потреби споживачів повніше, ніж конкуренти, пропонуючи продукти, що є новими, кращими або порівняно дешевшими, при цьому, трансформуючи наукові дослідження і розробки у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний

процес, що використовується у практичній діяльності, збільшуючи рентабельність підприємства.

До основних чинників, стримуючих інноваційний розвиток вітчизняних підприємств, слід віднести:

- відсутність фінансових ресурсів та високі ставки по кредитах комерційних банків;
- високий економічний ризик при освоєнні нової продукції;
- відсутність необхідних НДДКР та інформації про нові технології;
- відсутність досконалих методичних та методологічних рекомендацій щодо впровадження та управління інноваційною діяльністю та ін. [1].

В цих умовах зростає актуальність формування успішної інноваційної стратегії підприємства.

Отже, на сьогоднішній день існує об'єктивна потреба у інтенсифікації інноваційних процесів та створення певних інноваційних стратегій, які будуть сприяти досягненню високих економічних показників, при найбільш раціональному використанні ресурсів, стабільному розвитку підприємства і конкурентоспроможності на ринку.

Значну увагу питанням, які стосуються інновацій, інноваційних стратегій, конкурентоспроможності підприємств приділяли такі вчені: Довгань Л.Є., Горєлов Д.О., Краснокутська Н.В., Бондар О.В., Геєць В.М., Черкасова Т.І., Андрушків Б.М. та ін.

Ми розуміємо, що кожне підприємство, із самого початку своєї діяльності, цільовими орієнтирами обирає розвиток і зростання. Воно намагається бути конкурентоспроможним, аби мати прибутки і ефективну діяльність, бо це сприятиме створенню умов для довгострокового розвитку.

На сучасному етапі економічного розвитку підприємства головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність. Саме інноваційний характер стає тим фундаментом, який визначає економічну міць країни та її перспективи на світовому ринку.

Підприємства, які першими освоїли інновації, мають можливість знижувати витрати і відповідно вартість реалізованих товарів (продукції, послуг), виходити на нові ринки. Наслідком цього є зміцнення їх позицій в конкурентній боротьбі з іншими підприємствами [2].

Інноваційну діяльність у всьому світі вважають ключем до конкурентоспроможності окремих підприємств та економіки країни в цілому, оскільки вона важлива для місцевої, регіональної і національної економіки, що дає можливість отримати конкурентну перевагу, утримати яку легше, ніж перевагу, засновану на ціні, тому для планування та впровадження інновацій розробляються інноваційні стратегії. Інноваційні стратегії спрямовані на пошук найперспективніших напрямів розвитку організації, випуску нових видів продукції та послуг з використанням наукових досліджень, передових технологій, які забезпечують ефективне використання ресурсів [3].

Інноваційна стратегія відноситься до рівня функціональних стратегій. Стратегічний план підприємства визначає цілі та напрями розвитку у всіх сферах господарської діяльності, в тому числі щодо інновацій. При цьому для деяких

агресивних інноваційних підприємств стратегія у сфері інновацій є найбільш значущим елементом корпоративної стратегії. У будь-якому випадку інноваційна стратегія підприємства повинна бути органічно пов'язана зі стратегією бізнесу і орієнтована на реалізацію спільних стратегічних цілей та принципів в інноваційній сфері, відповідно, необхідний механізм трансформації загальних стратегічних цілей у цільові установки і програми інноваційної діяльності [4].

Все різноманіття стратегій поведінки підприємств на ринках інновацій можна об'єднати в дві великі групи: стратегії активної інноваційної поведінки створення нових ринків і стратегія пасивного прямування за ринком інновацій.

Перший вид стратегій, часто іменованих технологічним, являє собою реагування на події та можливі зміни у зовнішньому середовищі шляхом проведення постійних технологічних інновацій. Обравши одну або кілька активних стратегій, підприємство вибирає в якості головного фактору успіху використання нової технологічної ідеї.

Пасивні, або маркетингові, інноваційні стратегії являють собою постійні інновації в області маркетингу. Підприємство може вибрати стратегію нововведень в області диференціації товару, виділяючи все нові і нові його конкурентні переваги. Стратегія сегментації передбачає перманентний пошук нових ринкових сегментів або цілих ринків, а також використання нових для ринку та/або підприємства методів охоплення даних груп покупців. Обрання компанією пасивних інноваційних стратегій може означати і такий спосіб реагування на зміни в зовнішніх умовах, як постійні нововведення в області форм і методів збуту продукції, комунікаційної політики [5].

В основі розробки інноваційної стратегії мають лежати стратегічні управлінські рішення, які [6]: орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища; пов'язані з залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу; характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до ринкових умов; ураховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.

Вибір стратегії є запорукою успіху для інноваційної діяльності підприємства. В умовах трансформаційної економіки, яка характеризується зростаючою конкуренцією і постійним підвищенням агресивності зовнішнього оточення, підприємство може у будь-який момент опинитися в критичній ситуації, якщо не зуміє вчасно передбачати обставини, що змінилися, та адекватно відреагувати на них [7].

На жаль, єдиної та успішної для всіх підприємств інноваційної стратегії не існує. Вибір стратегії залежить від позиції промислового підприємства на ринку, його потенціалу, динаміки розвитку, стану економіки, поведінки конкурентів, соціального середовища і багатьох інших чинників.

Добробут підприємств у довгостроковій перспективі вирішальною мірою залежить від їх здатності розвивати наявні і створювати нові конкурентні переваги. Нездатність до своєчасного реагування на виклики зовнішнього середовища може призвести до втрати конкурентоспроможності підприємствами та зміни лідерів. При цьому підприємства, які зважилися на

впровадження інновацій, отримують значні переваги особливо на початкових стадіях реалізації інноваційних розробок.

Формування вираженої інноваційної стратегії розвитку підприємства дозволяє йому збільшувати обсяги виробництва, товарообороту, прибутку, зміцнити свої конкурентні позиції на ринку, наростити фінансовий капітал, а активізація інноваційних процесів в країні забезпечує конкурентоспроможність національної економіки.

Подальшого дослідження та вдосконалення потребує державний механізм управління науково-технологічними інноваціями національної значущості.

Список використаних джерел

1. Горелов Д.О. Стратегія підприємства. / Д.О.Горелов, С.Ф.Большенко – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133с.
2. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. Посібник – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління Навч. посіб. 2-ге вид. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
4. Бондар О.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / О.В. Бондар, А.О. Глебова. – Київ: Освіта України, 2013. – 480 с.
5. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.П. Семіноженко. – Х. : Константа, 2006. – 272 с.
6. Черкасова Т.І. Стратегія та контроль інноваційного розвитку підприємства / Т.І. Черкасова, І.В. Палагіна. – Одеса: Астропринт, 2010. – 310 с.
7. Андрушків Б.М. Інноваційна політика : навч. посіб. / Б.М. Андрушків, Ф.В. Бортняк, Ю.Я. Вовк – Тернопіль : ТЗОВ «Терно-Граф», 2012. – 484 с.

*Поляков С., студент гр. ЕП-15
(науковий керівник – Сисоліна Н. П., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ФОРМУВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У науковій літературі є кілька десятків трактувань сутності оплати праці, що пояснюється різними науковими поглядами дослідників [2-8]. Однак її потрібно розглядати з декількох позицій, а саме: з позиції підприємця (по-перше, це стаття витрат, що знижує прибуток; по-друге, правильна мотиваційна політика, що є запорукою підвищення ефективності діяльності організації, оскільки зростає зацікавленість працівників у продуктивності та якості роботи, яку вони виконують), із позиції працівника (є основним джерелом доходу і, як наслідок, детермінантою підвищення рівня життя); як елемент ринку праці (її рівень впливає на попит та пропозицію робочої сили); як «грошове вираження вартості та ціни товару «робоча сила» і частково результативності її функціонування» а також – як економічну категорію, що відображає стосунки роботодавця і найманого працівника.

Основним елементом є заробітна плата, тобто винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

Проте в зарубіжній літературі автори або не розділяють ці поняття, або вживають їх як рівноцінні. Наприклад, М. Армстронг [1] та Т. Стівенс відносять до структури заробітної плати базову зарплату, умовну винагороду, грошові бонуси, методи довготермінового заохочення, акції, участь у прибутку. П. Чингос зазначив, що до структури заробітної плати можна віднести «...базову ставку і виплати, які залежать від результатів праці, у вигляді премій, бонусів» [9]. Отже, можна підтримати ствердження, що термін «оплата праці» – ширший аніж «заробітна плата». Проте в окремих випадках, що не стосуються правового аспекту (адже це може суперечити принципу єдності юридичної термінології), їх можна використовувати як синоніми.

Винагорода за відпрацьований час та виконану роботу є сильним мотиваційним моментом, який спонукає найманих працівників до кращого виконання своїх обов'язків. Тому, провадячи політику оплати праці, необхідно дотримуватися низки принципів, що допомагають краще реалізувати її функції. Серед науковців виділяють подані нижче принципи організації оплати праці.

Здійснюючи мотиваційну політику, особливо під час формування оплати праці, потрібно пам'ятати про її значення як для підприємства загалом, так і для окремого працівника. Адже нині заробітна плата перестала виконувати свої функції: відтворювальну, оскільки є основним джерелом доходів працівників, тому її рівень має бути таким, щоб забезпечити можливість задоволення первинних потреб, належних умов проживання, відпочинку та оздоровлення. При цьому необхідно враховувати необхідність утримувати членів сім'ї. Лише в такому випадку працівник буде задоволений місцем роботи і працюватиме краще.

Науковці виділяють такі специфічні функції заробітної плати, як формування платоспроможного попиту (Д. Богиня, П. Буряк, В. Гончаров, Н. Єсінова, Б. Карпінський та ін.), вимірювальна та розподільча (В. Гончаров, Н. Єсінова, Н. Тюленева), обліково-виробнича (М. Волгін), оптимізаційна (А. Колот) та ін. Тобто можна спостерігати прагнення деяких учених розширити категоріальний апарат заробітної плати і тим показати справжнє її значення для працівників, підприємства та держави загалом.

На величину оплати праці впливає багато факторів, які можна розділити на дві групи – зовнішні та внутрішні. До першої групи доцільно віднести мінімальну заробітну плату, прожитковий мінімум, ціну робочої сили, яка сформувалася на ринку під впливом попиту і пропозиції (величина оплати праці, що сформувався таким шляхом, дуже часто суперечить принципу справедливості, оскільки в цьому випадку вона не залежить від складності виконуваної роботи і кваліфікації. На цей процес впливають лише потреба в людях певної професії і наявність такої пропозиції. Тому організація, що орієнтується на величину оплати праці, яка сформувалася на ринку, ризикує втратити свої позиції і знизити рентабельність, а це потребує коригування цієї статті витрат кожним підприємством «під себе») та ін. До групи внутрішніх факторів належать фінансові можливості кожного підприємства, величина

отриманого прибутку, кваліфікація і спеціальність працівників, потрібних для нормального функціонування організації (чим рідкісніша спеціалізація і вищі вимоги до кандидата, тим вищий рівень оплати праці має запропонувати підприємство).

Отже, оплата праці є складною соціально-економічною категорією, до якої належать базова заробітна плата, бонуси, преміальні та інші виплати, залежні від результатів діяльності, а також соціальний пакет (медичне страхування, путівки тощо). Судячи із згаданих функцій і принципів, вона відіграє одну з ключових ролей у рентабельності підприємства, добробуті працівників та економічному розвитку держави. Тому доцільним є ранжування через встановлення системної оцінки оплати праці для працівників установ й організацій, результати діяльності яких неможливо виміряти (наприклад, галузь освіти і науки, охорони здоров'я й ін.) та підприємств, рентабельність, яких залежить від продуктивності праці найманих працівників. Для останніх необхідно визначити такий величину оплати праці, яка складалася б із базової ставки заробітної плати (її величина має забезпечувати повне задоволення життєво необхідних потреб) та бонусної, яка прямо залежить від результатів діяльності працівника. У такому випадку заробітна плата буде виконувати сповна свої функції.

Список використаних джерел

1. Армстронг М. Оплата труда: практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала / М. Армстронг. – Днепропетровск : Видво «Баланс Бизнес Букс», 2007. – 512 с.
2. Болотіна, Н.Б. Трудове право України : підручник / Н.Б. Болотіна, Г.І. Чанишева. – К. : Вид-во «Знання», КОО, 2000. – 564 с.
3. Лебедева С. Регулирование заработной платы и обеспечение устойчивого экономического развития: методологические и методические подходы / С. Лебедева // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 8. – С. 12-22.
4. Лукашевич В.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / В.М. Лукашевич. – Львів : Вид-во «Новий світ». – 2004. – 248 с.
5. Морозова И.Н. HR – менеджмент: справочник менеджера по персоналу / И.Н. Морозова. – Ростов н/Дону : Вид-во «Фенікс», 2006. – 256 с.
6. Мочерний С. Економічна енциклопедія. – У 3-х т. – Т. 1 / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Вид-во «Академія», 2000. – 864 с.
7. Синяєва Л.В. Теорія та практика формування і регулювання витрат на оплату праці в Україні : монографія / Л.В. Синяєва. – Запоріжжя, 2009. – 250 с.
8. Тимош І.М. Економіка праці : навч. посібн. / І.М. Тимош. – Тернопіль : Вид-во «Астон», 2001. – 347 с.
9. Чингос П.Т. Оплата по результату. Из опыта оплаты труда персонала в США / П.Т. Чингос: пер. с англ. – М. : ВД «Вильямс», 2004. – 416 с.

*Романюк Л.М., к.е.н., доц.,
Харченко І.В., к.е.н., доц.
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ CRADLE TO CRADLE – ЗАПОРУКА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Cradle to Cradle (C2C) – концепція розроблена американським архітектором Уільямом Макдонахом і німецьким хіміком Міхаелем Браунгартом, має назву «від колиски до колиски» або циркулярної економіки. Вона з'явилася на основі розроблених концепцій аналізу життєвого циклу, спрямування промислової екології, менеджменту товарних потоків. Ця концепція є незалежною системою сертифікації, яка оцінює безпеку продукції, базується на матеріалах і виробничих технологіях, що застосовуються при її створенні [1].

Сьогодні ми використовуємо природу, з одного боку, як джерело ресурсів, а з іншої – як сміттевий бак. Діюча система лінійна: «бери-виробляй-використовуй-викидай». В термінології C2C цьому є назва «від колиски до могили».

Колискою метафорично називається природа, в якій принципово не буває жодних відходів. Наприклад, зав'яле листя перетворюється в органічну частину землі, з якої рослини беруть поживні речовини. Тому вчені пропонують називати «поживними речовинами» матеріали: будь який з них після використання, має стати сировиною для отримання інших речовин, матеріалів.

Концепція «від колиски до колиски» – концепція безвідходного виробництва, яка має за ціль виробництво безпечної продукції стосовно матеріалів і виробничих технологій, що використовуються у її створенні.

Концепція «від колиски до колиски» не націлена на скорочення індустріального потоку та зміни методу виробництва. Завдання проектування, за концепцією Cradle to Cradle, полягає в наступному: продукт та його роль у споживчому ланцюжку має бути таким, щоб створена цінність залишалась корисною як для людини, так і для оточуючого середовища.

При виробництві продукції та у будівництві застосування C2C забезпечує: кращі споживацькі якісні характеристики, відсутність ризику для здоров'я, економічні, культурні та екологічні переваги, що є запорукою вищої конкурентоспроможності.

За умови правильної організації технологічних ланцюжків споживання, всі матеріали і продукти діяльності утилізуються без шкоди для здоров'я.

Проектування виробів за концепцією «від колиски до колиски» ґрунтується на системі фундаментальних принципів «3 + 1»:

1. Відходи від одного є матеріалом для іншого. Концепція виробництва дотримується моделі безвідходного кругообігу споживних речовин.

2. Використання енергії Сонця. Маються на увазі будь які відновлювальні джерела енергії (вітру, води, сонця, геотермальні). Системи, які працюють на сонячній енергії не забирають цей ресурс у наших нащадків. Цілком очевидно, що сучасні технології дозволяють використовувати сонячну енергію при проектуванні виробничих систем. Відомо, що сонячної енергії достатньо, щоби задовольняти 90% населення Землі, однак ще не навчилися її дешево добувати. Країна, яка першою буде здатна побудувати всю енергосистему на сонячній енергії, буде мати справжню незалежність.

3. Різноманітність. Природні системи функціонують завдяки своїй комплексності. На відміну від стандартних рішень і універсальності постіндустріального світу, притаманних глобалізації, природа підтримує, безкінечне різноманіття і багатоваріантність. Цей підхід має бути присутнім при проектуванні і створенні нових виробів.

+1. Інноваційність. Людина здатна створити нову якість економіки, екології і культури, на цьому ґрунтується підхід «від колиски до колиски». Створення проектів, що інтегрують принципи біорозвитку, чистої води, повітря і енергії – це стратегічний виклик для проєктантів, архітекторів і будівельників. Природні системи гнучкі і адаптивні, а креативність людства забезпечить нам можливість реалізовувати нову якість середовища.

Основні компоненти підходу «від колиски до колиски»: проектування замкненого життєвого циклу виробу, вибір матеріалів з точки зору біологічного і технологічного метаболізму, використання стійких джерел енергії і позитивний вплив на оточуюче середовище.

Загальний кругообіг матеріалів поділяється на 2 категорії:

1. Біологічний метаболізм: багато продуктів розчіплюються на мікроорганізми і формують нові поживні елементи (матеріали).

2. Технологічний метаболізм: цикл штучно створених продуктів і матеріалів. Товари, які не можуть бути безпечно та природнім шляхом утилізовані, які створені з металу, пластику та синтетичних речовин мають замикатися в технологічному метаболізмі, тобто ресурси з них мають повертатися у виробництво без втрат якості (для виробництва іншої продукції). В цьому випадку, навіть на стадії проектування, підхід C2C передбачає легкість «розчленування на компоненти», з тим, щоб складові частини зберігали свої первісні властивості і наступного використання матеріалів.

Для організації успішної роботи C2C необхідно дотримуватись наступного:

1. Радикальне підвищення ефективності використання ресурсів.

2. Редизайн. Перепроєктування економіки на основі екологічних принципів з замкненням двох окремих циклів – біологічного та технологічного. Саме тут працює C2C – для радикального перегляду процесу створення товарів.

3. Двигуни. Система розвивається завдяки діяльності наукових та дослідних інститутів, некомерційних організацій, підтримується на офіційному рівні цілим рядом регіонів і країн.

Одним з прикладів є Королівство Нідерландів, де при кабінеті міністрів з 2006 року діє робоча група з питань C2C. Зміна принципів державних закупівель, демонстрація успішних бізнес-моделей, розповсюдження знань – все це мало

позитивний ефект, отже сьогодні С2С застосовується в Голландії в промисловості, будівництві, дизайні тощо.

Сертифікація. Розроблена система сертифікації товарів на відповідність критеріям С2С оцінюється за критеріями: загальний стан матеріалів (Material Health); утилізація матеріалів (Material Utilization); відновлювальні джерела енергії (Renewable Energy); управління водними ресурсами (Water Stewardship); соціальна справедливість (Social Fairness).

Стан матеріалів ретельно оцінює інгредієнти товарів і їхній вплив на здоров'я людини і стан оточуючого середовища. Кінцевою метою є ліквідація всіх токсичних хімічних речовин і здійснення безперервного циклу робіт.

В категорії «Утилізація матеріалів» оцінюється здатність до безпечної біодеградації в якості біологічної переробки та технологічної. Бал за цю категорію базується на процентному складі придатних для переробки і компостування матеріалів в продукті. Для досягнення більш високих рівнів сертифікації необхідно розробляти ефективні стратегії використання матеріалів придатних для відновлення і переробки.

Категорія «Відновлювальні джерела енергії» будується на двох ключових принципах: виробництво з використанням відновлювальних джерел енергії і мінімізації утворення відходів. На кожній стадії енергоспоживання і викиди вимірюються за допомогою спеціальних стандартів. Так, срібний рівень вимагає використання тільки 5% відновлюваних джерел, золотий – 50%, а платиновий рівень – 100%.

Категорія «Управління водними ресурсами» передбачає, що компанії, що працюють за принципом С2С мають відповідально і раціонально використовувати водні ресурси. Отже на платиновому рівні, ціллю є досягнення гарантії того, що вода з підприємства безпечна для вживання.

Категорія «Соціальна відповідальність» існує для доведення, що виробники та дизайнери здійснюють свою діяльність з урахуванням інтересів людей, які були задіяні у виробництві, споживанні, утилізації та переробці продукції.

Поряд з цим існує п'ять рівнів сертифікації – базовий, бронзовий, срібний, золотий та платиновий.

Базовий рівень вимог має ціллю ідентифікацію матеріалів, з яких виготовлений продукт, список заборонених хімічних речовин, який має бути урахований на всіх рівнях. Важливо зазначити, що на базовому, бронзовому і срібному рівнях в продукті все ж можуть бути присутні шкідливі компоненти, за умови, що приймаються заходи до поступової оптимізації технології.

Золотий та платиновий рівень гарантують, що всі летючі органічні сполуки усунуті, всі матеріали оптимізовані і не містять речовин, оцінених символом Х або сірим кольором. Платиновий рівень гарантує, що всі технологічні хімікати, що використовувались у технологічному процесі виробництва пройшли необхідну оцінку і відповідають всім стандартам.

Концепція «від колиски до колиски» має соціальні і екологічні переваги, її ідея полягає в тому, щоб створити світ краще за допомогою циркулярних, а не лінійних систем. Виробництво ефективних безпечних товарів зміцнить компаніям конкурентні переваги на ринку, сертифікація відповідно концепції

«від колиски до колиски», буде мати значний ефект на соціальні і екологічні аспекти продукції і дизайну.

Список використаних джерел

1. McDonough W., Braungart M., Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things. North Point Press, 2002
2. Dr Salah M. El-Haggar, PE, PhD. Sustainable Industrial Design and Waste Management. Cradle-to-cradle for Sustainable Development
3. Практика обращения с отходами. Переработка отходов в Нидерландах [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://waste-exchange.iac.spb.ru/ru/articles/rubric/2>

*Селищева Є.В., аспірант
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сучасний етап розвитку економіки країн світу, у тому числі і України характеризується виникненням і розвитком принципово нових форм ведення бізнесу. Для України це насамперед пов'язано із аграрним сектором, тому що саме сільське господарство формує потенціал країни на світовому ринку і має використовуватися з належною ефективністю, забезпечувати стабільність виробництва сільськогосподарської продукції [3].

Розвиток нових форм ведення бізнесу пов'язаний з використанням управлінських технологій формування перспективних траєкторій розвитку, стимулювання розвитку інноваційної діяльності на рівні підприємств, галузей економіки і національної економіки в цілому. Це сприяє появі складних організаційних об'єктів, які можуть об'єднувати установи і підприємства різних масштабів, галузей і форм власності, в яких одночасно можуть застосовуватися різні підходи до організації управління, використовуватися матрична структура, попроцесний і проектний методи управління, що вимагає розробки відповідного організаційно-економічного механізму інформаційного забезпечення.

У сучасних умовах вітчизняні інноваційно-інтегровані структури у більшості випадків створюються стихійно, при цьому питання теоретичного обґрунтування інтеграції господарюючих суб'єктів у багатьох випадках залишаються невирішеними, що, як правило, призводить до виникнення проблем щодо управління цими інтегрованими структурами.

Об'єднання суб'єктів господарської діяльності, науки, вищої професійної освіти і інших установ в єдину структуру за відсутності лінійної підлеглості між ними можливо при включенні їх в єдиний економічний, соціальний і освітній простір, сформований на основі інноваційної ідеології. Цей процес передбачає наявність значної кількості учасників, а також технічних, організаційних та ресурсних завдань, рішення яких припускає нетривіальні підходи і підвищені

витрати. Є доцільним використання підходу, який ґрунтується на економічних принципах інтеграції ресурсів, визначенні загальних інтересів і точок взаємодії між усіма учасниками інноваційної діяльності. При цьому діяльність кожного з елементів повинна бути спрямованою на рішення певного кола завдань, що виключає дублювання функцій окремих елементів структури та забезпечує реалізацію оптимальної моделі взаємодії.

При побудові інтегрованих структур формулюються зовнішні і внутрішні вимоги щодо створюваної системи, у тому числі набір функцій, які вона повинна виконувати, визначається внутрішня структура системи і здійснюється вибір оптимальних рішень, з точки зору задоволення вимог. Інноваційні інтегровані структури вищої школи, наукових та дорадчих установ і підприємницьких підприємств (господарств) доцільно створювати для досягнення необхідного синергетичного ефекту, який спрямований на ефективне використання наявних обмежених ресурсів. У основу формування таких структур покладена модель прикладного інноваційного процесу, на вхід якого поступають різні проблемні області та ідеї, а на виході виходять інновації різного ступеня готовності.

Харін О.О. зазначає, що розвиток кооперації вищих учбових закладів і підприємств, стимулювання використання підприємствами потенціалу вищих учбових закладів для розвитку наукомісткого виробництва і стимулювання інноваційної діяльності в економіці є стратегічно важливими напрямками розвитку національної економіки [2]. Це обумовлює необхідність розробки й впровадження дієвих заходів щодо активізації взаємодії підприємств та вищих навчальних закладів [1]. Отже, основною метою функціонування будь-яких підприємств (господарств) є забезпечення фінансової стабільності, а вищі учбові заклади є унікальною організаційною структурою, яка об'єднує діяльність щодо створення нового знання.

Список використаних джерел

1. Левченко О.М. Активізація співпраці роботодавців та ВНЗ як чинник удосконалення стратегії розвитку підприємств машинобудування [Електронний ресурс] / О.М. Левченко, О.В. Ткачук // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2013. – Вип. 23. – С. 395-401. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2013_23_59
2. Харин, Александр Александрович. Методология формирования инновационных интегрированных структур образования, науки и бизнеса : диссертация ... доктора экономических наук : 08.00.05 / Харин Александр Александрович; [Место защиты: ГОУВПО «Государственный университет управления»]. – Москва, 2012. – 304 с.: ил. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dslib.net/economika-xoziajstva/metodologija-formirovanija-innovacionnyh-integrirovannyh-struktur-obrazovaniya-nauki.html>
3. Шалімова Н.С. Оцінка обсягів державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників та урахування пріоритетів регіонального розвитку при її отриманні [Електронний ресурс] / Н.С. Шалімова // ScienceRise. – 2017. – № 5(2). – С. 12-17. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2017_5\(2\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2017_5(2)_4)

АСПЕКТИ ОСУЧАСНЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка потенціалу підприємства є актуальним питанням, зокрема з можливістю регулювання безпеки бізнесу. Будь-яку вартість можна розглядати з позицій колишніх, сучасних та майбутніх результатів з урахуванням того, що розширене відтворення можливе тільки тоді, коли в грошовому еквіваленті отримані результати покривають понесені для їх досягнення витрати.

Стисло економічну суть методичних підходів до оцінки майна підприємства, з огляду на необхідність врахування можливостей його ефективного використання, можна пояснити так:

- витратний (майновий) – визначає вартість об'єкта за сумою витрат на його створення та використання;
- порівняльний (ринковий) – визначає вартість на базі зіставлення з аналогами, що вже були об'єктами ринкових угод;
- результатний (дохідний) – оцінює вартість об'єкта на засаді величини чистого потоку позитивних результатів від його використання [1,3].

Оскільки витратний підхід базується на постулаті, що потенційний власник – користувач не погодиться витратити на формування та реалізацію власних внутрішніх чи зовнішніх можливостей більше, ніж вартість очікуваного фінансово-майнового результату, то методи цієї групи передбачають ресурсну оцінку всіх складових цілісного земельно-майнового та соціально-організаційного комплексу підприємства на підставі обліку всіх витрат, необхідних для його відтворення (заміщення) на конкретну дату в робочому стані.

У найзагальнішому вигляді логіка методів витратного підходу така – це витрати на: створення об'єкта; побудову (купівлю) об'єктів нерухомості; купівлю машин та обладнання; персонал; створення (купівлю) нематеріальних активів; організацію бізнес-процесів.

Найбільш специфічним елементом витратних методів оцінки потенціалу є різновиди кошторисів, які складаються з метою визначення повних витрат на той чи інший компонент земельно-майнової та соціально-організаційної системи підприємства. Базою для складання кошторисів служить проектна документація, установлені нормативи витрат, робочі креслення, договори на придбання чи виконання робіт тощо.

Традиційно виділяють такі рівні кошторисів: 1) локальні, тобто документи, які фіксують повні витрати (незалежно відносять їх на собівартість чи ні) на виконання окремих робіт, проведення окремих комерційних угод, купівлю та монтаж певних об'єктів; 2) об'єктні – зведені документи, які акумулюють

інформацію локальних кошторисів у розрізі цілісних об'єктів; 3) зведені – це загальні звіти про суму повних витрат на створення (використання), які включають дані об'єктних кошторисів та дають змогу оцінити суму витрат у цілому по підприємству.

Порівняльний підхід базується на інформації про недавні ринкові угоди з аналогічними об'єктами та її використання як бази визначення об'єкта оцінки. В основу методів даної групи покладено допущення про те, що суб'єкті ринкових відносин укладають угоди по аналогії із заведеними традиціями чи колишнім досвідом.

Сукупність усіх можливих критеріїв порівняння можна розбити на такі групи:

- загальні показники сфери діяльності підприємства;
- показники масштабу діяльності;
- показники фінансово-економічного стану;
- показники якості менеджменту;
- показники ринкової позиції [2].

Усі мультиплікатори поділяються на три групи залежно від виокремленої ознаки:

1) залежно від бази порівняння: ресурсні – за базу порівняння беруть суму витрат (наприклад, вартість/капітал підприємства); результатні – за базу порівняння беруть досягнуті результати діяльності (наприклад, вартість/генерований потік капіталу);

2) залежно від періоду охоплення: інтервальні – відтворюють зв'язок вартості об'єкта оцінки з показниками, які формуються протягом певного періоду (вартість/прибуток); одномоментні – визначають вартість підприємства відповідно до досягнутих на певну дату результатів чи понесених витрат (наприклад, вартість/чисті активи підприємства);

3) залежно від сутнісного змісту: вартісні (цінові) мультиплікатори – відношення вартості (ціни) до бази порівняння (наприклад, вартість/грошовий потік); фінансово-економічні мультиплікатори – відношення ключових фінансових чи економічних показників до значень об'єктів-аналогів, як правило, використовуються у внутрішніх порівняльних процедурах.

Різновидом методу мультиплікаторів вважають метод галузевих співвідношень, який базується на попередньо визначених та усереднених співвідношеннях між характеристиками об'єктів порівняння.

Результатний підхід базується на залежності вартості об'єкта оцінки від можливостей його ефективного використання, а отже можливих результатів, тобто потенційний власник-користувач не заплатить за об'єкт більше, ніж він очікує отримати від його господарського використання. Оцінка потенціалу згідно з результатною концепцією виходить з позицій корисності певних можливостей об'єкта. Хоча й існують особливості використання методів цієї групи для оцінки потенціалу збиткових підприємств проти прибуткових та перспективних, але у будь-якому разі такий підхід користується поняттями «приплив» та «відплив» капіталу. Традиційне поняття «грошового потоку»

означає суму чистих доходів, пов'язаних з діяльністю підприємства, отриманих з усіх джерел. Традиційно виділяють дві моделі формування грошового потоку підприємства – потік для власного капіталу та потік для сукупного капіталу. Особливості визначення грошових потоків підприємства – це функція фінансового менеджменту та інвестиційного проектного аналізу.

Найтипівішими методами результатної технології розрахунків є капіталізація доходів та дисконтування грошових потоків.

Загальна методологія використання методу дисконтування передбачає встановлення вартості потенціалу (чи його елементу) на рівні чистого приведенного потоку капіталу від його експлуатації, тобто земельна ділянка, будівля чи споруда, обладнання, нематеріальний актив тощо коштують стільки, скільки вони генерують економічних результатів.

Методи капіталізації базуються на використанні коефіцієнта, який уможлиблює переведення чистих потоків капіталу від використання об'єкта у його вартість. Інакше кажучи, необхідною умовою застосування цих методів є можливість визначення чистого потоку капіталу та встановлення коефіцієнта капіталізації для нього. Як правило, методи капіталізації використовуються у разі дохідного використання об'єкта оцінки. У цілому такі методи в основному базуються на таких принципах: очікування, заміщення та попиту і пропонування. Суть коефіцієнта капіталізації полягає в поєднанні двох економічних процесів – отримання доходу на капітал та відшкодування капіталу інвестора-власника.

Важливими зараз є роль інформаційного потенціалу, а також більш об'єктивна оцінка людського капіталу як передмови інноваційного потенціалу підприємства.

Крім того, необхідно враховувати закордонний досвід оцінки потенціалу через розрахунки показників, таких як коефіцієнт стійкого зростання, пов'язаний з ROE, коефіцієнт внутрішнього зростання, пов'язаний з ROA, та ін., зокрема для об'єднань підприємств.

Зазначимо, що кожен з названих підходів та спеціальних методів має свої переваги та недоліки. При оцінці потенціалу важливо мати можливість отримання вихідних даних, зокрема цьому сприяє Інтернет, і тільки після цього обирається сам метод.

Недооцінка або переоцінка потенціалу приводить до банкрутства або поглинання підприємств як на вітчизняному, так і світових ринках.

Тому лише на основі комплексного використання напрацьованого досвіду оцінки та отримання в повному обсязі вихідних даних можна досягти реального визначення вартості майна підприємства та втіленого у ньому потенціалу.

Список використаних джерел

1. Россоха В.В. Теоретичні положення оцінки потенціалу підприємств АПК / В.В. Россоха // Економіка АПК. – 2005. – № 6. – С. 45-51.
2. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: [навч. посіб.] / В.Н. Гавва, Е.А. Божко – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
3. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства / В.І. Хомяков, І.В. Бакум – К.: Кондор, 2005. – 400 с.

КОНКРЕТНІ ЗАХОДИ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНИЙ СТАН РЕГІОНУ

Поряд із збереженням чисельності населення, не менш важливою є проблема збереження і зміцнення здоров'я та підвищення якості трудових ресурсів (працюючого населення).

Крім негативних наслідків Чорнобильської катастрофи, які назавжди залишаться в генофонді нашої держави, існує багато інших негативних чинників. Серед них найголовнішим слід назвати стан фізичного та психічного здоров'я молоді. Наркоманія, алкоголізм, СНІД, зростаюча кількість онкозахворювань, майже втричі більший у порівнянні з 1985 роком обсяг суїцидів, свідоме психологічне відчуження від реального життя – це ще далеко не всі риси притаманні сучасному «розвитку» сучасної молоді, викликані існуючою соціально-економічною ситуацією в регіоні [2, с. 44].

Пряме регулювання демографічної ситуації не завжди є можливим, хоча й заходи державної демографічної політики здатні покращити існуючий стан речей. Демографічна ситуація здатна до саморегулювання у випадку застосування та впровадження непрямих (індикативних) соціально-економічних важелів впливу на демографічний стан регіону. Комплексний підхід до вирішення цієї проблеми вимагає розробки регіональної антикризової програми, до якої необхідно включити й заходи культурного розвитку регіону. Розглянемо окремо необхідні методи державної регіональної демографічної політики прямого та опосередкованого впливу.

До таких важелів відносимо: збільшення обсягів виплат при народженні дитини, пільги та субсидії молодим та багатодітним сім'ям, пільгові умови кредитування для отримання житла.

Впровадження місцевим керівництвом регіонів самостійно розроблених регіональних демографічних антикризових програм стане можливим лише за умов посилення та розвитку місцевого самоврядування, перегляду умов та правил формування місцевих бюджетів, адекватної оцінки соціально-економічного стану в регіоні, щільної співпраці органів місцевого управління з науковими кадрами регіону.

Доцільним є створення регіональних демографічних фондів, які будуть включені до видаткової частини місцевих бюджетів, кошти з яких будуть спрямовуватись на покращення демографічної ситуації. Виконання місцевих бюджетів та пошук коштів для поповнення цих фондів можливо реалізувати в умовах стабілізації економічного стану регіону. Заходи щодо покращення регіональної економіки повинні починатись з демонополізації суспільного регіонального виробництва, розмежування політичної і економічної влади, дотримання загальнолюдських прав робітників. Створення нового виробництва

в регіоні повинно спиратись на принципово нову державну податкову політику, головним принципом якої повинно бути: „обсяг податків, який повинно сплачувати підприємство, має залежати від обсягів реального виробництва та терміну існування господарського суб'єкту”. Стимулювання розвитку малого й середнього бізнесу в регіоні здатне збільшити конкуренцію на регіональному та міжрегіональному ринках, покращити якість товарів та знизити ціни на продукцію, створити нові робочі місця, ліквідувати приховану зайнятість та безробіття.

Необхідно підкреслити, що вищезазначені заходи щодо покращення демографічного стану спрямовані лише на збільшення народжуваності, в той час як заходи щодо зменшення смертності залишаються осторонь. Медична, ефективна та швидка допомога, засоби профілактики та діагностики повинні бути безкоштовними хоча б для непрацездатного населення країни [1]. Витрати на безкоштовну медичну мають бути головною статтею витрат місцевого бюджету в системі муніципальних фінансів. Додатково слід активізувати на місцях роботу профспілок з метою спрощення отримання робітниками путівок до санаторіїв, профілакторіїв, баз відпочинку. Додаткову увагу держава, в особі її керівних органів, повинна звернути на розвиток народної та нетрадиційної медицини.

Серед молоді повинна проводитись пропаганда здорового способу життя, мають бути створені умови для функціонування та розвитку гуртків за інтересами, спортивних клубів.

Серед головних негативних економічних наслідків демографічної кризи регіону слід назвати зменшення або трансформацію попиту в результаті зменшення чисельності населення, зменшення обсягів виробництва, і, як наслідок, надходжень до бюджету.

Нераціональне та неекономічне використання природних ресурсів не лише шкодить розвитку економіки, а й може сприяти подальшому збільшенню розміру екологічної кризи в окремо взятому регіоні. Тобто погіршення якості трудових ресурсів може відбуватись і в промислово розвинутих регіонах за умов відносної стабільності темпів відтворення населення.

З первинним розвитком приватного підприємництва в цілому по Україні з'явилась велика кількість нелегальних робочих місць з шкідливими та небезпечними умовами праці. Такі робочі місця існують як у нашій державі, так і за її межами. Результатом роботи в таких умовах постає виробничий травматизм, професійні захворювання, каліцтво, інвалідність та рання втрата працездатності. Непрямим методом регулювання стану здоров'я населення є посилення контролю за умовами та безпекою праці на конкретних підприємствах у випадку існування шкідливих та небезпечних для життя умов праці, обов'язковим є забезпечення робітників засобами індивідуального та колективного захисту. Велику роль відіграє екологічне законодавство і контроль з боку держави за шкідливими викидами підприємств; сертифікація та контроль якості продуктів харчування вітчизняного (особливо в регіонах) і закордонного виробництва, санітарний контроль за станом водосховищ та якістю питної води.

Психологічне здоров'я робітників та обсяг хвороб з психічним підґрунтям залежать від невпевненості в завтрашньому дні, від зростання цін на споживчі товари та комунальні послуги, незадовільного рівня життя та відсутності перспектив щодо соціального росту. Рекомендовано створити систему державного та громадського контролю за рівнем цін на продукти харчування та комунальні послуги, фінансування якої здійснювати за рахунок підприємств, що працюють у підконтрольній сфері.

Окремою проблемою є постійно зростаючий рівень безробіття, в складі якого суттєва частка молоді та людей з вищою освітою. Створення достатньої кількості безкоштовних для населення державних служб зайнятості та професійної орієнтації, служб підвищення або зміни кваліфікації може не тільки раціоналізувати використання та розміщення трудових ресурсів, а й покращити матеріальний стан та психічний стан здоров'я певної частки населення, що, в свою чергу, може виступати саморегулятором оптимізації чисельності населення з боку зростання народжуваності.

Виведення регіональної економіки із тіньового сектора – фундамент реального покращення демографічного стану, який повинен починатись з контролю за банківською сферою, який не буде обмежувати обсяги міжбанківських розрахунків та не відлякуватиме потенційних інвесторів. Обертання грошей поза банківською сферою сприяє втраті можливості впливу держави на інфляційні процеси. Неочікувані та непрогнозовані стрибки інфляції негативно відображаються на стані добробуту населення, що може здійснювати негативний вплив на демографічний стан регіону.

Програма по здійсненню цих заходів повинна бути комплексною, довгостроковою, ретельно спрогнозованою та економічно обґрунтованою. Вона вимагає принципово нової соціально орієнтованої моделі державного бюджету та нової системи перерозподілу коштів між державним та місцевими бюджетами.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Як зупинити вимирання Кіровоградщини [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://old.gre4ka.info/statti/38577-yak-zupynyty-vymyrannia-kirovohradshchynu>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р.В. Економічні важелі управління демографічним станом на рівні регіону / Роман Яковенко // Наук. праці Кіровоградського держ. техн. ун-ту : Економічні науки. – Кіровоград : КДТУ. – 2002. – Вип. 3. – С. 44-50.

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Один із основних показників ефективної діяльності є правильна організація роботи на підприємстві. Серед інструментів, які дозволяють підвищити ефективність і організацію діяльності підприємства, важливе місце займає облікова політика.

Облікова політика забезпечує організацію ведення обліку, яка враховує особливості діяльності підприємства та інтересам його засновників. Кожне підприємство, спираючись на вимоги встановлені законодавством щодо державного регулювання бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, створює власну облікову політику.

Правильний вибір серед різних методів та підходів, які будуть включені до облікової політики вплине на організованість процесу складання фінансової звітності підприємства. Вибір конкретного варіанту обліку може зробити істотний вплив не тільки на обсяг облікової роботи, але й на результати діяльності. В своїй сутності облікова політика є стратегічним планом роботи бухгалтерського відділу підприємства. Тому формування облікової політики має відбуватись з оглядом на довгострокову перспективу її незмінності. Якщо з часом облікова політика підприємства все-таки буде потребувати певних змін, то вони мають бути викликані лише зв'язку з важливими змінами у процесах діяльності підприємства загалом. Для того щоб забезпечити ґрунтовність обліком політики на тривалий час слід при її формуванні орієнтуватись на прогнози фахівців, щодо майбутніх результатів діяльності суб'єктів господарювання. Оскільки часта зміна методів та способів ведення обліку щодо конкретних об'єктів або операцій ускладнює або унеможливорює порівняння даних по об'єкту обліку у різних періодах, що є важливим для прийняття оптимальних управлінських рішень и як наслідок для ефективної діяльності підприємства.

При розробці облікової політики керуватися не лише рядом внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на неї, але й доповненнями та уточненнями керівників центрів відповідальності щодо ступеня відповідності прийнятих рішень технологічним процесам. Як наслідок, до етапів формування облікової політики слід додати принципово важливий етап – визначення методів формування облікової політики підприємства, – який забезпечить максимально гармонійний, гнучкий, науково-обґрунтований та практично-виважений підхід до формування облікової політики з використанням системного підходу та стратегічного аналізу.

При формуванні облікової політики, необхідно діючи в рамках чинного законодавства та існуючих альтернативних методиках і підходах ведення обліку,

розробити оптимальне рішення, яке буде задовольняти цілі власників та менеджерів, рівень організації аналітичної роботи в структурі управління.

До факторів які впливають на формування облікової політики, належить наприклад:

- форма власності та організаційно-правова форма підприємства;
- вид діяльності;
- організаційна структура управління та виробнича структура підприємства;
- кількість господарських операцій, обсяги діяльності, обсяг продажу, чисельність персоналу, наявність відокремлених структурних підрозділів, дочірніх підприємств, філій тощо.

Також, для забезпечення ефективної діяльності підприємства буде важливим можливість усунення вірогідних викривлень та перекручень даних, завдяки систематизації ведення обліку через облікову політику. Принцип систематичності забезпечить чітку структуру організації, що дозволить ефективно контролювати процес обліку, уникати помилок та викривлень.

При формуванні облікової політики, як інструменту контролю обліку варто зацентувати увагу на процедурних аспектах його здійснення, зокрема, на порядку реалізації суб'єктом організації та ведення бухгалтерського обліку дій, які можуть призвести до викривлення фінансового стану або результатів діяльності підприємства, що відображаються у фінансовій звітності.

Тож в процесі формування облікової політики повинна бути обмежена якісними характеристиками інформації, що визначені в національних та міжнародних стандартах бухгалтерського обліку та звітності – доречність, надійність, порівнянність, зрозумілість.

В питанні ефективності діяльності підприємства система управління діяльністю підприємств постійно висуває нові вимоги до обліку як інформаційного джерела прийняття управлінських рішень. При цьому формування облікових даних повинно відображати реальний стан розвитку ринкового суб'єкта, в той же час такі показники мають враховувати інтереси власників.

Список використаних джерел

1. Положення Про облікову політику підприємства: Лист Міністерства фінансів України від 21.12.05 р. № 31-34000-10-5/27793 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=58984&cat_id=34931
2. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/v0635201-13>
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р., № 996-XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

МІГРАЦІЯ ТРУДОРЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Україна є одним з найпотужніших донорів робочої сили в Європі. Невисокий (за європейськими стандартами) рівень заробітної плати і обмежені можливості зайнятості із задовільними умовами та оплатою праці обумовлюють виїзд частини працездатного населення з України, перш за все з метою працевлаштування. Власне т.зв. економічні міграції, зокрема, трудові, є найпоширенішими в світі та панівними в Україні.

Вони формуються під впливом різних чинників, розрізняються за складом та масштабами, але мають і спільні риси: головним поштовхом є можливість більше заробляти або отримати кращі можливості для реалізації свого потенціалу, рух спрямований до країн з вищим рівнем життя, лише невелика частина трудових мігрантів, які знайшли прийнятне місце роботи в новій країні, повертаються на батьківщину.

Потоки заробітчанства сформувалися в умовах низької заробітної плати в зареєстрованому секторі економіки, підвищеного рівня безробіття та вимушеної неповної зайнятості, поширення бідності та високого рівня маєтного розшарування населення, значного розриву в рівнях оплати праці в Україні і зарубіжних країнах (особливо в перерахунку на іноземну валюту за офіційним курсом). Навіть економічний підйом, що певний час тривав в Україні з 2000 р., так і не призвів ані до реального покращення умов життя широких верств населення, ані до зростання попиту на робочу силу. Більшість показників соціально-економічного розвитку все ще далекі від європейських стандартів. Можливості працевлаштування на офіційному ринку праці України залишилися обмеженими, до того ж зайнятість у зареєстрованому секторі економіки держави не лише не гарантує добробуту, а часто не забезпечує й потреб відтворення робочої сили працюючого [1].

Закордонний дослідник Ф. Дювел, посилаючись на дані Світового банку, називає Україну другою країною в світі, після Мексики, за величиною міграційного коридору, третьою в списку країн походження емігрантів, після Індії та Китаю, та четвертою в списку приймаючих країн, після Німеччини. Кількісно еміграція оцінена ним у межах 4-15% усього населення або 20% працездатного населення [2].

Шукають заробітку за кордоном, як правило, наймолодші й найактивніші. Офіційна статистика з цього приводу неточна, тому що люди не виписуються з місця постійного проживання, а працюють за кордоном тимчасово. Але зароблені кошти швидко «проїдаються» і наші заробітчани знову змушені шукати щастя на чужині. Близько 70% з них їдуть за кордон повторно, а дехто й при нагоді залишається на постійне проживання. І це трагедія – рвуться родинні нитки, розпадаються сім'ї.

Як свідчать статистичні дані, у січні 2019 року, зокрема чисельність населення Кіровоградської області зменшилась не виключно за рахунок природного скорочення, водночас зафіксовано і міграційне скорочення населення в окремих районах. Найбільший рівень міграційного скорочення спостерігається в Бобринецькому районі (вибуло 25 осіб).

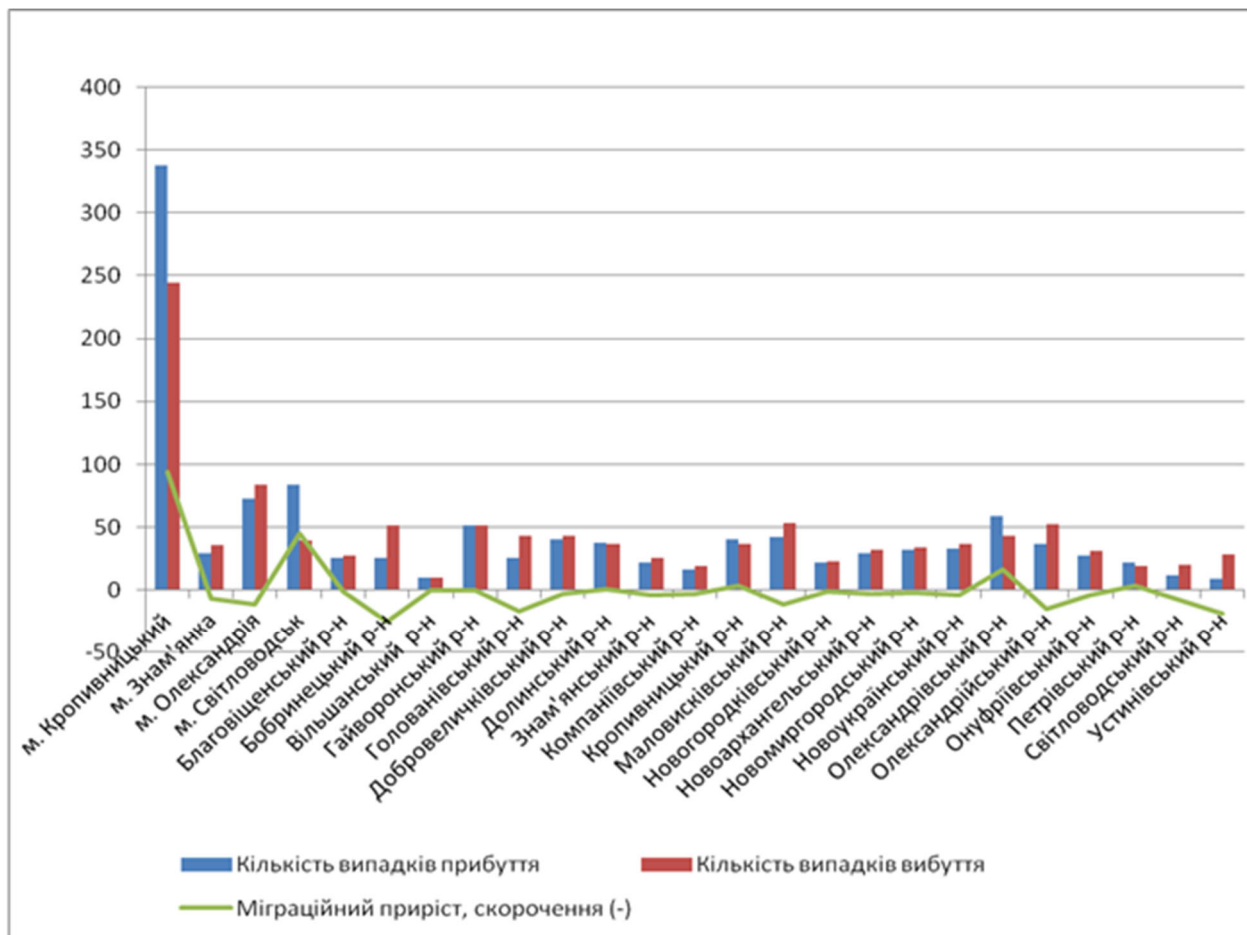


Рис. 1. Міграційний рух Кіровоградської області, січень 2019 р. складено за джерелом [3]

До причин, що визивають масові міждержавні трудові міграції громадян України, належать:

- наявність економічної нестабільності в країні та невизначеність шляхів стабілізації економічних та соціальних процесів;
- зростання безробіття;
- відсутність перспектив ефективного використання надбаних професійних знань та навичок, практичного досвіду;
- різниця в оплаті праці та умовах життя в Україні та країнах Європи та Америки;
- відсутність правового захисту інтелектуальної власності, гуманітарні мотиви тощо [1].

Отже, трудова міграція в Україні та в регіоні зокрема відображає загальні та типові для більшості держав головні причини, які пов'язані, насамперед, із високим рівнем безробіття, низьким рівнем заробітної плати, незатребуваністю

фаху на батьківщині, зникненням деяких галузей виробництва або значним їх скороченням, економічною нерозвиненістю окремих регіонів тощо. Основною передумовою для зменшення міграційних процесів як на Кіровоградщині, так і в Україні у цілому є стабілізація соціально-економічних процесів та підвищення рівня працевлаштування. Важливим напрямом міграційної політики має стати політика щодо створення умов для зворотної міграції українських трудових мігрантів. Основними чинниками зворотної міграції в країну та призупинення міграційних утрат є: створення сприятливих умов ведення бізнесу; державної підтримки у розв'язанні житлової проблеми, особливо для молоді; у створенні нових робочих місць та зростанні життєвого рівня населення; забезпечення кращих економічних умов та гідних соціальних стандартів.

Без допомоги держави вирішити, зазначені вище проблеми, дуже складно. Головна проблема їх вирішення полягає в наданні людям можливості реалізувати свої знання, професійну майстерність і підприємницьку ініціативу. Необхідно створити надійну, достатньо повноцінну систему зайнятості (з високим рівнем заробітної плати), при якій вимушене безробіття може коливатися в межах 1-1,5%. Це є стратегічна установка для нашої держави, орієнтована на найближчу перспективу.

Проблема подолання міграційної кризи є комплексною і вимагає відповідного вирішення на рівні держави, здійснення цілісної системи заходів правового, економічного, соціального, освітнього, культурного та організаційного характеру.

Список використаних джерел

1. Населення України. Трудова еміграція в Україні. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: // http://www.idss.org.ua/monografii/poznyak_2010.pdf.

2. Dvell F. Ukraine – Europe's Mexico / Frank Dvell //Central and East European migration. Research Resources Report 13: Country Profile // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.compas.ox.ac.uk>.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

*Тарасенко Ю.О., студент гр. АТ-16СК-3
(науковий керівник – Нісфоян С.С., к.е.н.)*

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Транспортне обслуговування – це діяльність у сфері перевезень, що охоплює весь комплекс операцій і послуг з доставки товару від виробника продукції до споживача. Необхідність в транспортному обслуговуванні обумовлена тим, що процес доставки вантажу від вантажовідправника до

вантажодержувача, як правило, складається з декількох етапів перевезення, в тому числі з використанням декількох видів транспорту. При цьому виникає потреба як в організації та координації виконання цих етапів, так і у виконанні супутніх перевізному процесу допоміжних робіт, які можуть виконуватися безпосередньо вантажовласниками або посередником.

У нашій країні значимість логістичних послуг постійно зростає, розширюється індустрія послуг, і все більше число компаній і працівників включається в неї. Багато логістичних посередників стають підприємствами сервісу, послуги яких нерозривно пов'язані з просуванням і реалізацією товарів.

У транспортній логістиці, по суті, два споживачі – відправник і одержувач. Орієнтація на споживача означає, зокрема, побудову конкретного споживчого ланцюжка і визначення вимог кожної з категорій споживачів для всебічного та ефективного розгортання орієнтованої на них діяльності.

Практичну реалізацію принципів управління якістю знайшли в міжнародному стандарті ІСО 9001 - 2000[1].

До основних параметрів якості транспортного обслуговування споживачів відносяться:

- час від отримання замовлення на перевезення до доставки;
- надійність і можливість доставки на вимогу;
- наявність запасів, стабільність постачання;
- повнота і ступінь доступності виконання замовлення;
- зручності розміщення і підтвердження замовлення;
- об'єктивність тарифів і регулярність інформації про витрати на обслуговування;
- можливість надання кредитів;
- ефективність переробки вантажів на складах;
- якість упаковки, а також можливість виконання пакетних і контейнерних перевезень.

Кожен з розглянутих показників грає більш-менш важливу роль в залежності від конкретних ринкових умов. Якість обслуговування споживачів є результат діяльності співробітників структурних підрозділів підприємств у всіх ланках ланцюга поставок. Якість досягається завдяки ретельному плануванню, професійній підготовці працівників і постійного поліпшення показників обслуговування [2].

До найбільш важливих комплексних показників оцінки якості послуг з точки зору споживача можна віднести:

- навколишнє середовище (обстановка й інтер'єр офісу, обладнання, зовнішній вигляд персоналу і т.д.);
- надійність (старанність і довіра до результатів виконання робіт і послуг);
- доставка вантажу в потрібний час і в потрібне місце);
- доступність (легкість встановлення зв'язків з виконавцем);
- безпеку (відсутність ризику і недовіри з боку споживача послуг), наприклад забезпечення схоронності вантажу;

– старанність (гарантії виконання послуг досвідченим і компетентним персоналом);

– ввічливість, чуйність персоналу, взаєморозуміння зі споживачем (щира зацікавленість, здатність зрозуміти проблеми споживача);

– комунікабельність персоналу (здатність спілкуватися зі споживачем послуг на доступній і зрозумілій йому мові);

– функціональність (характеризується тривалістю циклу обслуговування від отримання замовлення до його виконання) [3].

Якість оцінюється тільки споживачем, і тому повинно бути поставлено в залежність від його потреб і побажань. Це означає, що споживач є учасником процесу, здійснюваного виробником, і зацікавлений в кінцевому результаті, будучи головним арбітром в його оцінці.

У відповідності зі сформованими логістичними поглядами на якість виробник повинен всю свою увагу приділяти задоволенню запитів і побажань споживачів. В кінцевому рахунку, саме потреби людини, як визначив американський вчений А. Маслоу, є «двигуном» ринку. Але інформація щодо поліпшення транспортного обслуговування про якість транспортних послуг, отримана на підставі накопиченого досвіду і побажань клієнтів, повинна ретельно вивчатися і аналізуватися.

Отже, при виборі пріоритетів у підвищенні характеристик якості важливо зрозуміти, що зростання конкурентоспроможності компанії, шляхом підвищення рівня обслуговування, супроводжується, з одного боку, зниженням витрат на ринку, а з іншого – підвищенням витрат на сервіс. Завдання логістичної служби полягає саме в пошуку оптимального рівня обслуговування.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт ІСО 9001 – 2000.
2. Логістика транспортно-експедиторських послуг. Навчальний посібник. / Дмитрієв А.В., Афанасьєв М.В., 2010.
3. Основи транспортно-експедиторського обслуговування. Навчальний посібник / Єремєєва Л.Е., 2014.

Цавалюк К.А.

Запорізький національний технічний університет

м. Запоріжжя

АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Сьогодні наша країна зіткнулась з масштабною проблемою – міжнародною освітньою міграцією української молоді. Проблема такої міграції перш за все ускладнюється тим, що українські студенти, які отримують освіту за кордоном, є потенційними трудовими мігрантами. Це може призвести до зниження людського капіталу України.

Питанням академічної мобільності та її ролі у розвитку людського капіталу присвячені праці таких вчених як О.С. Гринькевич, С.В. Захарченко, О.І. Кізілов, М. Квіск, О.М. Левченко, Д.Д. Плинокос, Н.В. Ушенко та ін. Водночас, необхідність перетворення академічної мобільності на важливий чинник розвитку людського капіталу України та забезпечення її конкурентоспроможності на міжнародній арені зумовлюють необхідність досліджень сутності академічної мобільності та її впливу на соціально-економічний розвиток держави.

Сутність академічної міграції можна визначити як масове соціально-економічне явище, пов'язане з переміщенням людей за межі регіону чи країни постійного проживання з метою підвищення свого освітнього рівня та здобуття знань [1, с. 327-333].

Академічна міграція може бути розглянута з двох сторін: як міграція освітня, тобто включає академічну мобільність студентів, викладачів і науковців, і як міграція трудова, міграція висококваліфікованих кадрів, адже вчені – це частина ринку праці.

Особливістю академічної міграції є її ширша мотивація, ніж просто прагнення до підвищення рівня життя. Для вчених, крім матеріальної оцінки їх здібностей і знань, велике значення при прийнятті рішення про переїзд мають такі чинники як можливості ведення професійної діяльності та професійного зростання, наявність технічних умов для роботи (дорогого устаткування, реактивів та ін.), наукової інфраструктури та кола вузькоспеціального спілкування.

Поняття «академічна міграція» не має жорстких меж у своєму визначенні. У положенні про академічну мобільність студентів вищих навчальних закладів України Міністерства освіти і науки України вказано, що це явище дає можливість переміщуватися до інших вищів задля обміну досвідом, отримання доступу до провідних освітніх та наукових центрів, накопичення додаткових кредитів, поглиблення своїх знань і умінь [2]. Широкий діапазон самого визначення академічної мобільності дозволяє розглядати його в трьох основних формах. У будь-якому випадку це явище належить до виду сезонної міграції населення. Адже виконання даної освітньої програми можливе лише на певний чітко визначений, лімітований строк.

Перша форма академічної мобільності студентів тісно пов'язана із партнерськими зовнішніми зв'язками їхнього ЗВО. До цієї форми належать програми подвійного дипломування, спільних ступенів, коротко- і середньострокових програм мовного обміну.

Друга форма полягає у самостійному виборі особи, яка навчається, свого освітнього вектору. Тобто студент самостійно обирає іноземний ЗВО для стажування чи магістерської підготовки. У такому випадку всі матеріальні та нематеріальні видатки покриваються самим студентом.

Третя форма академічної мобільності ключовим аспектом ставить можливість працевлаштування. Тобто, особи, які навчаються, обирають певний вид послуг іноземного ЗВО (цикл тренінгів, курсів, тощо), з можливістю отримання додаткового сертифікату, наявність якого підвищить затребуваність

даної особи на ринку праці. Також до цієї форми можуть належати програми, які спрямовані на отримання практичних навичок та комбінують у собі не лише цикл освітніх програм, а й екскурсії в офіси компаній, бізнес-практикуми, тощо [3].

Академічна міграція – невід’ємна форма існування інтелектуального потенціалу, що відображає реалізацію внутрішніх потреб цього потенціалу в русі та просторі соціальних, економічних, культурних, політичних взаємин і взаємозв’язків.

Вона, з одного боку (з позиції територій прибуття-вибуття), може розглядатися як сукупність переміщень освітніх мігрантів, а з другого (з позиції освітнього мігранта) – як сукупність переміщень для досягнення мети міграції [4].

Академічна міграція набуває особливого розмаху, вона є актуальною в усьому світі вже протягом останніх десятиліть, особливо в контексті трансферу науки і знань.

У сучасних умовах домінуючим фактором, який зумовив активізацію міграційних процесів в Україні, є політичний. В останні кілька років посилилася як внутрішня, так і зовнішня академічна міграція. Це сталося через конфлікт на Донбасі, макроекономічну кризу, погіршення добробуту населення, високий рівень безробіття серед молоді. Найбільша кількість внутрішніх мігрантів – з регіонів зони АТО, а також прилеглих областей. [5].

Дослідження процесів міжрегіональної академічної міграції засвідчив її негативний вплив на маленькі міста та села: зниження трудового потенціалу села чи регіону; вимивання з сільських районів освіченого прошарку населення, що зменшує резерви для підйому цих територій; зростає соціальна напруженість в містах.

Динаміка зростання українців у іноземних ЗВО з 2009 по 2016 роки склала 129%. Країни, що користуються попитом в українських студентів: Польща, Німеччина, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. Високі темпи зростання українських студентів у польських ЗВО дають підстави називати Польщу одним із основних конкурентів України на ринку освітніх послуг.

Для України серйозною проблемою є недостатня увага з боку держави до розвитку науково-технічної сфери та її фінансування. Сьогодні понад 30% українських вчених працюють за межами України. Найбільшу кількість кандидатів наук наша держава втратила у міграційному потоці до США, Німеччини, Польщі та Канади [6].

Держава має спрямувати свою політику на розвиток та ефективне використання інтелектуального потенціалу шляхом: забезпечення фінансування наукової сфери на достатньому рівні; забезпечення гідної заробітної плати у науковій сфері; забезпечення оновлення матеріально-технічної бази науково-дослідної сфери; стимулювання вітчизняного бізнесу до ефективного використання наукових розробок українських вчених; створення сприятливіших умови життя для населення; зміни підходу до навчання, розширення й поглиблення на українському ринку інноваційних методик навчання; адаптації міжнародного досвіду, запровадження нових фінансових й сервісних

інструментів й механізмів, розробки спільних освітніх проектів з іншими країнами; заохочення іноземних студентів до навчання в Україні.

На державному рівні необхідно проводити роботу з подальшої інтернаціоналізації системи освіти України, пришвидшувати та ініціювати мобільність викладачів, українських та іноземних студентів, заохочувати українських студентів та викладачів до академічної мобільності, ініціювати набуття досвіду в рамках участі в міжнародних програмах, подіях та заходах. Це дозволить перетворити академічну мобільність на потужний чинник розвитку людського капіталу України.

Список використаних джерел

1. Kizilov O. Academic Mobility of Ukrainian Students: Intentions, Involvement and Obstacles / O. Kizilov, A. Rapoport, K. Kizilova // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – 2014. - Вип. 20. – С. 327-333.
2. Положення про академічну мобільність студентів [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.mon.gov.ua/img/zstored/files/doc_25122012_001.doc
3. Жижко Т.А. Академічна мобільність-об'єктивна умова розвитку університетської освіти / Т.А. Жижко // *Нова парадигма. Філософія. Політологія. Соціологія: [журнал наук. праць]* / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Творче об-ня «Нова парадигма». – К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2010. – Вип. 96.
4. Філатов В.М. Специфічні ознаки освітньої міграції та її місце в структурі міграційних потоків [Електронний ресурс] / В.М. Філатов, Я.В. Ромашова // *Ефективна економіка*. – 2014. – № 2
5. Міграція в Україні: факти і цифри [Електронний ресурс]. – К.: МОМ, 2016. – 32 с. – Режим доступу: http://www.iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf
6. Міграція як чинник розвитку в Україні [Електронний ресурс]. – К.: МОМ, 2016. – Режим доступу: http://www.iom.org.ua/sites/default/files/mom_migraciya_yak_chynnyk_rozvytku_v_ukrayini.pdf

*Червінська Л.П., д.е.н., професор
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»
м. Київ*

*Червінська Т.М., к.е.н., доцент
Київський інститут інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»
м. Київ*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Серед проблем сучасного бізнесу однією з найголовніших є мотивація персоналу на досягнення стратегічних цілей підприємства. Погіршення мотиваційного механізму персоналу негативно позначається на економічних показниках діяльності підприємств і доходах працівників і на стані соціально-економічного розвитку країни загалом. В сучасних умовах обговорюється питання нових підходів до організації заробітної плати, створення нових її моделей, які б зацікавлювали персонал в ефективності своєї роботи. Як свідчать

дослідження, за рахунок такого резерву можна досягти збільшення ВВП в 1,8-1,9 разів. Крім того, його реалізація може здійснюватись без додаткових фінансових впливань, тим більше закордонних позик.

У вітчизняній практиці напрацьовано багато цікавих форм, систем і моделей оплати праці, мотиваційні механізми яких забезпечують найповнішу реалізацію персоналу в процесі трудової діяльності. Їх треба лише своєчасно і правильно використовувати роботодавцям, представникам бізнесу.

Спірним питанням є намагання підприємницьких структур відмовитись від використання традиційної тарифної системи, гарантованих тарифних ставок і посадових окладів, погодинної і відрядної оплати праці у тому вигляді, в якому вони застосовуються на практиці. Основи їх традиційного застосування залишаються лише в таких країнах як Росія, Білорусія і Україна. Існує точка зору, що саме гарантовані ставки і оклади виступають головним «обмежувачем» розмірів заробітної плати і мотивації працівників у розвитку і реалізації їх здібностей, залежності винагород і ефективності бізнесу.

Неефективність традиційних тарифних ставок і окладів обумовлює доцільність переходу на інші, наприклад, безтарифні, рейтингові системи заробітної плати. Для цього в країні створено всі правові передумови.

Відома практика застосування безтарифної системи оплати праці, яка побудована на пайовій основі. При цьому розробляється і затверджується шкала соціальної справедливості, яка передбачає коефіцієнти збільшення заробітної плати керівників і спеціалістів по відношенню до мінімальної ставки прийнятої на підприємстві. Коефіцієнт 1 встановлюється для найменш кваліфікованих працівників, який в міру зростання кваліфікаційного рівня працівника збільшується до 4,5 (для генерального директора). При цьому місячне і квартальне преміювання не застосовується, але співробітники, які досягають високої ефективності праці, можуть заохочуватись одноразовою винагородою, яка виплачується за рахунок фонду науково-технічного і соціального розвитку організації.

Безтарифні моделі оплати праці набули поширення, вони мають свою специфіку і особливості. Поряд з означеними варіантами систем оплати праці застосовується нормативно-пайовий розподіл на основі експертної оцінки, результатів праці підрозділів і окремих працівників. Це дає можливість оперативно враховувати результативність праці. Перспективним варіантом нетрадиційної системи оплати праці керівників і спеціалістів підрозділів підприємств, що забезпечує тісний взаємозв'язок доходів працівників з ефективністю виробництва, є система «плаваючих окладів», організована таким чином, що з урахуванням підсумків роботи за місяць в наступному місяці для працівників встановлюються нові посадові оклади.

Означені моделі безтарифної та інші нетрадиційні форми організації оплати праці мають певні переваги, відрізняються простотою, здатністю зацікавити персонал в результативності діяльності і певним чином відповідають ринковим умовам. Але вони мають і недоліки: в них передбачено використання базових показників, за попередній період часу, а визначення винагород «від досягнутого» зменшує можливості врахування реальних трудових затрат працівника;

розглянуті форми переважно враховують лише потенційні можливості персоналу, а не фактичні вкладення; означені моделі зберігають різноманітність певних видів премій, доплат, надбавок, які мало пов'язані з трудовими внесками працівників, що ускладнює їх організацію і не сприяє досягненню тісного взаємозв'язку міри праці і міри оплати.

Останнім часом для посилення мотивації персоналу та з метою забезпечення чіткого взаємозв'язку між результатами їх праці з винагородою, почали використовувати ключові показники результативності (KPI-key performance indicator), що мотивує персонал на виконання посадових обов'язків та на досягнення певних показників. Їх можна використовувати як для оцінки роботи всієї компанії, її окремих підрозділів, так і для конкретних працівників. За допомогою системи KPI можна не лише контролювати і оцінювати діяльність працівників, але й забезпечувати ефективну систему оплати праці.

Наприклад, для продавців торгового підприємства «СОМFY» на базі KPI здійснюється формування змінної частини їх грошової винагороди. Оцінка виконання KPI забезпечується з допомогою спеціальних таблиць «Матриць KPI», формування яких проводиться керівником і його співробітниками. Розробка матриць включає набір можливих критеріїв оцінки певної посади, специфіки роботи персоналу, який називають «Корпоративною бібліотекою KPI» (приклад торгового підприємства «СОМFY»). Визначення коефіцієнту здійснюється в залежності від загальної політики компанії щодо перевиконання плану. Значення коефіцієнту 1,5 або 2 означає, що співробітник мотивований на суттєве перевиконання плану, а 1, – навпаки – про слабе мотивування.

Особливої уваги заслуговують європейські системи оплати праці. Майже усі вони складаються із двох частин: базової (незмінної) та додаткової (змінної, залежної від різних чинників), яка виконує функцію стимулювання працівників. Практично в усіх країнах Європи поширено тарифну оплату праці робітників на основі тарифних сіток із порозрядною тарифікацією заробітної плати. У деяких країнах застосовуються єдині тарифні сітки на державному рівні (Білорусь, Польща, Угорщина), на галузевому рівні (Франція, Італія, Іспанія) та рівні підприємств (Російська Федерація, Україна). Особливістю організації тарифної оплати праці комерційних та технічних службовців і майстрів Німеччини є те, що ставки оплати праці на основі прийнятої кваліфікаційної класифікації (групи з оплати) встановлюються щорічно у галузевих угодах з урахуванням регіональних особливостей. Посилюється тенденція до індивідуалізації заробітної плати, виходячи з результатів оцінювання конкретних заслуг персоналу, адже працівники фірми, які мають однакову кваліфікацію, або виконують однакову роботу, завдяки своїм природним здібностям, ініціативі, досвіду, можуть досягати різної результативності.

Важливим моментом в реалізації соціальної відповідальності бізнесу є вирішення проблеми соціального партнерства, зокрема протиріч між працею і капіталом. І хоча згідно інституціональних підходів всі сторони соціального партнерства мають бути соціальними, бізнес добровільно по своїй більшості не буде соціально відповідальним, так як його цілі чисто економічні. Стати соціально відповідальним бізнес неможливо ні примусити ні переконати, але

можна зацікавити конкретними заходами. У даному випадку доцільно особливу увагу приділяти розширенню або гармонізації інтересів найманих працівників і роботодавців, впроваджувати механізми забезпечення загальної зацікавленості працівників і роботодавців і забезпечення максимальних доходів і прибутку.

Теоретично можна передбачити, що економічно відповідальний за своєю природою бізнес, переважно зацікавлений в прибутковості може стати ще й соціально відповідальним. А соціально відповідальні наймані працівники, зацікавлені в максимальному вирішенні своїх соціальних питань, мають стати економічно відповідальними, зацікавленими в фінансово-економічних результатах тих підприємств, де вони працюють.

Запропонований механізм організації оплати праці певним чином спрямований на ліквідацію проблеми низького рівня матеріальних винагород в національній економіці, бідності і неефективного використання на загальнодержавному рівні валового внутрішнього продукту, а також забезпечення прозорості і розуміння персоналом суті процесу мотиваційного механізму і його зацікавленості в ефективності бізнесу.

Список використаних джерел

1. Родіонов О.В. Формування концепції соціальної відповідальності підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Родіонов. – Режим доступу : <http://www.nbuiv.ua/e-journals/vsunud/2009-6E/09rovsyp.htm>.

2. Телюк О. Соціальний бізнес – один із трендів 2014 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://biggggidea.com/practices/1196/>.

*Чумаченко О.С., к.т.н., доц.
кафедри економіки та підприємництва
Фелюк М., студент гр. ЕП-15
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

КОМПОНЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ПЕРЕРОБКИ ВИРОБНИЧИХ ТА ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ

Багато країн світу давно налагодили систему переробки та утилізації сміття, заробляють на цьому гроші та не забруднюють навколишнє середовище. На жаль, Україна не належить до їх числа. На одного жителя України кількість сміття, виробленого за рік, становить 240 кг, а на одного жителя Швейцарії – «нуль». Станом на 2017 рік на території України було накопичено 36 млрд тонн відходів, з яких 1,5 млрд тонн – небезпечні відходи. За різними даними, від 4 до 7% нашої країни завалено сміттям. В Україні налічується 6,5 тис санкціонованих полігонів (що дорівнює площі Кіпру), з яких 25% не відповідають екологічним стандартам, та 35 тис стихійних сміттєзвалищ (еквівалент площі Бельгії). Наразі в Україні існує 4 сміттєспалювальні заводи, та лише один із них діючий – мова

йде про київський завод «Енергія». Побудований ще за радянських часів (у 1987 році) за старими технологіями, він здатен спалювати лише 1,4% сміття усієї країни та потребує модернізації. Питання переробки та утилізації побутових та промислових відходів стає особливо актуальним, і, відповідно, важливими є створення і розвиток переробних підприємств.

Стратегічна спрямованість технології забезпечення конкурентних переваг підприємства (ТЗКП) обумовлює підпорядкованість принципам і положенням теорії стратегічного управління підприємством. Але вирішення визначеного завдання потребує розробки «власних» принципів і положень, які є базовими передумовами формування та забезпечують удосконалення технології. Ґрунтуючись на законах функціонування ринку та теоретичних засадах стратегічного управління запропоновано систему принципів ТЗКП.

Визначена система основних принципів (адаптивність, динамічність, системність, інноваційність) є передумовою формування ТЗКП, вони тісно взаємопов'язані та впливають один з іншого. Теоретична база дозволяє зробити висновки і сформулювати концептуальну основу формування та вдосконалення ТЗКП у вигляді основних положень.

Ефективність ТЗКП повною мірою буде залежати від ступеня адаптивності та схильності до змін внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства. Рівень гнучкості ТЗКП повинен відповідати мінливості зовнішнього і внутрішнього середовищ. При цьому формування та вдосконалення ТЗКП передбачає: оволодіння практичним інструментарієм управління конкурентними перевагами; критично оцінювати існуючих теоретичних концепцій і методик, виявлення їх сильних і слабких аспектів, позитивних і негативних наслідків застосування; правильне розуміння й інтерпретацію конкретної ситуації; розробку конкретних прийомів роботи, методів дослідження, інструментів управління з урахуванням специфіки сформованої ситуації.

Системність та комплексність досягаються тільки шляхом виконання визначеного комплексу розроблених і реалізованих заходів щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства. Інноваційний розвиток визначає й обумовлює напрям і пріоритетність розроблених заходів щодо ТЗКП.

Процес забезпечення конкурентних переваг має реалізуватися поетапно і за окремими напрямками. Передусім важливо правильно встановити стратегічні цілі та пріоритети. Стратегічне планування конкурентних переваг дозволяє ідентифікувати управлінські рішення, спрямовані на визначення бажаних організаційних і структурних змін, мінімізацію впливу зовнішніх факторів невизначеності та ризику задля стратегічної рівноваги між цілями і конкурентними можливостями.

До стратегічних завдань забезпечення конкурентних переваг підприємства належать ініціювання створення та розширення участі у територіальних інвестиційно-інноваційних кластерах, запровадження франчайзингового підходу до розвитку мережі комерційних об'єктів, впровадження лізингових інструментів до придбання сучасного технологічного обладнання. Все це є пріоритетами у використанні фінансово-інвестиційних методів забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Звернемо увагу перспективу та важливість запровадження франчайзингового підходу до забезпечення конкурентних переваг підприємства за умов браку фінансових ресурсів та високої вартості залучення і обслуговування інвестиційного капіталу. Франчайзинг дозволяє створити оптимальні умови для розбудови мережі комерційних об'єктів без залучення значних обсягів власних фінансових та інтелектуально-кадрових ресурсів.

Об'єктивна необхідність зміцнення конкурентоспроможності підприємств викликана низкою загроз, що визначають не стільки потенціал конкурентних позицій, скільки життєздатність. Вони передусім пов'язані і з зростанням динамічності конкурентного середовища, мінливістю соціально-економічного розвитку території функціонування, ускладненням державного нагляду, збільшенням вартості фінансових ресурсів, проявами несправедливої конкуренції та тиску з боку фінансово більш потужних підприємств.

У такому разі важливою складовою у системі забезпечення конкурентних переваг підприємств є механізм із використанням методів, інструментів та конкретних заходів, за допомогою яких здійснюється регулювання фінансово-економічних процесів і відносин. Так, після розробки положень забезпечення конкурентних переваг підприємства необхідно впровадити його заходи в господарську практику.

Логічним продовженням інституціалізації забезпечення конкурентних переваг стане реалізація економічно-ресурсних заходів, а саме спрямованих на використання фінансових інструментів і важелів капіталізації підприємств, поліпшення їх матеріально-технічної бази та структури фінансування капіталу, розвиток власної торговельної інфраструктури. Цей напрям роботи дозволить накопичити фінансово-ресурсне та інвестиційне забезпечення реалізації політики забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Заради забезпечення достатніх стимулів для практичної апробації та закріплення політики забезпечення конкурентних переваг у системі управління підприємством важливо реалізувати продуману сукупність заходів соціально-мотиваційних інструментів. Позитивним наслідком цього має стати формування й ефективне використання інтелектуально-кадрового потенціалу як інноваційної основи діяльності з посилення конкурентних переваг.

Такий підхід поряд із фінансовими та економічними інструментами забезпечення конкурентних переваг підприємства враховує інституційні, організаційні та соціальні аспекти функціонування суб'єктів господарювання, які мають вплив за умови змін. Тому головними заходами в межах фінансово-інституційних інструментів визначимо капіталізацію системи та посилення фінансової складової конкурентоспроможності, формування та ефективне використання стратегічного конкурентного потенціалу інструментами фінансового інжинірингу, забезпечення зростання частки власного капіталу задля отримання конкурентних переваг через оптимізацію витрат їх обслуговування, інституціалізацію системи процесно-орієнтованого управлінського обліку та бюджетування витрат операційної діяльності.

Формування та реалізація економічно-ресурсних інструментів політики забезпечення конкурентних переваг підприємства спрямовані на підвищення

активності використання та оновлення необоротних активів, спеціалізацію та функціональну і територіальну концентрації комерційних об'єктів, реалізацію комплексу заходів з активізації продажу товарів у системі дистрибуції, удосконалення асортиментної структури і диверсифікацію товарної пропозиції.

Головним завданням політики забезпечення конкурентних переваг підприємства є створення умов для ефективної реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу, підвищення ефективності управління фінансово-економічним станом, адаптація характеристик діяльності до зміни умов конкурентного середовища, поліпшення торгово-технологічного процесу. Така діяльність може стосуватися переорієнтації організаційної структури та системи управління на зміцнення ринкових конкурентних переваг, узгодження особливостей торгово-технологічного процесу з вимогами споживачів та суб'єктів ринку, забезпечення раціональної територіальної організації комерційної мережі, стратегування розвитку на засадах бренд-менеджменту.

Список використаних джерел

1. Інтернет-ресурс:
https://lb.ua/society/2018/04/28/395698_nadiya_ochishchennya_yak_ukraina_mozhe.html
2. Інтернет-ресурс:
https://24tv.ua/pererobka_smittyu_v_ukrayini_ta_yes_yak_ekologichnu_katastrofu_perevesti_u_pributkoviy_biznes_n698225
3. Лупак Р.Л. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. / Р.Л. Лупак, Т.Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. 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.

*Шаботін І.В., магістрант гр. ЕОБ-18М
(науковий керівник – Бугаєва М.В., к.е.н., доц.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПРОБЛЕМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Розвиток громадянського суспільства з розгалуженою системою соціальних інститутів є основою для становлення соціально відповідальних відносин у суспільстві, оскільки громадяни отримують демократичні права та набувають відповідальності перед суспільством, державою й перед самими собою. У такому суспільстві відповідальними за результати своєї діяльності стають не тільки громадяни, але й держава, громадські організації та бізнес-структури.

Останніми десятиліттями українські компанії намагалися сформуванати власний підхід до розуміння корпоративної соціальної відповідальності. Ця зацікавленість була детермінована розповсюдженням практик відповідального

ведення бізнесу в провідних країнах світу, усвідомленням українськими компаніями своєї приналежності до збереження оточуючого середовища, відповідальності за вирішення соціально-економічних проблем регіону, підвищення якості життя місцевої громади та дотримання прав людини. На основі цього були сформовані і продовжують формуватися різні підходи до розуміння та вивчення корпоративної соціальної відповідальності, яка поступово стає своєрідною філософією ведення бізнесу. Без КСВ, на даний час, важко уявити сучасну організацію, що ефективно функціонує в умовах розвитку громадянського суспільства.

У сучасній Україні корпоративна соціальна відповідальність стає все більш популярною не тільки серед бізнесової спільноти, але й наукового співтовариства. Адже виникають нові практики її реалізації як на рівні суспільства загалом, так і на регіональному або організаційному рівнях, що відображаються в економічній та соціальній поведінці індивідів, соціальних груп, соціальних організацій тощо. За таких умов дослідження економічного контексту означених практик дає змогу не тільки суттєво розширити межі знання щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, але й дослідити саме українську специфіку їх реалізації у пратичній діяльності підприємств.

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. Семікіної, Л.В. Шаульської, колективних монографіях учених Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАНУ, Інституту економіки промисловості НАНУ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» та ін.

З урахуванням визначень міжнародних організацій, зарубіжних і вітчизняних вчених КСВ можна визначити з таких позицій: корпоративна соціальна відповідальність – це система управлінських рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії зі стейкхолдерами, спрямованих на досягнення цілей розвитку власне підприємства, сталий розвиток суспільства та збереження навколишнього середовища.

На сьогодні корпоративна соціальна відповідальність є добровільною діяльністю компаній, перш за все, приватного сектору, хоча в останні роки організації державного сектору також керуються основними принципами цієї концепції. Розуміння корпоративної соціальної відповідальності та впровадження її в систему управління підприємством багато в чому залежить від того, який зміст вкладають у це явище ті, хто безпосередньо зацікавлені у реалізації цього типу відповідальності на практиці.

В Україні є певні проблеми КСВ, зокрема це фактично не розвинені механізми налагодження зворотного зв'язку щодо ефективності реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності не лише для компанії, а й для суспільства, хоча наявна необхідність та доцільність використання підкреслюється багатьма даними. Вирішення даної проблеми можливе завдяки розробці та впровадженню механізму забезпечення КСВ як складової ефективної діяльності підприємства. Означений напрямок дасть можливість визначити притаманний українським реаліям економічний контекст практик корпоративної соціальної відповідальності, як на рівні компаній, так і в суспільстві.

В контексті розгляду проблем КСВ можна виділити відсутність ефективного механізму забезпечення корпоративної соціальної відповідальності у стратегії діяльності підприємства у сучасній українській економічній науці. Відповідно, недосконаліми є методичні підходи до оцінювання стану корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств та її забезпечення. Ми вважаємо, що розроблення теоретичного базису, методичних і практичних підходів до забезпечення механізму корпоративної соціальної відповідальності у діяльності підприємства є актуальним завданням на шляху вирішення цієї проблеми.

Ми можемо запропонувати такі організаційні та ціннісноутворюючі механізми, які доцільно залучити до інтегрування КСВ у стратегію українських підприємств:

– організаційні: а) розробка та впровадження стратегії КСВ, що визначає позицію підприємства відносно сталого розвитку та її пріоритети в області КСВ; б) розробка та впровадження положень і політик, що регламентують діяльність з окремих напрямків КСВ (положення про взаємодію з зацікавленими сторонами та соціальної звітності, етичний кодекс, екологічна політика тощо); в) створення на підприємствах спеціального відділу КСВ; г) включення в посадові обов'язки співробітників інших підрозділів положень, пов'язаних з діяльністю в області КСВ; д) створення робочих груп у складі представників різних підрозділів підприємства з окремих пріоритетних напрямками КСВ;

– ціннісноутворюючі: а) інтеграція принципів КСВ у корпоративну культуру, в тому числі на рівні неформальних цінностей, що розділяються керівництвом підприємства і здебільшого співробітників; б) демонстрація керівництвом підприємства прихильності ідеям КСВ, у тому числі підвищення відкритості, підзвітності за результати своїх дій і рішень, готовність до діалогу з співробітниками; в) створення системи стимулів і заохочень для працівників усіх рівнів, які активно просувають і застосовують принципи КСВ у своїй роботі, досягають планованих результатів і т.д.

Відтак, формування та інтегрування механізму КСВ у систему управління і формування стратегії українських підприємств надасть їм такі потенційні можливості: створити позитивний імідж; поліпшити ділову репутацію; створити стабільне ділове середовище; знизити нефінансові ризики; підвищити інвестиційну привабливість; прискорити капіталізацію підприємства в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 39-46.
2. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26.
3. Лебедев І.В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності / І.В. Лебедев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 106-116.
4. Сиченко О.О. Концепція корпоративного громадянства в контексті державної соціальної політики / О.О. Сиченко // Збірник наук праць Дніпропетровського регіонального інституту державного управління. – Дніпропетровськ, 2011. – № 2, (6). – С. 67-71.
5. Business for Social Responsibility [Електронний ресурс] // Інтернет-портал CSRwire. – Режим доступу: <http://www.csrwire.com/members/12209>. – Назва з екрана. – Доступно на 06.11.2018.

Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,

Кандиба М.А., студент

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТА НАЦІОНАЛЬНО-МЕНТАЛЬНІ РИСИ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Важливою складовою людського потенціалу є соціально-культурні та національно-ментальні риси. На формування української ментальності вплинули як природні умови, так і історико-політичні процеси. Так, традиційно мешканці території України вважаються працелюбними, доброзичливими, уважними та гостинними [1]. Наявність таких властивостей здійснює безпосередній вплив на характер та структуру національного господарювання, що проявляється у надмірній лібералізації (явній чи тіньовій) зовнішніх відносин, високій трудомісткості національного виробництва та високому рівні освіченості населення.

Певні складності стосовно трансформації соціально-культурних цінностей виникли внаслідок економічної лібералізації та культурної експансії західної культури. Реформи не враховували міру підготовленості до них культурно-ментальних стереотипів та усталених способів життя населення, що призвело до зовсім інших, негативних наслідків порівняно з очікуваними. Не враховувався і той факт, що культурні цінності та традиції завжди виступають базою для створення спочатку неформальних, а потім уже формальних інститутів, а також те, що інституціональні зміни «знизу-вверх» є набагато ефективнішими (краще сприймаються усім суспільством), ніж зміни «зверху-вниз», оскільки вони є продуктом самого суспільства [3, с. 4].

Людський потенціал характеризує наявні зміни у сучасній людині – поєднання її виробничих та суспільних рис, у тому числі й національно-ментальних особливостей, з поступовим нарощуванням свого значення останніми. Водночас йдеться про поєднання рис «людини економічної» та

«людини творчої», тобто поширення творчої праці, основою якої є нематеріальні стимули та мотиви [2, с. 159]. При цьому дедалі більше значення має рівень культурного розвитку суспільства, його ставлення до невиробничої діяльності, суспільна та громадянська активність. «Людина економічна», як абсолютно раціональна істота, насправді ніколи не існувала; як і більшість постулатів економічної теорії – вона має вигляд моделі, що дозволяє здійснювати дослідження у спрощеному вигляді.

Формування людського потенціалу відбувається внаслідок споживання інформаційних та естетичних товарів, формуючи, таким чином, ефективний попит та стимулюючи їх подальше відтворення. Рівень культурного розвитку суспільства характеризується через дослідження показників чисельності працівників культури (наявний потенціал), інвестицій у культуру, кількості засобів масової інформації (перспективи) та кількості відвідувань населенням закладів культури і мистецтв (потреби і можливості) [4, с. 192]. Можна виділити декілька напрямків культурних потреб, які соціальні групи та індивіди нині можуть задовольняти, – це художньо-естетичні, пізнавальні, видовищні, рекреаційні та деякі інші. В той же час постійними споживачами культурних послуг (зокрема театрів, музеїв, бібліотек) є доволі обмежене коло осіб, тому статистичні розрахунки наприклад «середньої кількості відвідувань театру одним громадянином» є цілком недоречними.

Відтворення естетичного смаку населення та спроможності до виховання його в інших особах є однією з передумов повноцінного розвитку нації. Як писав провідний ідеолог національного економічного розвитку Фрідріх Ліст: «...без національної єдності, без національного поділу праці та без національної кооперації продуктивних сил нація ніколи не буде спроможна досягнути високого рівня добробуту та могутності або забезпечити собі впевнене володіння власними інтелектуальними, соціальними і матеріальними багатствами» [5].

Однією з характерних рис прояву та відтворення людського потенціалу є поширення в загальній структурі зайнятості творчої праці. Загалом, її розповсюдження містить певні специфічні риси, які мають особливе значення в процесі відтворення людського потенціалу [1]. Так, у структурі економіки із поширенням творчої праці буде зростати частка виробництва в секторах послуг, культури і мистецтв [2, с. 160]. При цьому соціальну поведінку та обсяги виробництва такими суб'єктами буде складно передбачити, оскільки митці спроможні дарувати свої роботи, уникати спілкування із суспільством. Макроекономічне планування і прогнозування діяльності в цій сфері є марним витрачанням часу, його доречніше здійснювати в середньостроковій перспективі, 3-8 років.

Отже, національно-ментальні риси можуть сприяти як розвитку людського потенціалу, зокрема якщо йдеться про поширення та розвиток культурних потреб, так і гальмувати суто економічні, продуктивні процеси.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Людський потенціал: національно-ментальні фактори [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу: <http://rk.kr.ua/ljudskii-potentsial-natsionalno-mentalni-faktori>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р.В. Національно-ментальні фактори людського потенціалу / Роман Яковенко // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. – К. : Український державний університет фінансів та зовнішньої торгівлі. – 2012. – № 1. – С. 158-161.
3. Кіндзерський Ю. Інституціональні аспекти відтворення у контексті структурних трансформацій / Ю. Кіндзерський // Економіка України. – 2007. – № 2. – С. 4-13.
4. Грішнова О.А. Людський розвиток : навч. посіб. / О.А. Грішнова. – К. : КНЕУ, 2006. – 308 с.
5. Лист Ф. Национальная система политической экономии [Електронний ресурс] / Фридрих Лист. – Режим доступу : <http://www.knukim-edu.kiev.ua/index.php?id=613&view=article>. – Назва з титул. екрану.

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

ЕКОНОМІЧНА РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Людський потенціал – це сукупна чисельність населення, що спроможна здійснювати економічну діяльність в якості споживання матеріальних і нематеріальних благ, забезпечення діяльності держави через фіскальний механізм, прийняття участі в процесі створення сукупного продукту в якості носіїв робочої сили, підприємницьких та творчих здібностей. Людський потенціал включає в себе все наявне населення, в тому числі безробітних та працевдатних [2, с. 101].

Людський потенціал є найширшою соціально-економічною категорією, що характеризує участь людини в суспільних процесах, тому визначення саме його ролі спроможне до комплексного визначення принципів людського розвитку та політики в цьому напрямі.

В Конституції України підтверджено, що основою економіки є «людина-власник», «людина-виробник», а не держава. Але, людський потенціал, в багатьох випадках може виступати лише в якості споживача державної допомоги, у випадку невідворотних змін в структурі здоров'я, або в загальній структурі народонаселення (йдеться про старіння та ранню втрату працевдатності).

Людський капітал – це одна з форм прояву людського потенціалу. Реалізація людського капіталу стає можливою за умов відсутності високого рівня циклічного безробіття, також перетворення людського потенціалу на відповідний капітал вимагає певного часу, зокрема на отримання необхідних знань та навичок, одужання, зміцнення здоров'я, транспортування до нового місця роботи чи проживання, набуття стану психологічної зрілості, виховання відповідальності за власні вчинки тощо.

П. Бурд'є визначив три складові людського капіталу: культурний, соціальний та інтелектуальний, які базуються на розділенні сфер інтелектуального життя: науки, мистецтва, релігії, освіти і сукупності потенціалів особи: гносеологічного (пізнавального), творчого, аксіологічного (ціннісно-орієнтаційного), комунікативного і естетичного, а також три соціальні ролі, які виконує людина: трудова, сімейна, дозвільна [3, с. 71]. На думку автора такий підхід є доволі широким і стосується більше саме потенціалу людини, де закладаються неекономічні чинники розвитку, самоудосконалення та гармонізації інтересів людей.

Повна ефективність застосування людського потенціалу у виробничих процесах не передбачає його повного використання на відміну від інших виробничих ресурсів. І в обов'язковому порядку включає до себе можливість його відновлення, відтворення, удосконалення та розвитку. Кількісне відтворення населення повинно, в обов'язковому порядку, супроводжуватись посиленням інформаційного вмісту кожного біологічного суб'єкта економічних відносин. Лише таке поєднання спроможне стати чинником інтенсивного суспільного відтворення із відповідним розширенням межі виробничих можливостей національної економіки [4, с. 112].

В мікроекономічному секторі дедалі більша роль у розвитку людського потенціалу покладається на особистість та домогосподарство. Державна макроекономічна політика при цьому не має не лише конкретизованих довгострокових програм, а навіть і теоретико-методологічної бази для їх розробок. У розвинутих країнах за рахунок державного бюджету на формування людського капіталу спрямовуються найбільші інвестиції. Так, у США щороку виділяється на ці потреби близько 750 млрд. дол. [1]. Слід зауважити, що сумарні соціальні виплати у кілька разів перевищують інвестиції у виробничу сферу.

Відтворення людського потенціалу – проблема не лише соціально-економічного прориву а й фізичного виживання української нації. Ігнорування цієї проблеми має сприйматись як національна зрада, саботаж державних інтересів тощо. Подальші дослідження у зазначеному напрямі сприятимуть спрощенню обґрунтування планів національного розвитку, визначать нові аспекти та нове покликання соціальної політики.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Людський потенціал та економічна роль людини [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2017/09/08/ljudskii-potentsial-ta-ekonomichna-rol-ljudini>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р.В. Людський потенціал у системі соціально-економічних факторів / Роман Яковенко // Зовнішня торгівля : право та економіка. – К. : Український державний університет фінансів та зовнішньої торгівлі. – 2008. – № 3 (38). – С. 101-104.
3. Зирянов В. Людський капітал, культурний капітал, студентство, регіон, поселення / В. Зирянок // Персонал. – 2007. – № 8. – С. 70-75.
4. Яковенко Р.В. Соціально-економічний механізм впливу на демографічні процеси, як головний чинник суспільного відтворення в умовах глобалізації / Р.В. Яковенко // Теорії мікро-макроекономіки. – К. : Академія муніципального управління. – 2006. – Вип. 25. – С. 111-113.

*Яковенко Р.В., к.е.н., доц.,
Сідалковський О.М., студент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ: ЗМІСТ, ЗНАЧЕННЯ ТА ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ

Дослідивши та вивчивши питання попиту, пропозиції та ринкового механізму формування ціни, начебто можна однозначно визначити потенційний та реальний обсяги реалізації, налагодити канали збуту, але не все так просто.

Ще з часів формування класичної економічної теорії окремих акцент робився на важливості врахування психологічних досліджень ринкової поведінки споживачів, ринкових парадоксів та споживацьких переваг. Пізніше представники теорії граничної корисності або маржиналісти (70-90 рр. 19 ст.), першими проголосили, що корисність товару є його об'єктивною фізичною якістю, оскільки значною мірою залежить від ставлення до нього суб'єкта [2, с. 121]. Тим самим вони науково обґрунтували необхідність вивчення ринку, чинників його зовнішнього та внутрішнього середовища, мінливості споживчих потреб, відносної корисності тих чи інших благ. Ця корисність залежить передусім від тих цілей, завдань, потреб та інтересів, про які дбає споживач.

Суб'єктивісти-маржиналісти сприяли створенню теорії споживчої поведінки, формуванню галузі знань, яка отримала назву економічної психології (праці К. Менгера, Ф. Візера, Е. Бем-Баверка та інших так званих суб'єктивістів). Ця школа проголошувала теорію граничної корисності основною умовою вивчення вартості товару, а сама оцінка корисності визнавалась психологічною характеристикою з позицій конкретної людини, що зумовило виникнення суб'єктивного напрямку в політекономії.

Суб'єктивісти першими висловили впевненість у тому, що без розуміння мотивів економічної поведінки різних соціальних груп неможливо виробити результативну економічну політику. Особливо важливим вони вважали наявність «клімату довіри», розуміння інтересів та ідей споживачів і фірм, та інших організацій.

Значний внесок К. Менгер та його послідовники зробили до теорії вартості, головні положення якої були покладені в основу тогочасних підходів до вирішення проблеми ціноутворення.

Визначення суб'єктивної цінності матеріальних благ маржиналісти вважали одним із головних питань не тільки економіки, а й науки взагалі. Економічні дослідження не повинні ігнорувати потреби, бажання, відчуття споживачів, бо саме в цьому колі знаходиться точка опори для пояснення багатьох господарських явищ. Тому, мабуть, саме теоретиків маржиналізму слід вважати засновниками теорії маркетингу.

Відомий український економіст-математик Є.Є. Слуцький у своїй праці «До теорії збалансованого бюджету споживача» (1915 р.) зазначав, що, розглядаючи

питання корисності, необхідно враховувати психологічний аспект, оскільки до різних благ (товарів, послуг) різні люди мають неоднакове ставлення.

Найбільш системне дослідження споживчих потреб, попиту і пропозиції, ситуацій на конкретних ринках запропонував фундатор Кембридзької школи Альфред Маршалл. Він детально дослідив проблему зв'язку між потребами та діяльністю людини, розробив градації споживчого попиту та проаналізував приклади еластичності потреб, попиту і пропозиції на споживчих ринках.

Американський соціолог та економіст Торстейн Веблен увів до економічної теорії поняття престижного або демонстраційного споживання, тлумачення якого зводиться до того, що людина далеко не завжди демонструє актом купівлі потребу в певному товарі [1]. Деякі придбання здійснюються для демонстрації власної платоспроможності, багатства або приналежності до вищого прошарку суспільства.

В 30-ті роки минулого століття американський вчений Е. Чемберлін та англійська дослідниця Дж. Робінсон опублікували праці, в яких виклали результати аналізу й обґрунтування дій ринкового механізму в обставинах, які порушують умови вільної конкуренції. Їх роботи поєднали теорію та суто практичні дії суб'єктів ринку і зробили гарвардського професора Е. Чемберліна одним із перших теоретиків маркетингу.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Історія виникнення економічної психології [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2018/06/12/istorija-viniknennja-ekonomichnoi-psihologii>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р.В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.

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

НАРОДОНАСЕЛЕННЯ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Загальнометодологічними науками для дослідження та аналізу знань про народонаселення є філософія та політична економія.

До компетенції філософії відносять такі проблеми:

- 1) методологічні принципи вивчення народонаселення, зокрема застосування методу діалектичного матеріалізму;
- 2) взаємодія категорій «людина-суспільство», «суспільство-навколишнє середовище», «людина-суспільство-навколишнє середовище (всесвіт)»;
- 3) визначення якості народонаселення: рівень суспільної свідомості, розвитку моралі та особливих якостей, що спрямовуються на самовдосконалення;

4) визначення джерел і рушійних сил розвитку народонаселення, співвідношення в них об'єктивного та суб'єктивного, стихійного та свідомого, біологічного та соціального тощо.

Політична економія, як наука про участь людини в процесі взаємодії продуктивних сил і виробничих відносин, розглядає соціальний характер загальної структури виробництва та його вплив на тип і умови відтворення населення, його соціальну мобільність та територіальну організацію. Політична економія розглядає людину як реалізатора одного з факторів виробництва – праці та носія особливого економічного ресурсу – підприємницького таланту, без якого взагалі неможливе існування сучасної економічної системи. Рівень участі народонаселення у виробничому процесі та якісний зміст підприємницьких здібностей – це головний методологічний аспект політичної економії та економічної теорії, як науки, взагалі [2, с. 12]. Але крім цього існує багато питань, які можна було б віднести до компетенції соціальної психології або економічної психології особистості. Наприклад: економічна поведінка людини в питаннях споживання, заощадження, рівня трудової участі та ділової активності, пріоритетів мотивації праці тощо.

Як видно з вищесказаного, політекономія досліджує загальні принципи функціонального втручання людського фактору в економічні процеси не акцентуючи увагу на його кількісному вимірі, не роблячи таким чином відокремлень між категоріями «людина» та «народонаселення». Таким чином, зазначена проблематика вимагає ретельнішої уваги.

Аналізуючи специфіку двох груп наукових дисциплін, можна остаточно стверджувати: дисципліни, що досліджують особистість не є складовими наук, що вивчають їх сукупність. Це наочно демонструє діалектичний метод дослідження існуючої проблеми та умовний взаємозв'язок між такими науками як мікро- та макроекономіка, загальну методологію досліджень яких використовують вищезазначені науки, які ми розглянемо уважніше.

Народонаселення, як історично обґрунтована єдність біологічно-соціальних особистостей, є центром вивчення та аналізу таких прикладних економічних наук як: управління трудовими ресурсами, розміщення продуктивних сил, економічна демографія, ринок праці.

Управління трудовими ресурсами – це прикладний напрямок, що здійснює дослідження виробничого потенціалу країни чи регіону в розрізі трудових ресурсів, тобто всього населення зайнятого в процесі суспільного виробництва.

Слід зазначити, що науковий напрямок, який досліджує управління трудовими ресурсами не цікавиться проблемами відтворення та статеві-вікового складу населення. Його, більшою мірою, цікавлять процеси, що стосуються лише частини народонаселення, що бере активну економічну участь в соціально-економічних процесах. Але, не можна сказати, що раціоналізація використання трудових ресурсів за умов гуманістичного підходу до реалізації його завдань не здатні покращити загальнодемографічний стан території, що підлягає дослідженню.

Розміщення продуктивних сил цікавиться населенням, як головною продуктивною силою, з точки зору його геополітичного розташування по

території країни, наближеності до промислових вузлів та територіально-виробничих комплексів. Система знань про розміщення продуктивних сил України дає підстави для розробки екологічного аспекту демографічної політики, оптимізації народногосподарського комплексу шляхом розвитку його мобільності від джерел виробничих ресурсів до населення як споживача, так і джерела робочої сили, та для ефективного, раціонального і послідовного використання природних ресурсів та виробничих потужностей для покращення життя суспільства [1].

Економічна географія стверджує, що народонаселення (суспільство) і природа являють собою закономірність комплексності і створюють суспільно-територіальний комплекс, який найбільш вдало піддається дослідженню. Економіка природокористування, що включає до себе й екологію та безпеку суспільного життя, сприймає народонаселення як невід'ємну частину геосфери земної кулі, й аспекту обережного використання природних ресурсів відводить не менш важливу роль, ніж проблемі збереження людських популяцій. Ефективність використання природних ресурсів завжди подається «з поправкою» на їх обмеженість та важливістю їхнього існування на земній кулі.

Ринок праці – це специфічна проблемно-практична ланка економічних досліджень, об'єктом дослідження якої не є безпосередньо населення, а питання та проблеми його зайнятості, тобто можливості використання свого особистого ресурсу робочої сили задля задоволення власних потреб в умовах ринкової економіки.

Ринок праці є одним з найскладніших об'єктів досліджень як у ринковій, так і в перехідній економіці українського типу. В першому випадку головним питанням є наявність пропозиції праці, тобто кількості людей що бажають працювати в умовах розвинутої системи соціального захисту та існуванні дилеми вибору «вигоди від роботи чи альтернативне використання вільного часу?». В умовах нестабільної економіки, більшу увагу приділяють важливості наявності попиту на робочу силу, тобто наявності підприємств, які бажають наймати працівників на роботу за умов взаємодії категорій «освіта-заробітна плата».

Ринкове саморегулювання ринку праці не є явищем беззаперечним, що підтверджує стан українського регіонального ринку робочої сили [1]. На відміну від багатьох інших економічних процесів та закономірностей, він вимагає державного втручання для вирішення наступних завдань:

- сприяння появі якомога більшої кількості робочих місць, за умов дотримання на них правил техніки безпеки;
- визначення мінімального розміру заробітної плати в обсязі не меншому за прожитковий мінімум;
- створення умов для визначення підприємствами розмірів заробітної плати в залежності від рівня освіти та професійної підготовки, а не від решти інших факторів;
- створення сектору державної постійно діючої, а не сезонної зайнятості робітників;

- започаткування та реалізація профорієнтаційної програми в загальноосвітніх школах з метою інформування майбутніх робітників щодо престижності професій та наявності робочих місць задля запобігання структурного безробіття;
- оптимізація структури національної економіки з урахуванням потреб та вимог світового ринку задля профілактики появи циклічного безробіття;
- створення гідних умов життя для тих, хто хоче, але не може знайти роботу.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. «Людина» та «народонаселення» в системі сучасних економічних досліджень [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2017/10/07/-ljudina-ta-narodonaselennja-v-sistemi-suchasnih-ekonomichnih-doslidzhen>. – Назва з титул. екрану.
2. Яковенко Р.В. Місце категорій «людина» і «народонаселення» в системі сучасних соціально-економічних відносин / Роман Яковенко // Актуальні проблеми економіки. – К. : Національна академія управління. – 2006. – № 1 (55). – С. 11-20.

*Яковенко Р.В., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА ДЕМОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ НА МАКРОРІВНІ

Грошово-кредитні відносини та важелі, що є похідними від них – є ефективним способом впливу на демографічні події та тенденції суспільного розвитку, оскільки сучасна демографічна криза в Україні викликана саме економічними негараздами.

Рівень життя населення здійснює безпосередній вплив на тривалість життя та причини смертності. Населення отримує доходи переважно у грошовій формі, що забезпечують його життєвий рівень. Саме грошова форма, як форма універсального обмінного еквіваленту, спрощує механізм задоволення потреб, ліквідуючи або мінімізуючи витрати обміну отриманої продукції на необхідний товар. Додатковим корисним фактором є економія часу, яку дозволяє здійснювати грошова форма доходів, зокрема в моменти, що є критичними для здоров'я людини. Так, наприклад, спрощується та прискорюється механізм придбання ліків, оплата термінової платної медичної допомоги, транспортування постраждалих внаслідок нещасних випадків тощо.

В той же час отримання доходів у товарній формі спроможне пришвидшувати задоволення первинних та невідкладних потреб лише гіпотетично. Будуємо таку модель: у випадку відсутності в сільській місцевості аптек, люди можуть зберігати здоров'я та життя, отримуючи платню у вигляді медикаментів, в тому числі й інсуліну. Але в цілому, грошова форма доходів, за

умов наявності розвинутої мережі ринкових відносин та ринкової інфраструктури, на даний момент, є сприятливішою з огляду на збереження чисельності населення та тривалості його життя в умовах відсутності посух, голоду, стихійних лих чи техногенних катастроф [1].

Розмір сукупного рівня доходів населення, що є головним чинником уникнення смертності внаслідок відсутності економічних ресурсів, може здійснювати позитивний вплив на демографічні тенденції лише у випадку його співставлення з наявним рівнем цін, а також темпів інфляції та зростання доходів у довгостроковому періоді.

Співвідношення обсягу грошової маси до обсягу ВВП та чисельності населення (модель: $M \times V = P \times Q = K$, де K – чисельність населення) в національній економіці за умов відносно стабільного рівня цін, та існуючої адекватної системи розподілу та перерозподілу доходів в умовах наявності середнього класу, що включає до себе більшість населення, створює нові засади та пріоритети в галузі регуляторно-промислової, грошово-кредитної та соціально-демографічної політик. За умов наявності ускладнень у будь-якій сфері (обсяг виробництва, рівень його монетизації чи демографічні ускладнення) держава може застосовувати відповідні важелі щодо врівноваження трьох складових такого рівняння. Останній елемент, тобто чисельність населення, в даному рівнянні має бути визначальним, а перший і другий мають бути залежними від нього. Зростання чисельності населення, за умови його платоспроможності, автоматично викликає зростання потреб, що в умовах повноцінного функціонування ринкового механізму буде викликати зростання обсягу національного виробництва. Відтак і зростання грошової маси є необхідним для викупу усього обсягу виробництва, отже досягається врівноваженість усіх трьох складових.

Скорочення обсягів виробництва за умови збереження інших складових рівняння стабільними, буде призводити до зростання рівня цін, зростання рівня безробіття та скорочення рівня доходів населення. В той же час ефективно управління грошовою масою, зі здійсненням адекватного контролю за рівнем цін, буде сприяти розширенню можливостей задоволення потреб населення та позитивно впливати на демографічні процеси.

Не останню роль у системі грошового обігу відіграють різноманітні фінансові інститути. Важливу роль відіграє розвиток небанківського фінансово-кредитного сектору, як джерело залучення додаткових коштів на споживчі потреби населення в спеціалізованих секторах.

Одним із стратегічних напрямів підвищення суспільного добробуту через механізм перерозподілу національного багатства має здійснюватись за допомогою фінансових інструментів, що є трансформованою формою грошей з певним рівнем ліквідності. Зокрема йдеться про акції, як інструмент корпоратизації неприродних прихованих монополій. У разі застосування цього важеля впливу одночасно досягається декілька позитивних ефектів: вже згаданий перерозподіл власності з метою підвищення рівня маєтності населення та формування середнього класу, створення громадського контролю за механізмом формування ціни та його економічним обґрунтуванням, а також за

якістю результатів виробництва [2, с. 150]. В обох випадках відбувається вплив на рівень заможності мешканців країни/регіону, як чинника впливу на демографічні процеси, а в другому випадку йдеться ще й про запобігання смертності, чи про погіршення рівня здоров'я, що можуть бути пов'язані зі споживанням продукції недостатнього рівня якості.

Принциповим моментом при формуванні державної кредитної політики є встановлення цін на житло при молодіжному кредитуванні без визначення його «капіталізованої вартості», як передумова забезпечення молодих сімей житлом та непрямий спосіб стимулювання народжуваності.

Список використаних джерел

1. Яковенко Р.В. Механізм грошово-кредитного впливу на демографічні процеси [Електронний ресурс] / Р.В. Яковенко. – Режим доступу : <http://tusovka.kr.ua/news/2017/09/18/mehanizm-groshovo-kreditnogo-vplivu-na-demografichni-protsesi>. – Назва з титул. екрану.

2. Яковенко Р.В. Грошово-кредитні важелі впливу на демографічні процеси / Роман Яковенко / Підприємництво, господарство і право. – К. : Інститут приватного права і підприємництва АПрН. – 2007. – № 2 (134). – С. 149-152.

НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

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

12 квітня 2019 р.

Науковий редактор – Семикіна М.В.
Технічний редактор – Сисоліна Н.П.
Комп'ютерний набір і верстка – Онищук О.В.
Дизайнер обкладинки – Чумаченко О.С.